

A SÍNDROME DE BURNOUT NOS PROFISSIONAIS DE TELEMARKETING: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO DE TERCEIRO SETOR

Ana Karolina Luiza da Silva
Faculdade Canção Nova
anakarolinasilva040@gmail.com

Francisco Carlos Teodoro Junior
Faculdade Canção Nova
franciscoju02@gmail.com

Prof.^a Fernanda Zanin de Oliveira Aquino
Faculdade Canção Nova
fernanda.aquino@fcn.edu.br

Resumo

A saúde ocupacional atua como prevenção das doenças (Grupo V da CID-10) que estão relacionadas diretamente ao trabalho, elas podem ser tanto físicas como mentais, geralmente causadas pelas rotinas laborais. Dentre essas, destaca-se um distúrbio psicológico, causado pelo esgotamento profissional, que pode estar presente em ambientes de trabalhos estressantes como o Call center. Ao decorrer dos anos a comunicação em massa tem crescido de maneira significativa e com isso os atendimentos ao consumidor, ou seja, a telefonia e o serviço de telemarketing têm crescido no mesmo ritmo. Os operadores atendem a todos os tipos de público, isso claro, dependendo do que o setor de Call Center oferece como produto ou serviço. Com o grande número de atendimentos, os operadores se tornam propícios a diversos tipos de situações durante as ligações. Analisando fatores como esses, em longo prazo os operadores podem desenvolver problemas de saúde psicológicas, como por exemplo a síndrome de Burnout. O presente artigo teve como objetivo verificar a presença de sintomas relacionados à síndrome nos operadores de telemarketing diante do cotidiano estressante. O instrumento utilizado foi um questionário *JBEILI* adaptado, inspirado no *Maslach Burnout Inventory – MBI*¹. Participaram desta pesquisa 32 operadores do setor de Call Center, de uma empresa de Cachoeira Paulista–SP e os resultados indicam possíveis indícios de sintomas relacionados a Burnout, assim, destaca-se a importância de a empresa adotar medidas preventivas que favoreçam a qualidade de vida do trabalhador, uma vez que boas condições de trabalho estão correlacionadas com a performance da empresa.

Palavras-chave: Burnout, Call center, estresse, saúde ocupacional, telemarketing.

1 QUESTIONÁRIO JBEILI PARA IDENTIFICAÇÃO PRELIMINAR DA BURNOUT. Elaborado e adaptado por Chafic Jbeili, traduzido e inspirado no *Maslach Burnout Inventory – MBI*. O MBI foi o primeiro instrumento a ser criado visando avaliar a incidência da síndrome de burnout. Ele foi elaborado por Christina Maslach e Susan Jackson em 1978, e hoje tem sido um instrumento amplamente utilizado nas diversas profissões para avaliar como os profissionais vivenciam seus trabalhos. Um instrumento que pode ser usado com o intuito de diagnosticar e/ou avaliar a predisposição dos indivíduos à síndrome de burnout, a versão atual do MBI é composta por 22 perguntas fechadas.

Abstract

Occupational health acts as a prevention of illnesses (Group V of ICD-10) that are directly related to work, they can be both physical and mental, usually caused by work routines. Among these, there is a psychological disorder, caused by professional exhaustion, which can be present in stressful work environments such as the call center. Over the years, mass communication has grown significantly, and with-it customer service, that is, telephony and telemarketing services, have grown at the same pace. Operators serve all types of audience, of course, depending on what the Call Center sector offers as a product or service. With the large number of calls, operators are prone to different types of situations during calls. Analyzing factors like these, in the long term, operators can develop psychological health problems, such as Burnout syndrome. This article aimed to verify the presence of symptoms related to the syndrome in telemarketing operators in the face of stressful daily life. The instrument used was an adapted *JBEILI* questionnaire, inspired by the *Maslach Burnout Inventory – MBI*. Thirty-two operators in the Call Center sector, from a company in Cachoeira Paulista-SP participated in this research and the results indicate possible signs of symptoms related to Burnout, thus, the importance of the company adopting preventive measures that favor the quality of worker's life, since good working conditions are correlated with company performance.

Keywords: Burnout, Call center, stress, occupational health, telemarketing.

1. INTRODUÇÃO

A síndrome de Burnout é um transtorno mental causado por fadiga extrema, geralmente relacionada ao trabalho e afeta quase todos os aspectos da vida pessoal. Burnout é resultado direto do estresse², da tensão emocional e do acúmulo de excesso de trabalho, sendo comum entre profissionais que atuam constantemente sob pressão.

Os profissionais de telemarketing são o objeto de estudo, devido as realidades vivenciadas no dia a dia de trabalho. As pressões com que os operadores vivem podem ser fatores muito incisivos para o estresse.

Essa pressão pode ocorrer devido a alguns motivos que fazem parte da rotina dessa área como: a gravação constante do atendimento, controle do tempo, do conteúdo, do comportamento e por fim dos horários e pausas, que também em sua

² O estresse é uma reação natural do organismo que ocorre quando vivenciamos situações de perigo ou ameaça. Esse mecanismo nos coloca em estado de alerta ou alarme, provocando alterações físicas e emocionais. A reação ao estresse é uma atitude biológica necessária para a adaptação às situações novas.

maioria precisa ser cronometrado e seguido.

Além disso, existem outras exigências que esses profissionais enfrentam, como: ter uma voz clara, boa dicção e audição; excelente comunicação verbal; possuir habilidade para lidar com os clientes; maturidade emocional para manter a calma e a paciência mesmo em momentos de pressão; flexibilidade para contornar problemas durante o atendimento; saber trabalhar em equipe e ter foco em resultados.

Considerando que a síndrome de Burnout é um fenômeno que pode prejudicar a vida das pessoas, no que se refere aos campos individuais, profissionais e organizacionais, bem como a importância de uma atuação preventiva por parte das organizações e dos colaboradores, questiona-se o seguinte: os sintomas da síndrome de Burnout estão presentes nos profissionais de telemarketing?

Diante disso, foi realizado um estudo de caso em uma organização de terceiro setor, aplicando um questionário com perguntas fechadas nos colaboradores do setor de Call Center. O questionário foi aplicado de forma on-line, através de um link disponibilizado ao gestor, ele disponibilizou 35 colaboradores do setor para estudo.

Desta forma, o presente artigo teve como objetivo verificar a presença de sintomas da síndrome de Burnout no setor de telemarketing, assim como, as possíveis consequências no ambiente de trabalho, visando maior compreensão acerca do tema estudado; identificando os possíveis impactos da síndrome de Burnout na organização e, por fim, conscientizando as pessoas sobre a importância em identificar esses sintomas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Burnout

Para maior compreensão e entendimento do conceito da síndrome, Pereira (2012), afirma que a síndrome de Burnout é um transtorno psicológico que tem como causa responsável a exaustão extrema. Esse distúrbio está diretamente relacionado ao trabalho e por isso é considerado uma doença ocupacional e, pelo mesmo motivo, tem se tornado um assunto de extrema importância organizacional e social.

Ainda abordando o conceito da síndrome, Lopes Pêgo e Rodrigues Pêgo (2016 p. 172), apresentam que “o termo “Burnout”, de origem inglesa, designa algo que

deixou de funcionar por exaustão de energia. Pode-se dizer que o termo descreve uma síndrome com características associadas, que representam uma resposta aos estressores laborais crônicos”.

Apesar da síndrome de Burnout ter alguns destaques e ser conceituada por diversas pesquisas. Pereira (2002, p. 15), todavia, diz que “alguns autores preferem a manutenção do termo estresse, e, para diferenciá-lo de Burnout, o denominam estresse ocupacional[...]”.

Porém, a síndrome de Burnout é uma resposta ao estresse ocupacional “crônico” que é exemplificado de forma mais detalhada pelos autores seguintes como:

Bezerra e Beresin (2009, p. 352) que afirmam:

Ao se tratar de estresse ocupacional, pesquisas apontam que os profissionais que exercem funções cuja profissão exige contatos interpessoais muito intensos, como em profissões de ajuda e/ou assistenciais, tais como médicos, enfermeiros, bombeiros, e outros, são os mais suscetíveis a adquirir a síndrome de Burnout.

Pereira (2002, p. 14), afirma ainda que:

Os estudos sobre Burnout começaram a se multiplicar a partir dos artigos de Freudenberg (1974,1975), apesar de não haver sido ele o primeiro a falar e se utilizar deste termo para se referir ao esgotamento físico e mental, bem como os transtornos comportamentais observando em profissionais da área da saúde. Porém, sem dúvida alguma, seus artigos figuram como um marco e desencadearam inúmeros outros trabalhos em todo o mundo, ocasionando impacto no meio científico e organizacional.

Schaufeli e Enzmann (1998), descrevem que historicamente as primeiras utilizações de Burnout foram através de Bradley, em um artigo no qual utilizava o termo *Staff Burn-out* (esgotamento da equipe), quando se referia aos desgastes dos trabalhadores assistenciais em 1969.

Porém, a níveis de pesquisa e buscas de informações, o grande autor destaque ainda é Freudenberg, que na maioria das vezes aparece como precursor do termo Burnout.

Ainda de acordo com Pereira (2002, p.21):

A maioria dos autores indicam Herbert J. Freudenberg como o primeiro a utilizar essa denominação em seu artigo *Staff Burn-out*, datado de 1974, para alertar a comunidade científica dos problemas a que os profissionais de saúde estão expostos em função de seu trabalho. No entanto, como aponta Schaufeli e Enzmann (1998), a adoção deste vocábulo já havia ocorrido a Bradley em 1969, propondo uma nova estrutura organizacional a fim de conter o fenômeno psicológico que acomete trabalhadores assistenciais, a que denominou Staff Burnout.

Para Massa et al. (2016, p. 181):

A Síndrome de Burnout se constitui como o conjunto de sintomas relacionados à exaustão emocional, falta de realização pessoal no trabalho e despersonalização. A exaustão emocional, dimensão individual da síndrome, caracteriza-se pelo sentimento de escassez de energia e de recursos emocionais para enfrentar as situações cotidianas do trabalho.

Para Bezerra e Beresin (2009, p. 352):

Burnout é uma experiência subjetiva interna que gera sentimentos e atitudes negativas no indivíduo em relação ao seu trabalho, como insatisfação, desgaste e perda do comprometimento, interferindo em seu desempenho profissional, trazendo consequências indesejáveis para o cliente e para a organização (absenteísmo, abandono do emprego e baixa produtividade). A síndrome de Burnout manifesta-se a partir de sintomas específicos e pode ser concebida por três fatores: exaustão emocional (EE), despersonalização (DE) e sentimentos de reduzida realização profissional (RRP).

Maslach e Suzan Jackson (1981; 1986), também apresentam a síndrome como multidimensional, que é composta por: exaustão emocional, despersonalização e redução da realização pessoal no trabalho.

Diante disso Pereira (2012, p. 159) afirma que:

A exaustão emocional é a dimensão que se refere mais diretamente ao estresse e alude ao esgotamento, tanto físico como mental, levando à sensação de que não se dispõe mais de energia para as atividades cotidianas, em especial as laborais. Em seu bojo traz uma série de sintomas como transtornos do sono, dificuldade de atenção, lapsos de memória, insônia, problemas cardiovasculares, perturbações gastrointestinais, ansiedade, depressão entre outros. Esta é a dimensão considerada central da síndrome e representativa do estresse ocupacional

Já a despersonalização para Pereira (2012, p. 159-160):

Revela a característica defensiva do Burnout pelo desenvolvimento de atitudes e comportamentos desprovidos de interesse e envolvimento emocional com os demais, caracterizando-se pela desumanização no trato com as pessoas e a adoção de cinismo e ironia nas relações. Assim sendo, a adoção do termo desumanização é mais condizente.

Pereira (2012, p.160), por fim, diz que “a realização pessoal nas atividades ocupacionais decresce, dando lugar à ineficiência, à insatisfação, ao sentimento de insuficiência, por conseguinte reduzindo a autoestima”.

De acordo com Bernardo et al. (2016), o indivíduo pode apresentar também, alienação, ansiedade, irritabilidade e desmotivação, que se constituem como dimensões interpessoais da síndrome de Burnout.

A síndrome pode apresentar várias mensagens pelo corpo do ser humano durante um tempo, antes de ser diagnosticada.

Mais recentemente, Alves (2017, p.11) apresentou que:

Somente a partir de 1976 os estudos sobre SB passaram a ter um caráter científico, uma vez que foram construídos modelos teóricos e instrumentos capazes de registrar e compreender este sentimento crônico de desânimo, apatia e despersonalização.

Segundo Cândido e Souza (2016), em 1980 a pesquisa sobre Burnout foi fortalecida e popularizada nos Estados Unidos, também conhecida como fase empírica (ponto de partida dos estudos de enfermagem). Porém, pouco tempo depois, países como Canadá e Inglaterra começaram a discutir sobre este assunto. Por meio da tradução e adaptação de documentos detalhados, outros países se interessaram em pesquisar este assunto também.

Guimarães e Cardoso (2004, p.2) destacam:

O desenvolvimento do conceito de Síndrome de *Burnout* apresenta duas fases em sua evolução histórica: uma fase pioneira, onde o foco esteve na descrição clínica da "Síndrome de *Burnout*", é uma fase empírica em que se sistematizaram as distintas investigações para assentar a descrição conceitual do fenômeno.

Autores como Gallego e Rio (1991), diferenciam a síndrome em três momentos até Burnout se manifestar. Primeiro, as demandas de trabalho são maiores que os recursos materiais e humanos. Segundo o esforço dos indivíduos em se adaptar a respostas emocionais. Por fim, e em terceiro, o indivíduo se coloca em uma situação defensiva, com comportamentos de distanciamento emocional, personalidades estranhas e falta de controle do próprio corpo.

Sendo assim, apresenta Cândido e Souza (2016, p.03) que:

Assim que o tema foi ganhando destaque do público e da comunidade acadêmica, estudiosos começaram a investigar os fatores que desencadeavam a síndrome. Alguns fatores, na época, foram identificados como: altas expectativas tanto com as condições de trabalho, quanto com remunerações melhores; dificuldades para lidar com frustrações; e o individualismo crescente, decorrente da maior pressão para entrega de resultados.

Na maioria das vezes, acredita-se que a Síndrome pode surgir principalmente pela relação operador e empresa, justamente quando ela desenvolve ações e critérios que tratam os funcionários como produtos, onde sua única utilidade é atingir metas.

Por isso, Costa (2002, p.37) afirma que "o comportamento parcialmente cria o ambiente e o ambiente resultante influencia o comportamento".

Para Pereira (2002, p.16):

Considerando os prejuízos e transtornos tanto pessoais como sociais que o Burnout acarreta, na Itália tramita um Projeto de Lei reconhecendo o Burnout

como doença trabalhista. Na Espanha, apesar de ainda não regulamentada, várias sentenças vêm apontando o Burnout como responsável pela incapacidade de profissionais e abrindo precedentes para o estabelecimento legal desta síndrome como enfermidade laboral. No Brasil, a lei nº.3048/99 reconhece a Síndrome de Esgotamento Profissional como doença do trabalho, síndrome essa entendida como sensação de estar “acabado”.

Mesmo com todo contexto histórico, alguns autores destacam seus pontos de vista em relação às causas e percepções da síndrome de Burnout.

Massa et al. (2016), dizem que uma pesquisa realizada no Reino Unido comparou o nível de estresse vivenciado pelos profissionais em diferentes profissões. Além disso, destaca também que a redução de realização pessoal no trabalho ou decepção no trabalho, é caracterizada pela tendência do trabalhador a se autoavaliar de forma negativa, se sentir incapaz, insuficiente, desmotivado e com baixa autoestima, Arraz (2018), também reconhece que a primeira dimensão é a exaustão emocional que se caracteriza pela apatia de sentimento. O esgotamento do trabalho é a principal causa do conflito interpessoal, assim como a sua sobrecarga, que são tidos como componentes originais da síndrome, trazendo consequências físicas e psicológicas para os trabalhadores.

Essas afirmações eram presentes nos textos de Abreu et al. (2015), que também afirmam que são diversos os sintomas dessa síndrome, e os especifica como: “Esgotamento emocional, despersonalização ou desumanização, sintomas físicos de estresse, sinais emocionais frequentes, irritabilidade, manifestações físicas e manifestações comportamentais”. A síndrome pode ser influenciada por inúmeros elementos no ambiente organizacional.

Autores como Abreu et.al. (2005), destacam que na maioria das vezes, a quantidade de afazeres no dia a dia das pessoas, transportes públicos sempre lotados, extensas jornadas de trabalho, podem desenvolver estresse em qualquer faixa etária, aliás tem ocorrido, em pessoas cada vez mais jovens. Desta forma, aumenta a preocupação com a saúde dos trabalhadores, já que esses fatores de cansaço físico e emocional causado pelo ambiente de trabalho podem causar danos que podem ser irreversíveis aos indivíduos vítimas desse grande estresse.

De acordo com Nagoski et.al. (2020), nesses quarenta anos, desde a formulação original, as pesquisas indicaram que o primeiro elemento da síndrome de Burnout é a exaustão emocional e está fortemente ligado a impactos negativos na saúde, nos relacionamentos e no trabalho de cada indivíduo da sociedade.

Considerada uma doença ocupacional, a síndrome Burnout tem afetado diversos trabalhadores de várias profissões. Apesar de não receber o devido destaque, é comum em pessoas submetidas à avaliação de sua clientela.

No entanto, a síndrome de Burnout ainda é uma questão pouco estudada dentro do terceiro setor. A partir desta afirmação, elaborou-se uma busca sobre os indícios da síndrome de Burnout nos profissionais de telemarketing em uma organização de terceiro setor, já que tal síndrome pode ser considerada um grande problema no mundo profissional da atualidade.

De acordo com (Corbal,2015) perita médica previdenciária, a portaria nº 1339 de 18 de novembro de 1999 do MS: instituiu a Lista de Doenças Relacionadas ao Trabalho, e incluiu a Sensação de Estar Acabado (“Síndrome de Burnout”, “Síndrome do Esgotamento Profissional”) (Z73.0), nos transtornos mentais e do comportamento relacionados com o trabalho, tendo como agentes etiológicos ou fatores de risco de natureza ocupacional o Ritmo de trabalho penoso (CID10 Z56.3) e Outras dificuldades físicas e mentais relacionadas com o trabalho (CID10 Z56.6).

No Decreto nº 6.042/2007, que alterou o Regulamento da Previdência Social, aprovado pelo Decreto no 3.048/1999, em seu anexo II que trata sobre agentes patogênicos causadores de doenças profissionais ou do trabalho, conforme previsto no art. 20 da lei no 8.213, de 1991, inseriu na lista B, a síndrome de Burnout, no título sobre transtornos mentais e do comportamento relacionados com o trabalho (Grupo V da CID³-10).

2.2 Telemarketing

A atividade de telemarketing pode ser dividida em telemarketing receptivo e o telemarketing ativo, além disso, pode ser subdividido em diversas atividades cumulativas, que vão desde atender ligações, identificar a necessidade do cliente, até mesmo ajuda com ferramentas de trabalho, sempre mantendo, o profissional, a agilidade e simpatia no atendimento. (Melo, 2011).

³ CID: Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde é uma das principais ferramentas epidemiológica do cotidiano médico. Desenvolvida pela Organização Mundial da Saúde (OMS), tem como principal função monitorar a incidência e prevalência de doenças, através de uma padronização universal das doenças, problemas de saúde pública, sinais e sintomas, queixas, causas externas para ferimentos e circunstâncias sociais, apresentando um panorama amplo da situação em saúde dos países e suas populações.

O telemarketing receptivo é quando o cliente entra em contato com a empresa, e conseqüentemente isso gera algumas características como: novo cadastro na organização, necessidade de um roteiro para a abordagem, nesse formato é o público que comanda a ligação, buscando sempre trabalhar com menos objeções dos clientes etc. (Matoso, 2000).

O telemarketing ativo é quando a empresa entra em contato com o cliente, geralmente para ofertar produtos e serviços, ou, até mesmo receber um feedback dos atendimentos prestados. Nesse caso se torna importante um *script*, uma posição mais ativa do operador para comandar a ligação e conseqüentemente os clientes tem muito mais objeções referentes ao serviço. (Matoso, 2000).

Melo (2011), acrescenta o telemarketing híbrido, que aborda ambos os tipos de atendimento, receptivo e ativo, e que é realizado pelo mesmo operador.

Outros fatores podem influenciar as atividades de um Call Center, como o perfil dos operadores. Cada indivíduo tem suas características particulares que são essenciais para oferecer um bom atendimento ao cliente de acordo com cada necessidade.

Essas características necessárias são descritas brevemente por Mocelin e Silva (2008), que apontam que é essencial que o operador tenha a capacidade de utilizar adequadamente as tecnologias, ter conhecimento básico em informática, além das características individuais como boa dicção, simpatia, boa comunicação, cordialidade e capacidade de realizar negociações.

Com isso, o colaborador precisa também ser ágil, o que leva ao início das manifestações de estresse, uma vez que os operadores começam a ser intensamente testados, porque ao atender é importante que ele ouça, digite, fale e encontre as informações o mais rápido possível, tudo simultaneamente. Além do fato de ter que permanecer sentado em um determinado local durante horas, ampliando assim a expansão dos níveis de estresse pela não movimentação.

De acordo com Faustini (1992), as atividades desenvolvidas pelos operadores de Call Center é o teleatendimento, onde a maior parte é concentrada no telemarketing.

Ao se destacar o teleatendimento, refere-se ao meio de comunicação mais rápido no Brasil até hoje, que é o telefone. Todos os dias são ofertados produtos ou serviços pelo telefone aos consumidores, e com a tecnologia, está cada vez mais

comum as pessoas preferirem resolver seus problemas e realizar comprar sem sair de casa.

Com a crescente comunicação em massa e cada vez mais necessária Melo (2011, p.10) diz que:

A atividade de Telemarketing surgiu no Brasil no final da década de 80 e início da década de 90, trazido principalmente pela alta demanda de serviços bancários e pelo “bum econômico” quando foi utilizado o telefone para dar suporte aos clientes que começavam a utilizar cada vez mais os cartões de crédito e serviços bancários. Devido a grande demanda de atendimento telefônicos, com o passar do tempo foram criadas centrais especializadas neste segmento, foi quando surgiu a nomenclatura de Call Center, que em uma tradução literal significa Centro da Fala.

Ainda explorando o crescimento na comunicação, as demandas de trabalho em setores de Call Center tendem a aumentar cada vez mais, por este motivo Reis (2019, p.11) destaca que “atualmente o teleatendimento no Brasil é uma das áreas que mais contrata, devido à oferta de trabalho, sendo um dos grandes empregadores nacionais, com mais de 1,5 milhão de funcionários nos últimos anos”.

A principal função nesses setores é o atendimento ao público, desde compras e vendas, reclamações e mais especificamente, o setor objeto de estudo, que tem em seus atendimentos os pedidos de orações.

Contudo, Silva (2004), relata que apesar da oferta de trabalho na área de telemarketing crescer cada vez mais, as reclamações dos funcionários que atuam na área aumentam também, devido à remuneração e adoecimentos.

Rocha et al. (2005), também reforçam que a formação de trabalho presente nos Call Centers, impõem situações que ocasionam consequências negativas a saúde dos operadores e, que de alguma forma, seguem características do modelo Taylorismo, refletindo a questão intelectual e psicológica do colaborador.

Sobre as atividades de um setor de Call Center, Assunção e Vilela (2003), destacam de maneira clara as pressões e rigidez sofridas pelos operadores, onde as telas dos computadores medem em tempo real.

Mais adiante Silva (2004), reafirma dizendo que alguns setores podem adotar os códigos através das cores azul, amarelo e vermelho, que podem indicar tempos de atendimentos; tempo para as necessidades fisiológicas, tempo cronometrados para lanches etc.

A organização de trabalho exigida nos Call Centers, destaca em sua característica um monitoramento e uma pressão sobre os colaboradores. Esses

fatores impedem que os operadores manifestem suas emoções, ocasionando desta forma, problemas como alto índice de afastamento e rotatividade do trabalho.

Fonseca et al. (2009) destaca que esses empregos são compostos principalmente por jovens de classes populares e graduados do ensino médio. A contratação da mão-de-obra juvenil se explicaria por causa da baixa exigência de qualificação formal (ensino médio e conhecimento básico de informática) na empresa, o atrativo do setor está em trabalhar 36 horas semanais, isso obviamente permite que eles levem em consideração o trabalho e o estudo.

Veras (2006), apresenta alguns fatores que são muito prejudiciais aos operadores, como por exemplo, a má postura ao sentar-se por tanto tempo, o uso constante da voz junto com o ar-condicionado, o que pode apresentar constante sintomas gripais, controle e restrições nas necessidades fisiológicas e por fim a possível perda auditiva a longo prazo, devido ao uso constante dos headsets.

Esses conceitos de uso de sentido com intensidade e com pressão são reforçados por Melo (2011, p.17) que também afirma que:

Durante um atendimento, o atendente terá que ouvir, falar, digitar ou escrever e ver tudo de uma só vez. Sua audição estará constantemente em uso, pois o *headset* acoplado ao ouvido emitirá sons de recebimento de chamada, gritos dos clientes irritados, barulhos externos e interferências na ligação, tudo isso sem deixar transparecer ao cliente qualquer tipo de insatisfação.

Ao longo do tempo, autores reafirmam as pressões presentes em um setor de Call Center, como por exemplo, Fonseca et al. (2009, p.03) que nos mostram que “uma característica muito comum em Call centers é a existência de pressões para que o atendente tenha um bom rendimento e consiga bater as metas estabelecidas para ele.”

É importante destacar brevemente que, estabelecer e atingir metas tem haver com o Marketing que precisa ser presente nas empresas, e que exige também criatividade e paciência.

Honorato e Oliveira (2015, p.02 e 03) dizem que:

O serviço prestado pelo atendente de telemarketing é bastante complexo e dinâmico que demanda paciência, concentração e agilidade. Ter que lidar com diferentes tipos de clientes, alcançar metas e resultados e prestar um serviço de qualidade, são tarefas que o profissional de telemarketing tem que desenvolver diariamente.

Segundo Silva e Silva (2016, p.18):

Marketing é uma palavra em inglês originada em “market”, que significa

mercado. Na verdade, essa palavra deriva do latim “mercare”, que definia o ato de comercializar produtos na antiga Roma. Enquanto tudo o que se produzia era vendido, ou melhor, era comprado, não havia a necessidade de um esforço adicional de vendas e, portanto, o marketing era desnecessário. Somente no século passado constatou-se a necessidade do marketing.

Mascarenha (2013, p.10), afirma que “o Marketing, aplicado dentro de seu fundamento teórico, tem se tornado a estratégia mais eficiente na captação de clientes para as empresas”.

Silva e Silva (2016, p.18 e 19) também destacam que:

O trabalho do profissional de marketing começa muito antes da fabricação do produto e continua muito depois da sua venda. Ele é um investigador do mercado, um psicólogo, um sociólogo, um economista, um comunicador, um advogado, reunidos em uma só pessoa. Engloba alguns conceitos básicos: mercados-alvo e segmentação, profissionais de marketing e clientes potenciais, necessidade, desejo, demanda, produto, oferta, valor satisfação, troca e transações, relacionamento, concorrência.

Os jovens geralmente são o maior público como operadores de telemarketing, justamente por serem pessoas que acabaram de concluir o ensino médio, momento em que inserir os jovens no mercado de trabalho é mais complicado. Esses mesmos jovens, veem nos setores de Call Center possibilidades, considerando que essa atividade não exige muita experiência na área.

No entanto, observa-se um tendência de mudança descrita por Lima (2007, p.31):

A rotatividade de trabalhadores, uma característica também marcante neste segmento, tem obrigado as empresas de Call center a oferecer apenas um treinamento específico para a atividade de teleoperador dado que a atividade definiu-se fundamentalmente de capacitação técnica [...] assim esses profissionais são terminantemente treinados para atender tecnicamente um determinado produto, seja para atender dúvidas e reclamações, seja para vendê-lo, embora seja de senso comum que nem sempre o cliente encontra as respostas que procura numa central de atendimento.

Mas, ainda de acordo com Lima (2007), a contratação nesses setores é baseada na redução de custo, sendo assim, esses jovens sem experiência profissional, que pertencem a classes mais desfavorecidas e com uma certa imaturidade emocional, estão longe de serem um dos favorecidos com o treinamento.

3. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do referido artigo utilizou-se de pesquisas bibliográficas, pois, este método proporciona o alargamento da visão e permitem a

análise da dinâmica dos processos em sua complexidade, o que impacta na construção e contribuição do conhecimento científico.

Sendo um estudo de caso x a pesquisa é de característica qualitativa, com o objetivo de investigar a proposta apresentada no projeto, sendo assim, Minayo, em seu artigo (2001, p. 21) afirma que “a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares”.

A realização da pesquisa bibliográfica foi através de livros, artigos e revistas acadêmicas relacionadas ao tema proposto. Assim, como pensou Dilthey (1956), precisa-se de bases para caminhar em conhecimento.

Yin (2015, p.04), diz que “o estudo de caso é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados”.

Ventura (2007, p.385), diz que o estudo de caso “é apropriado para pesquisadores individuais, pois dá a oportunidade para que um aspecto de um problema seja estudado em profundidade dentro de um período de tempo limitado”.

Ainda abordando sobre o estudo de caso, Yin (2001) afirma que, o estudo de caso é mais uma possibilidade de aprofundamento do estudo. Portanto, paciência e tempo suficientes devem ser reservados para realizar esta tarefa.

Para Ventura (2007, p.385):

A primeira fase consiste em delimitar a unidade que constitui o caso, o que exige habilidades do pesquisador para perceber quais dados são suficientes para se chegar à compreensão do objeto como um todo. Como nem sempre os casos são selecionados mediante critérios estatísticos, algumas recomendações devem ser seguidas: buscar casos típicos (em função da informação prévia aparentam ser o tipo ideal da categoria); selecionar casos extremos (para fornecer uma ideia dos limites dentro dos quais as variáveis podem oscilar); encontrar casos atípicos (por oposição, pode-se conhecer as pautas dos casos típicos e as possíveis causas dos desvios).

Seguindo as orientações de Ventura (2007), delimitou-se a instituição que seria realizado o estudo. Sendo assim, foi escolhida uma organização de grande porte situada na cidade de Cachoeira Paulista-SP, escolhida por conveniência, pois o setor de Call Center era de interesse da nossa pesquisa, e o acesso aos operadores seria mais ágil. Uma vez que se deu o conhecimento da especificidade, em relação ao esgotamento físico, despersonalização, estresse e entre outros sinais do Burnout.

Como instrumento de coleta de dados adotou-se um questionário com perguntas fechadas, a ser aplicado nos colaboradores do setor de Call Center. O

referido instrumento de coleta de dados constituiu-se de questionamentos em que apresentam diversas situações diretamente relacionadas ao sentir do colaborador no tocante ao exercício da atividade profissional, com o objetivo de descobrir se há indícios de sintomas da síndrome de Burnout. Como alternativas de respostas, os participantes da pesquisa indicaram em que frequência vivenciam as situações apresentadas no ambiente de trabalho, variando de “nunca” até “diariamente”. O questionário aplicado foi o *JBEILI* adaptado e inspirado no *Maslach Burnout Inventory – MBI*, contendo 22 perguntas sendo 2 inseridas pelos alunos responsáveis pela pesquisa.

O questionário foi enviado ao responsável pelo setor para uma prévia avaliação e autorização, e foram solicitadas algumas alterações como a remoção da questão de número 8, que se referia a perspectiva salarial do colaborador e outras 3 questões foram alteradas, sem perder o sentido inicial. Os estudantes atenderam as solicitações do setor, pois estas, não interferiria no resultado da pesquisa.

Após a autorização, com as devidas alterações no questionário, foi enviado via e-mail ao gestor, que disponibilizou 35 de seus colaboradores para compor a pesquisa. Um questionário com perguntas claras para não surgir dúvidas, mas caso surgir-se, os autores estavam à disposição via WhatsApp em um número também disponibilizado via e-mail, para atender a todos e tirar toda e qualquer dúvida.

O questionário em discussão foi montado no Google Forms e aplicado de forma on-line através de um link disponibilizado aos 35 operadores do setor, assim como uma autorização, que permitiu a utilização das respostas no projeto. Após a aplicação deste questionário, pode-se identificar se existem sintomas ou não da Síndrome de Burnout presentes nos operadores de Telemarketing, assim, como uma sugestão de prevenção a ser implantado nos Call Centers.

Por fim, 32 colaboradores responderam a pesquisa, no horário de expediente disponibilizado pelo responsável e analisado posteriormente pelos alunos autores da pesquisa.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

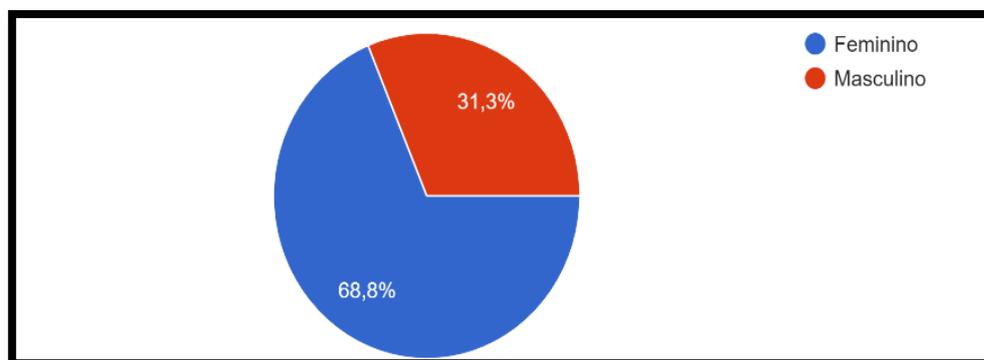
Os resultados obtidos a partir da aplicação da metodologia descrita

anteriormente, apresenta de forma clara, através dos gráficos gerados, as respostas do questionário. O setor de Call Center da referida empresa é constituído por 164 colaboradores, e funciona 24 horas por dia, 7 dias semanais. Porém, apenas 35 funcionários do setor foram autorizados a participar da pesquisa.

A empresa possui como demanda atendimentos com pedidos de orações, informações sobre a empresa, compras e vendas, testemunhos e entre outras atividades desenvolvidas. Os resultados estarão presentes nos seguintes gráficos, que permitiu identificar se a questão apresentada como problemática nesse trabalho foi respondida. E assim, sugerir possibilidades de prevenções, porque mais importante que tratar o problema é tentar garantir que ele não ocorra.

Como complemento dos resultados observa-se que a quantidade de participantes da pesquisam representa aproximadamente 20% da quantidade total de colaboradores.

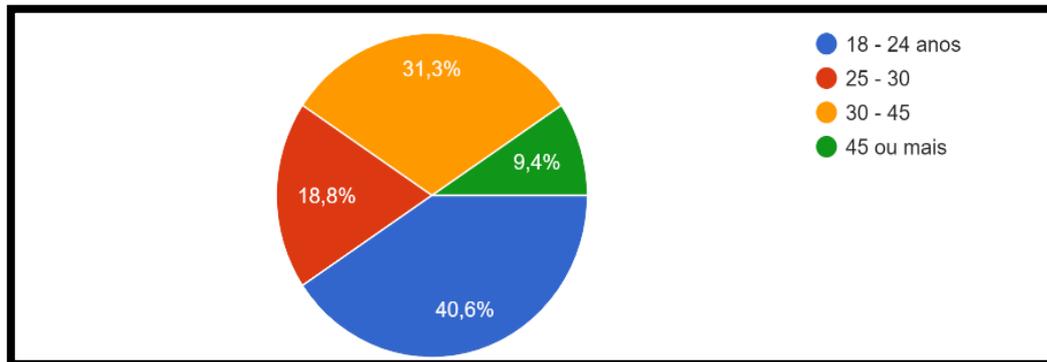
Gráfico 1 - Qual o seu gênero?



Fonte: Os autores (2021)

Das 32 respostas do questionário em discussão, nota-se que existe uma preponderância do gênero feminino com 22 respostas (68,8%), e em relação ao gênero masculino com 10 respostas (31,3%).

Gráfico 2 - Qual sua faixa etária?

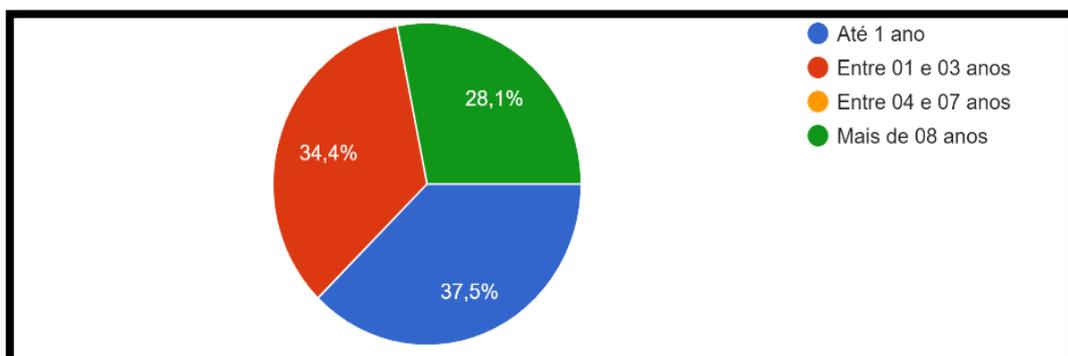


Fonte: Os autores (2021)

No que se refere a faixa etária dos respondentes, observa-se que a maioria é de jovens com idade entre de 18 a 24 anos, com 13 respostas (40,6%), logo em seguida os colaboradores entre 30 a 45 anos com 10 respostas (31,3%), entre 25 a 30 com 6 respostas (18,8%) e em última colocação 45 mais com 3 respostas (9,4%).

Venco (2008), afirma que a maior parte dos colaboradores deste setor é formada por jovens, de 18 a 25 anos, prioritariamente mulheres, sendo a grande maioria, jovens que cursaram o ensino médio em escolas públicas. Justamente porque a inclusão desses jovens no mercado de trabalho é mais lenta e dificultosa.

Gráfico 3 - Tempo de serviço no Call Center da empresa?



Fonte: Os autores (2021)

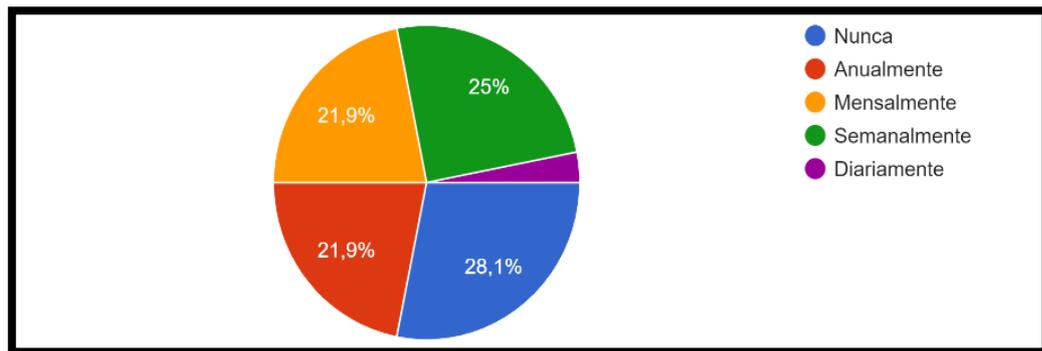
Ao analisar o gráfico 3, pode-se verificar que entre os 32 entrevistados, 12 pessoas estão no setor há um ano (37,5%), 11 pessoas entre 01 e 03 anos atuando na organização e 9 pessoas há mais de 08 anos, e não tivemos resultado com pessoas que trabalham atualmente entre 04 e 07 anos, no setor.

É possível observar no gráfico 3 sinais de rotatividade, considerando que a empresa já existe a 17 anos no mercado e basicamente 70% dos operadores

pesquisados estão na empresa a pouco tempo.

Com isso Chiavenato (2006), informa que a rotatividade de pessoal é um importante indicador de desempenho. Não é a causa, mas sim o efeito e basicamente a consequência de fenômenos que ocorrem interna e externamente que interferem no comportamento do pessoal.

Gráfico 4 - Sinto-me esgotado (a) emocionalmente.

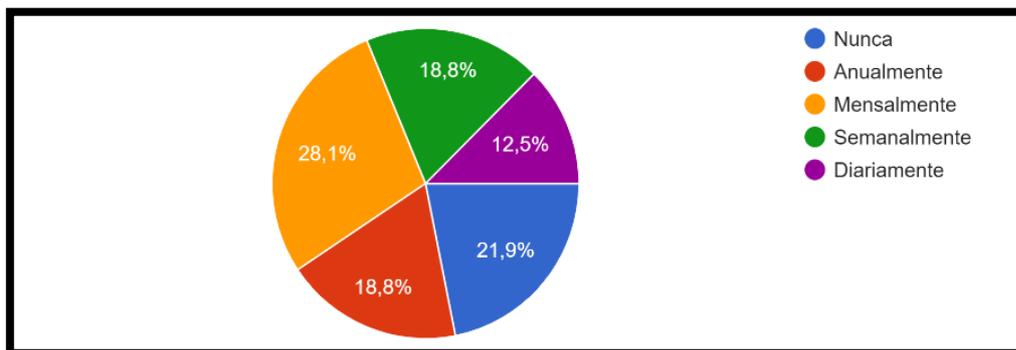


Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 4, nota-se que 9 colaboradores (28,1%) nunca estão esgotados emocionalmente, sendo 8 (25%) se sentindo esgotado semanalmente e em seguida um empate com 7 respostas (21,9%) mensalmente e anualmente. E por fim, apenas 1 colaborador, ou seja, (3,1%) respondeu que se sente esgotado diariamente.

De acordo com Patrício et.al (2020), a Exaustão Emocional (EE) representa o componente individual do estresse no Burnout, e caracteriza-se pelo esgotamento de energia física e psíquica do profissional para lidar com situações estressoras e de altas exigências no trabalho. O que pode ser muito comum em um setor de Call Center conforme dissertado no referencial.

Gráfico 5 - Sinto-me excessivamente exausto ao final do dia.



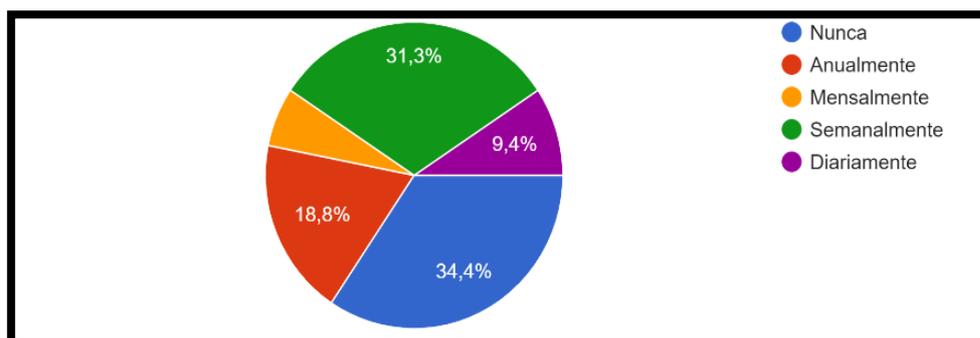
Fonte: Os autores (2021)

O gráfico 5 mostra que 6 colaboradores (18,8%) sentem -se exaustos anualmente, 9 (28,1%) colaboradores se sentam exaustos mensalmente, 7 operadores (21,9%) marcaram a alternativa nunca, e por fim, 6 (18,8%) dos colaboradores sentem-se exaustos semanalmente. Contudo, apenas 4 (12,5%) colaboradores estão diariamente exaustos ao final do dia.

De acordo com Lima (2007), condições de trabalhos desfavoráveis e altos níveis de pressão podem causar estresses e exaustão nos teleoperadores, e pode passar de um para o outro como uma contaminação.

Com isso, apesar de apenas 4 operadores apresentarem exaustão diariamente é importante que a gestão do setor fique atenta aos indícios de sintomas.

Gráfico 6 - Levanto-me cansado (a) e sem disposição para realizar tarefas.



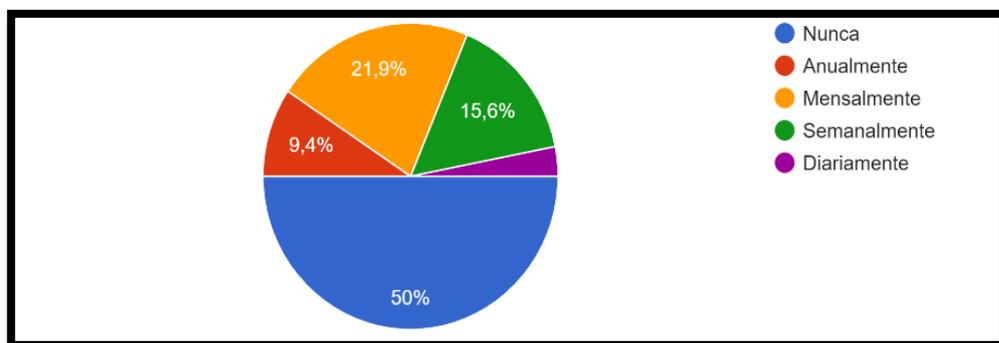
Fonte: Os autores (2021)

Ao analisar o gráfico 6, pode-se verificar que 11 (34,4 %) colaboradores nunca se levantam cansados para realizar as tarefas, 18,8% dos colaboradores se sentem sem disposição anualmente, 3 (9,4%) colaboradores se sentem diariamente sem disposição e por fim, 2 colaboradores estão indispostos mensalmente.

Para Lima (2007), funcionários sem disposição para realizar suas tarefas comprometem a produtividade e por consequência os negócios da empresa. Assim, os teleoperadores ao verem que tem baixa produtividade e estão abalados emocionalmente, ficam cada vez mais estressados com a possibilidade de serem punidos e/ou demitidos.

Tal pressão e preocupação podem gerar cada vez mais sintomas relacionados a Burnout.

Gráfico 7 - Envolvo-me com facilidade nos problemas dos outros.



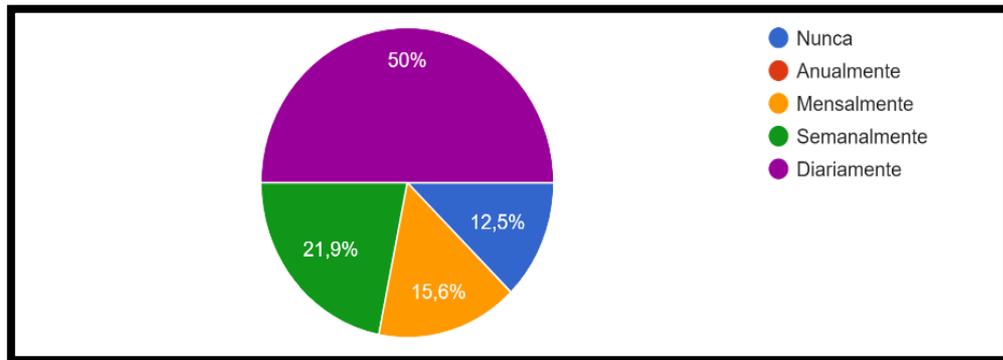
Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 7 é evidente que 16 (50%) dos colaboradores nunca se envolvem com facilidade nos problemas alheio, 7 (21,9%) dos colaboradores se envolvem nos problemas de outras pessoas mensalmente, 5 (15,6%) semanalmente, 3 (8,4%) pessoas anualmente, e 1 (3,1%) pessoa diariamente.

Em um ambiente de trabalho onde as pessoas passam a maior parte do tempo de seus dias e de suas semanas, isso pode ser muito comum, de acordo com Ribeiro e Santana (2015). Os funcionários passam a maior parte do tempo em organizações, porque, buscam atingir objetivos pessoais. A relação entre pessoas e organizações é mútua e a sobrevivência de ambas as partes depende uma da outra.

Porém, envolver-se facilmente nos problemas dos outros não significa um bom sinal, já que pode prejudicar cada um a lidar com suas próprias emoções e seus próprios problemas.

Gráfico 8 - Trato algumas pessoas como se fossem da minha família.

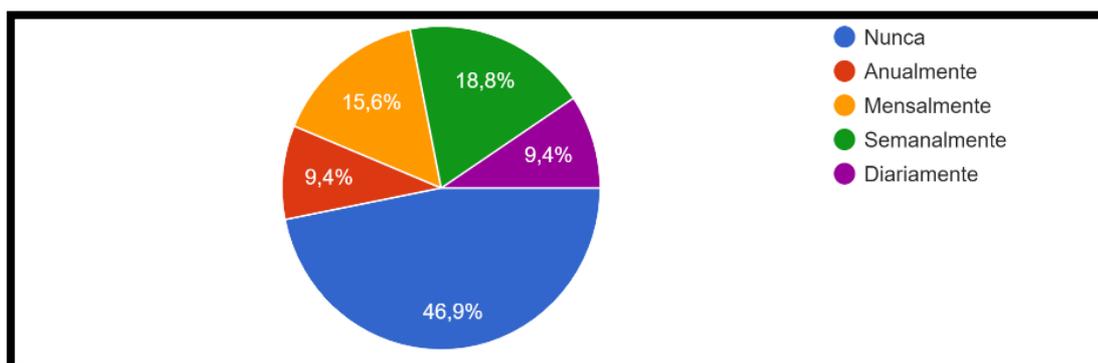


Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 8 é evidente que a metade dos colaboradores tratam algumas pessoas como se fossem da família, exposto por 16 (50%) pessoas, em seguida de 7 (21,9%) pessoas que realizam esse trato semanalmente, 5 (15,6%) mensalmente e com 4 (12,5%) pessoas nunca trata algumas pessoas como se fosse da família.

Araújo e Polsin (2017, p.18), apontam que tratar pessoas como se fossem da família é necessário “[...] entender como qualidade de vida no trabalho e interação familiar se relacionam torna-se relevante para buscar a melhoria da qualidade de vida do colaborador.”

Gráfico 9 - Tenho que despende grande esforço para realizar minhas tarefas laborais.



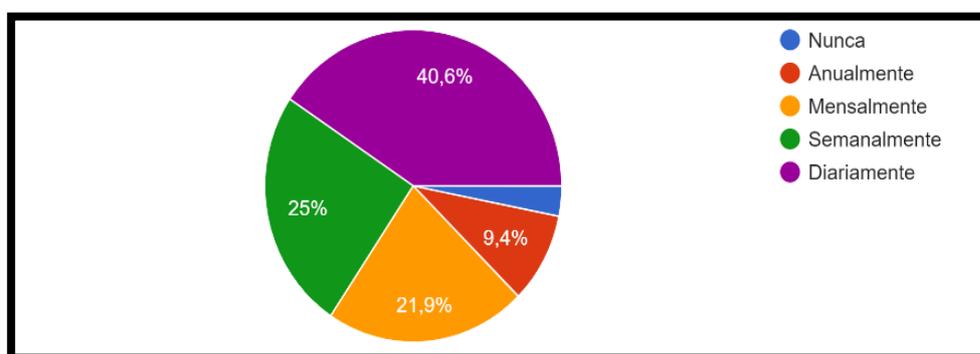
Fonte: Os autores (2021)

O gráfico 9 mostra que 15 (46,9%) colaboradores nunca precisam despende grande esforço para fazer suas atividades laborais, 6 (18,8%) colaboradores afirmam que semanalmente precisam de esforço para realizar suas atividades, outros 5 (15,6%) ressaltam que precisam mensalmente e, com um empate de 3 (9,4%) colaboradores sentem-se com necessidade de despende grandes esforços anualmente e diariamente.

Santos (2016, p.08), diz que “[...] a grande maioria dos trabalhadores sofreu, sofre ou sofrerá situações de descontentamento, de desgaste emocional, de sentimento de injustiça e conflitos interpessoais no trabalho.

Isso faz com que os dias de trabalhos se tornem exaustivos e longos demais, gerando a necessidade de grandes esforços para realizar as tarefas, como se fosse uma “tortura” o dia a dia na empresa.

Gráfico 10 - Acredito que eu poderia fazer mais pelas pessoas assistidas por mim.

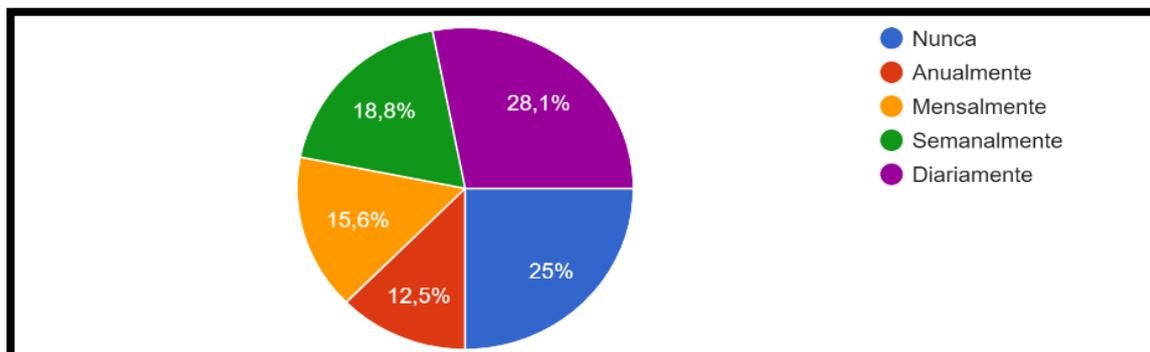


Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 10 pode-se analisar que 13 (40,6%) colaboradores responderam que deveriam fazer mais pelas pessoas ao seu redor diariamente, 8 (25%) colaboradores responderam com semanalmente, 7 (21,9%) responderam com mensalmente, 3 (9,4%) disseram que anualmente e 1 (3,1%) dos colaboradores indicaram nunca como resposta.

Santos (2016, p.13), aponta que “quando as necessidades sociais não estão suficientemente satisfeitas, a pessoa se torna resistente, e até hostil com relação às pessoas que a cercam”. Isso ajuda a exemplificar e a considerar, algumas razões pelas quais alguns colaboradores, sentem-se em dívidas com as pessoas assistidas por eles.

Gráfico 11 - Sinto que sou uma referência para as pessoas que lido diariamente.



Fonte: Os autores (2021)

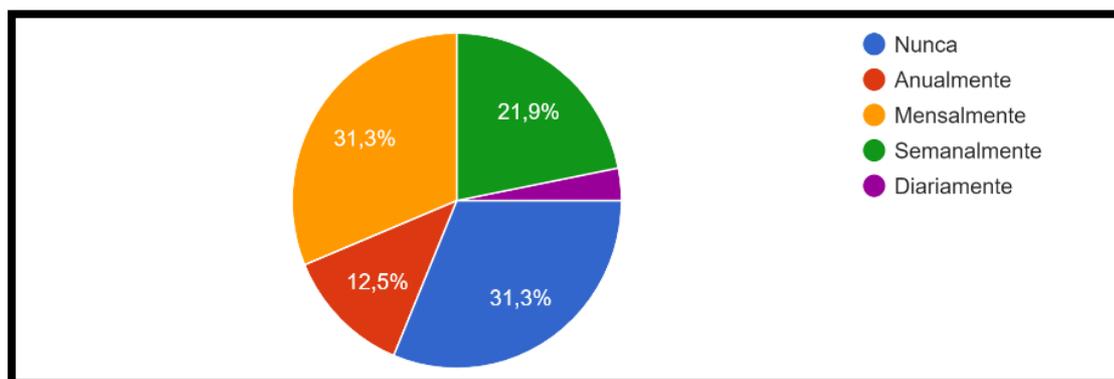
O gráfico 11 relata as respostas dos colaboradores que sentem que são referências para os colegas de trabalho que lidam diariamente. Assim, 9 (28,1%) dos colaboradores apontam que são referências para pessoas ao seu redor, 8 (25%) responderam que nunca são referências, 6 (18,8%) sentem que semanalmente são referências, 5 (15,6%) operadores responderam mensalmente e 4 deles consideram que anualmente são referências para pessoas ao seu redor.

Fatores motivacionais, podem ser o motivo pelos quais algumas pessoas se sentem referências. Pessoas motivadas, transparecem de uma certa forma um melhor entusiasmo, e conseqüentemente melhores resultados, isso, as tornam referências onde as demais se orientam.

Por isso, de acordo com Antunes, Berlato e Stefano (2013, p.03):

Pode-se dizer que cada pessoa tem suas próprias orientações motivacionais e por esse motivo, torna-se difícil entender e aceitar o que motiva o outro. Essas diferentes necessidades que existem no interior de cada indivíduo são comparadas aos desejos, que quando supridos tornam a pessoa satisfeita e quando não, insatisfeita.

Gráfico 12 - Sinto-me com pouca vitalidade, desanimado (a).



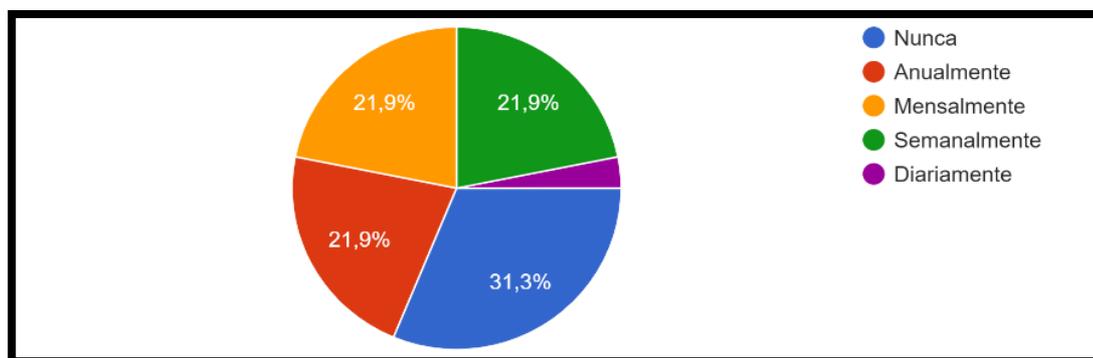
Fonte: Os autores (2021)

Diante do gráfico 12, pode-se notar que 10 (31,3%) colaboradores da instituição nunca se sentem com pouca vitalidade e desanimados e em seguida, com a mesma porcentagem, colaboradores apontam que se sentem desanimados mensalmente. 7 (21,9%) colaboradores sentem-se desanimados semanalmente, 4 (12,5%) colaboradores ficam anualmente desanimados e 1 (3,1%) colaborador sente-se esgotado diariamente.

Moraes (2017), destaca que, geralmente, a pouca vitalidade é mais comum nos idosos, já em pessoas jovens pode significar em alguns casos estresse e exaustão emocional.

Para Fernandes (2009), estar desanimado pode gerar desmotivação, e a desmotivação pode gerar um ambiente de fofoca, de indisciplina, de falta de vontade para exercer as tarefas e o colaborador pode se travar para adquirir novos conhecimentos.

Gráfico 13 - Não me sinto realizado (a) profissionalmente.



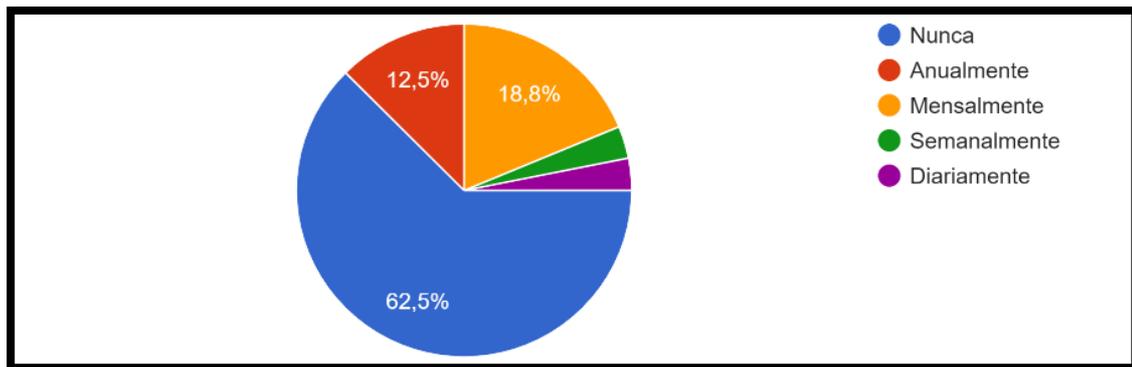
Fonte: Os autores (2021)

Como pode-se analisar no gráfico 13, das 32 respostas obtidas, 10 (31,3%) sempre se sentem realizados profissionalmente, 7 (21,9%) colaboradores não sentem realizados anualmente e com empate nas questões, com 7 (21,9%) respostas também, mensalmente e semanalmente e por último 1 (3,1%) colaborador não se sente realizado diariamente.

Apesar do baixo índice, é importante entender por qual motivo as pessoas podem se sentir não realizadas profissionalmente. Sendo assim, para Hirsch e Zonatto (2017, p. 04) “O ser humano busca sua realização na valorização recebida pela empresa na qual exerce atividades. [...], tendo valor e percebendo que seu trabalho pode se tornar um diferencial, não querendo ser apenas uma pessoa qualquer.

De acordo com o gráfico observa-se que o índice de colaboradores que vivencia essa insatisfação é pequeno.

Gráfico 14 - Não sinto mais tanto amor pelo meu trabalho como antes.

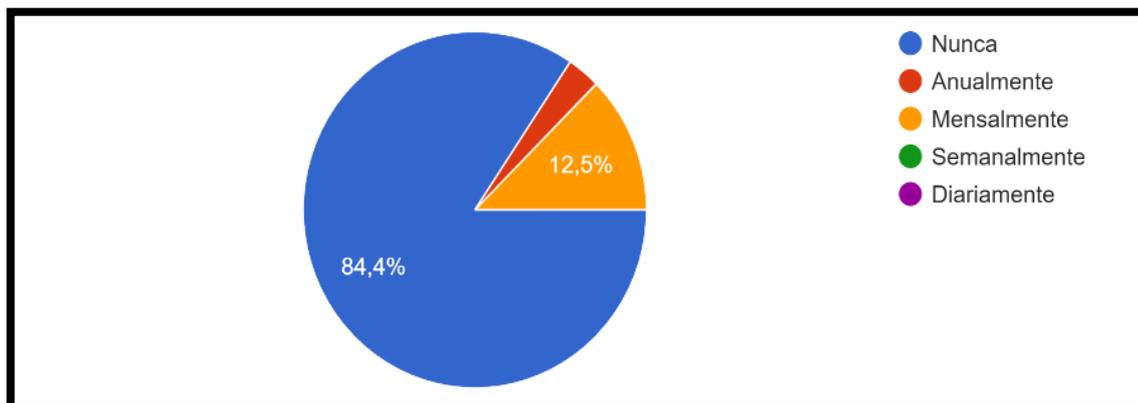


Fonte: Os autores (2021)

Ao analisar-se o gráfico 14, 20 (62,5%) colaboradores continuam sentindo o mesmo amor pelo trabalho, 6 (18,8%) colaboradores responderam mensalmente, 4 (12,5%) anualmente e um empate nas alternativas semanalmente e diariamente com 1 (3,1%) resposta.

Colaboradores motivados e realizados com o setor que atuam e com as atividades que realizam, tendem a ter na maioria das vezes melhores resultados de produtividade, por isso, Antunes et.al (2013, p.03), aborda que a “[...] realização pessoal é aliada com a satisfação ou realização por aquilo que desempenham na organização. No entanto, o que se observa é que infelizmente muitos trabalhadores não possuem motivação por aquilo que fazem”.

Gráfico 15 - Não acredito mais naquilo que realizo profissionalmente.



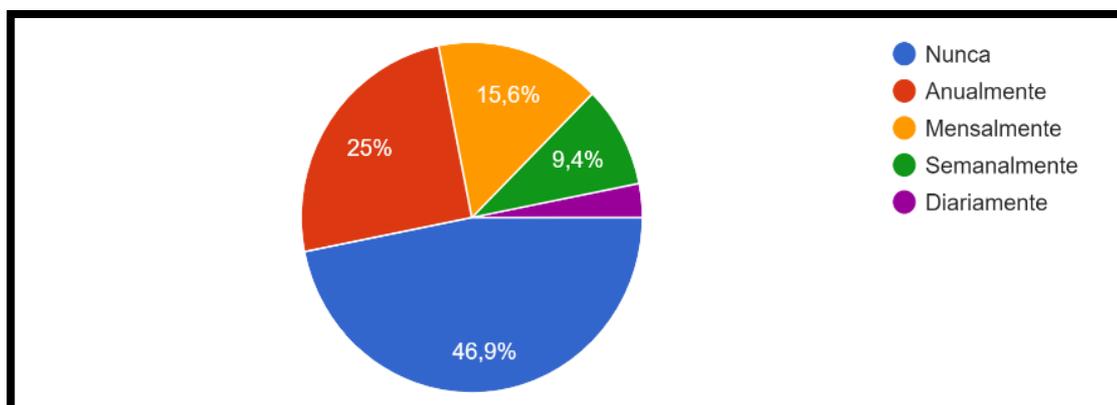
Fonte: Os autores (2021)

Nota-se que no gráfico 15, 27 (84,4%) operadores responderam nunca, 4 (12,5) colaboradores não se sentem mensalmente realizados profissionalmente e por fim, 1 (3,1%) resposta com anualmente.

De acordo com o gráfico, 84,4 % dos colaboradores acreditam no que realiza, o que é muito positivo. Como percebido nos gráficos anteriores, a motivação está de alguma forma presente no setor.

Moura e Silva (2018, p. 03), afirmam que “[...] o trabalho tem sido visto cada vez mais como um ambiente de desenvolvimento humano, no qual uma atividade executada de forma motivadora e eficiente reflete o alcance dos potenciais do indivíduo.”

Gráfico 16 - Sinto-me sem forças para conseguir algum resultado significativo.



Fonte: Os autores (2021)

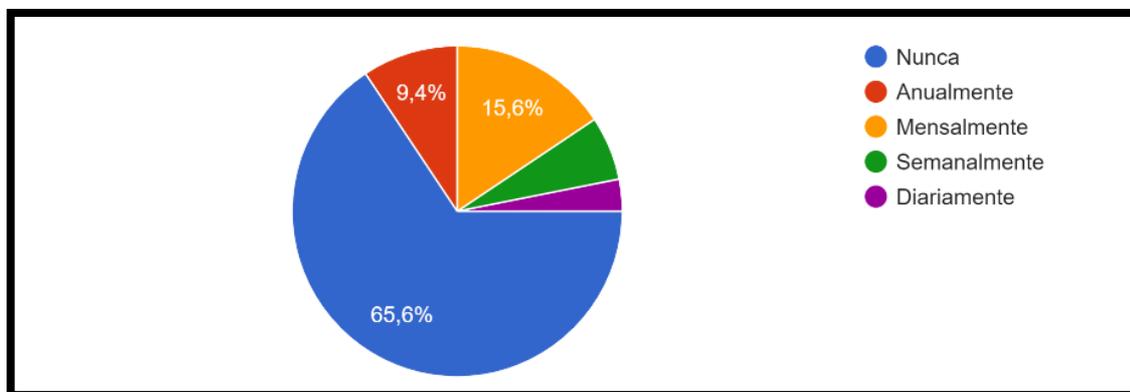
O gráfico 16 mostra que 16 (48,9%) dos colaboradores nunca se sentem sem força para conseguir algum resultado, 8 (25%) colaboradores responderam

anualmente, 5 (15,6%) responderam mensalmente, 3 (9,4%) semanalmente e por último, 1 (3,1%) repostada com diariamente.

É notório que 48,9% dos operadores nunca se sentiram sem forças para conseguir um resultado significativo, e mais uma vez, pode estar relacionado a motivação.

Segundo Maslow (1943), a teoria de motivação através das necessidades é a mais conhecida por abordar 5 necessidades básicas do ser humano: as fisiológicas, a fome, o abrigo, o sexo e a sede.

Gráfico 17 - Sinto que estou no emprego apenas por causa do salário.



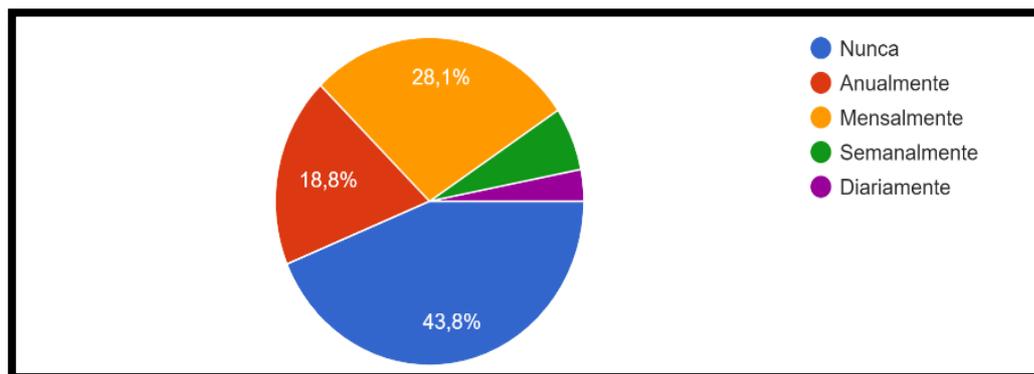
Fonte: Os autores (2021)

O gráfico 17 mostra que 21 (65,6%) colaboradores não estão no emprego apenas pelo salário, 5 (15,6%) respostas mensalmente, 3 (9,4%) respostas anualmente, 2 (6,3%) respostas semanalmente e 1 (3,1%) colaborador respondeu diariamente.

De forma positiva, observa-se que o salário não é um dos fatores motivadores dos respondentes, o que é interessante, pois de acordo com Blecher (2011), geralmente funcionários movidos apenas pelo fator salário, se frustram e se desmotivam rapidamente.

É claro que um incentivo financeiro, sempre é bem-vindo, porém, mais importante que isso, é o colaborador se sentir reconhecido por seus esforços e dedicação. Então, Souza (2016, p. 08), diz que “reconhecer um colaborador é mais que dar gratificações, bônus e um bom salário no final do mês. Mas sim, quando ele é reconhecido pelo seu desempenho eficaz no seu trabalho”.

Gráfico 18 - Tenho me sentido mais estressado (a) com as pessoas que atendo.



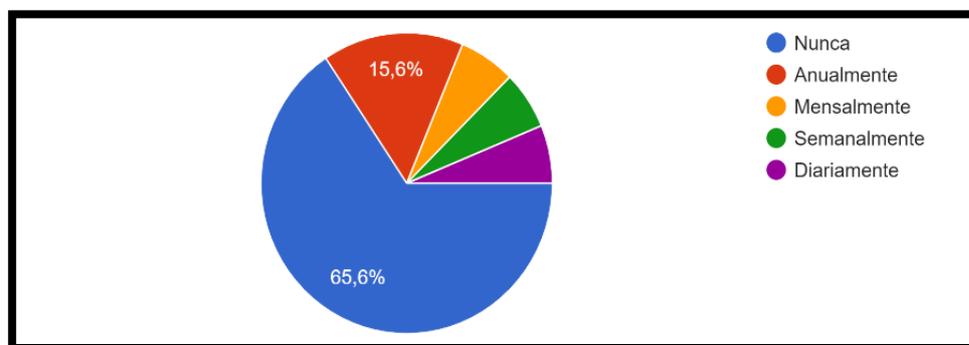
Fonte: Os autores (2021)

Ao analisar o gráfico 18, 14 (43,8%) dos funcionários responderam que nunca se sentiram estressados com as pessoas que atendem, 9 (28,1%) respostas para mensalmente, 6 (18,8%) colaboradores responderam anualmente, 2 (6,3%) respostas semanalmente e por último 1 (3,1%) repostas diariamente.

O teletendimento aumenta cada vez mais ao decorrer dos anos, porque, a demanda de consumidores que preferem resolver problemas diretamente de casa e receber informações só aumenta. Consequentemente, a quantidade de ligações aumenta e com elas as objeções dos clientes, se tornando então um fator de estresse.

Para Glassman & Hadad (2006), cada indivíduo pode reagir de alguma maneira aos fatores de estresse. O grau de estresse vivenciado não se relaciona somente com situações que o causaram, mas também com o modo em que o indivíduo reage.

Gráfico 19 - Sinto-me responsável pelos problemas das pessoas que atendo.



Fonte: Os autores (2021)

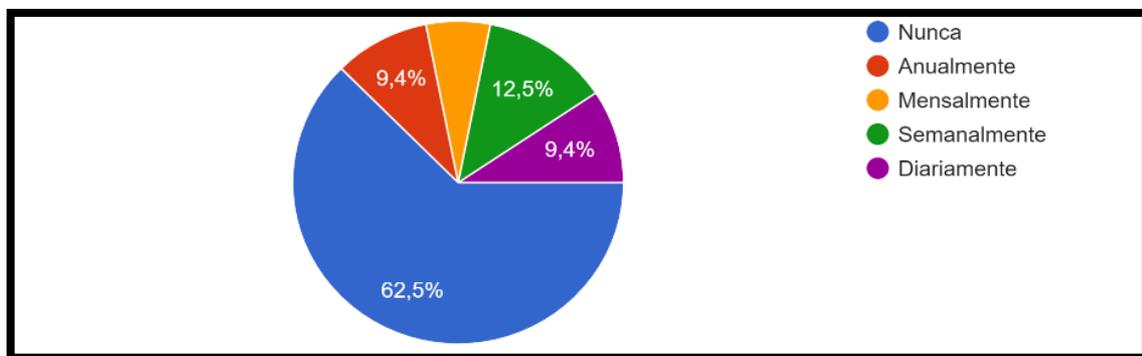
No gráfico 19, 21 (65,6%) pessoas nunca se sentiram responsáveis pelos problemas das pessoas que atende, 5 (15,6%) respostas anualmente e 2 (6,3%)

respostas de cada ficaram mensalmente, semanalmente e diariamente.

Clientes com muitas objeções ou até mesmo ásperos durante o atendimento podem causar essa sensação de responsabilidade no operador, de acordo com Costa et.al (2015 p.155 e 156):

Em meio a um cenário de progressos e evoluções tecnológicas, os clientes estão cada vez mais exigentes, seletivos, sofisticados e com um alto grau de expectativas em relação ao atendimento, ou seja, ansiosos para que os problemas sejam prontamente atendidos.

Gráfico 20 - Sinto que as pessoas me culpam pelos seus problemas.



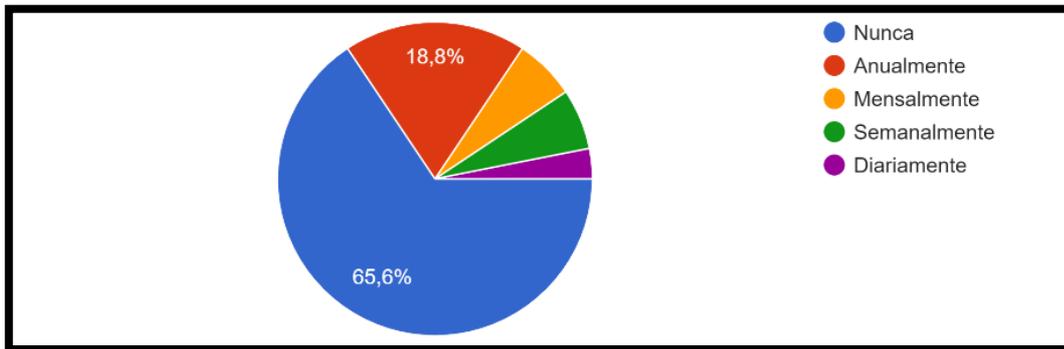
Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 20 observa-se que 20 (62,5%) colaboradores responderam nunca, 4 (12,5%) respostas semanalmente, em seguida um empate de 3 (9,4%) respostas anualmente e diariamente e por último 2 (6,3%) repostas com diariamente.

Silva (2010, p. 13), aponta que “os seres humanos vivem em sociedade, no transcorrer de suas vidas trocam experiências, transmitindo suas emoções, compartilhando seus problemas, influenciando e muitas vezes manipulando”.

Isso também pode ocorrer em ligações, principalmente no atendimento receptivo, onde os clientes entram em contato para reclamar de determinado produto ou serviço, geralmente costumam culpar o atendente.

Gráfico 21 - Penso que não importa o que eu faça, nada vai mudar no meu trabalho.



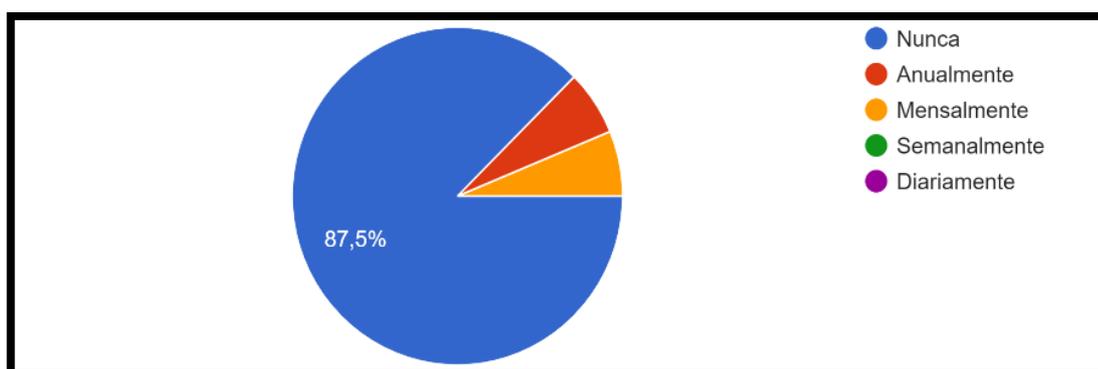
Fonte: Os autores (2021)

No gráfico 21, das 32 respostas, 21 (65,5%) dos colaboradores responderam que nunca. Em seguida 6 (18,8%) responderam anualmente, nas alternativas mensalmente e semanalmente nota-se um empate com 2 (6,3%) respostas em cada e por último, 1 (3,1%) resposta para diariamente.

Fernandes (2009, p.10), aborda que “um empregado poderá ter todos os títulos possíveis de sua carteira e, no entanto, estar desmotivado, sem vontade de desenvolver suas tarefas. Os males de uma relação abalada entre funcionário e empresa [...]”.

No gráfico 21, há uma certa porcentagem de operadores que apresentam esse sentimento.

Gráfico 22 - Sinto que não acredito mais na profissão que exerço.



Fonte: Os autores (2021)

Por fim no gráfico 22, 28 (87,5%) operadores responderam que nunca pensaram desta forma, 2 (6,3%) respostas nas alternativas foram como anualmente e mensalmente.

Fonseca et.al. (2016) destacam que, os motivos que as pessoas são levadas

para a realização das atividades são diversos, principalmente pela vontade. Por isso, o indivíduo deve se sentir motivado e ser capaz de desempenhar da melhor maneira possíveis tarefas.

Não acreditar mais no que se exerce, faz com que as realizações das atividades percam o sentido, e conseqüentemente o índice de rendimento e produtividade cai. Felizmente não é o caso do setor estudado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi avaliar se havia indícios de sintomas de Burnout em operadores de telemarketing, valendo-se que as atividades laborais de um Call Center podem servir de fatores estressantes.

Com o levantamento dos dados, verificamos que a problemática levantada para o presente estudo foi respondida através do questionário aplicado, que buscou como objeto de análise a seguinte questão: os sintomas da síndrome de Burnout estão presentes nos profissionais de telemarketing?

Em resposta ao levantamento dos dados, conclui-se que há indícios de possíveis sintomas da síndrome de Burnout, porém, em números baixos considerando também que os dados apresentados no presente artigo, não devem, em hipótese alguma, substituir o diagnóstico de um especialista. A predominância em alguns possíveis sintomas está no grupo de colaboradores mais maduros em termos de idade e tempo de serviço, o que torna os fatores estressantes comuns.

O objetivo foi alcançado, de maneira que se tornou possível responder a problematização apontada anteriormente. Como já descrito, identifica-se em baixo nível a presença de sintomas da síndrome de Burnout, podendo este estar relacionado a boa relação dos respondentes com o ambiente de trabalho. Esta boa relação é evidenciada quando se observa que os colaboradores não apresentam alto nível de esgotamento, além, de acreditarem e sentir amor pelo trabalho que realizam, entre outros fatores que não foram evidenciados neste trabalho.

Poucos foram aqueles que apresentaram indícios de sintomas da referida síndrome, desta forma, recomenda-se que a empresa esteja atenta de modo a manter as boas condições daqueles que às possuem e reverter o quadro desta

minoria em que os sintomas se fazem presentes, adotando práticas preventivas que favoreçam a saúde do trabalhador.

Inúmeras são as possibilidades de intervenção que podem favorecer a saúde do trabalhador em seus aspectos físico, emocional, psicológico, espiritual, entre outros. Sendo assim, compete à organização identificar aquelas que mais se adequam ao tipo de atividade, ao ambiente de trabalho, à cultura organizacional e aos recursos disponíveis.

As medidas preventivas relacionadas ao Burnout, assim como o tratamento, precisam ser abordadas como problemas coletivos e organizacionais e não como um problema individual (Alonso, 2014, p.18).

Contudo, com a presente análise, sugere-se que dê continuidade no estudo proposto pelos universitários, como forma preventiva à futuros problemas ocupacionais relacionados ao estresse no ambiente de trabalho em profissionais de telemarketing.

6. Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: **apresentação de citações em documentos**. Rio de Janeiro, 2002.

ABREU, S. A. ET AL. **Determinação dos sinais e sintomas da síndrome de Burnout: Através dos profissionais da saúde da Santa Casa de Caridade de Alfenas Nossa Senhora do Perpétuo Socorro**. Revista da Universidade Vale do Rio Verde, Três Corações. 2014. Disponível em: www.dialnet.unirioja.es. Acesso em: 3/05/ 2021.

ALONSO, FERNANDA GEHR. SÍNDROME DE BURNOUT: **MANUAL DE MEDIDAS PREVENTIVAS E IDENTIFICATIVAS PARA APLICAÇÃO PELO ENGENHEIRO DE SEGURANÇA DO TRABALHO**. UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. 2014. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3546/1/CT_CEEEST_XXVIII_2014_10.pdf. Acesso em: 18 /11/ 2021.

ALVES, MARCELO ECHENIQUE. **Síndrome de Burnout**. *Psychiatry on line Brasil*,

Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://www.polbr.med.br/ano17/art0917.php>. Acesso em: 6/05/2021.

ANTUNES, ENÉIA VIVIANE; STEFANO, SILVIO ROBERTO; BERLATO, HELIANI. **A motivação para o trabalho e sua importância estratégica: análise da perspectiva individual em uma empresa do ramo de autopeças e serviços**. Encontro de gestão de pessoas e relação de trabalho, Brasília, p. 2-16, nov./2013.

ARRAZ, FERNANDO MIRANDA. **A Síndrome de Burnout em Docentes**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ed. 06, p. 34-47, junho de 2018. ISSN:2448-0959.

ASSUNÇÃO, A. A.; VILELA, L.V.O. **As condições de adoecimento em uma empresa de teleatendimento (Relatório de pesquisa)**. Belo Horizonte: Editora Faculdade de Medicina UFMG, 2003.

BENEVIDES-PEREIRA, A. M. T. **Burnout: Quando o trabalho ameaça o bem-estar do trabalhador**. Vila Madalena - SP: Casa do Psicólogo, 2002. p. 9-281.

BENEVIDES-PEREIRA, A. M. T. **Considerações sobre a Síndrome de Burnout e seu impacto no ensino**. Maringá - PR: Casa do Psicólogo, jan./2012. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/bolpsi/v62n137/v62n136a05.pdf>. Acesso em: 21/05/2021.

BEZERRA, R.P.; BERESIN, R. **A síndrome de Burnout em enfermeiros da equipe de resgate pré-hospitalar**, p.351-356, 2009.

BLECHER, Nelson. **Administração de Cargos e Salários: carreira e remuneração**. Revista Exame, São Paulo, p. 25-30, 2011. Disponível em: http://www.campossalles.edu.br/FAC2014/CAP%201_PONTES%20sal%C3%A1rio%20e%20motiva%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 19/11/ 2021.

CAMPOS, D. A. Z. **Síndrome de Burnout: O esgotamento profissional ameaçando o bem-estar dos professores**. UNOESTE, Presidente Prudente -SP, jan./ 2008.

Disponível em:
<http://bdtd.unoeste.br:8080/tede/bitstream/tede/789/1/Dissertacao.pdf>. Acesso em:
14/04/2021.

CARLOTTO, M.S. & CÂMARA, S.G. **Análise da produção científica sobre a Síndrome de Burnout no Brasil**. Revista PSICO, p. 152-158, Porto Alegre, 2008.

CAVAIGNAC, MÔNICA DUARTE. **As estratégias de resistência dos operadores de telemarketing frente às ofensivas do capital**. Universidade Estadual do Ceará, Ceará, p. 155-163, 2013.

CORBAL, BETYNA SALDANHA. **Síndrome de Burnout Síndrome do esgotamento profissional. Perita Médica Previdenciária**. DPSSO/SPPS/MTPS, 2015. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cssf/apresentacoes-em-eventos/eventos-2015/APRESENTAOMBETYNASndromedeBurnout.pdf>. Acessado em: 14/12/2021.

COSTA, A. D. **Autoeficácia e Burnout**. Revista Eletrônica Interação Psy, p. 34- 67, 2003.

COSTA, F. C. X. **O comportamento parcialmente cria o ambiente e o ambiente resultante influencia o comportamento**. Tese, São Paulo, 2002. Disponível em: www.teses.usp.br. Acesso em: 01/05/2021.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CIRIBELLI, MARILDA CORRÊA. **Como elaborar uma dissertação de Mestrado através da SCHAUFELI W. B., EZMANN, D. (1998). The burnout Companion to Study & Practice: A critical Analysis**. Philadelphia: Taylor & Francis.

DILTHEY, W. **Introducción a las ciencias del espíritu**. Madrid, Revista de Occidente, 1956.

DUARTE, D. ET AL. **Guia para elaboração de trabalhos acadêmicos**. Cachoeira Paulista, 2016. Disponível em: https://img.cancaonova.com/cnimages/especiais/uploads/sites/18/2016/08/Guia_Trab_Academicos_FINAL_2016-2.pdf. Acesso em: 01/06/2021.

FAUSTINI, V. **A arte do telemarketing**. São Paulo: Boas Notícias, 1992.

FERNANDES, P. R. S. **Causas de desmotivação no trabalho em uma empresa pública federal**. Universidade de Brasília - UnB, Brasília – DF, p. 7-66, 2009. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/1654/3/2009_PatriciaRamosSilvaFernandes.pdf. Acesso em: 18/11/2021.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Normas para apresentação de monografia**. 3. ed. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Biblioteca Karl A. Boedecker. São Paulo: FGV-EAESP, 2003. p.3 -95. Disponível em: <www.fgvsp.br/biblioteca>. Acesso em: 23 set. 2004.

GALLEGO, E. A.; RIOS, L. F. **El síndrome de “Burnout” o el desgaste profesional**. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, v. 11, n. 39, 1991. p. 257-265. Glassman, W. E., & Hadad, M. (2006). *Psicologia: abordagens atuais* (4ª ed.). Porto Alegre: Artmed.

HIRSCH, GLAUCIA MARIELI; ZONATTO, V. C. D. S. **Realização profissional, valores, prazer e sofrimento no trabalho: um estudo de caso em uma instituição financeira**. furb, Rio grande do Sul, p. 3-16, set./2017. Disponível em: <https://domalberto.edu.br/wpcontent/uploads/sites/4/2017/10/REALIZA%C3%87%C3%83O-PROFISSIONAL-VALORES-PRAZER-E-SOFRIMENT.pdf>. Acesso em: 19/11/2021.

HONORATO, A. E. O. H. E. A. E. O. **Estresse ocupacional entre os atendentes de telemarketing de um Contact center em Mossoró-RN**. xxxv encontro nacional de

engenharia de producao, fortaleza, p. 2-11, 2015.

LIMA, ELIZABETE DE. **As condições de trabalho e as estratégias de comunicação nas operações de Call center.** pontifícia UNIVERSIDADE CATÓLICA de são Paulo Puc – SP, são Paulo, p. 3-135, 2007. disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/1254/1/Elizabete%20de%20Lima.pdf>. Acesso em: 18/11/ 2021.

MACEDO, NEUSA DIAS DE. **Iniciação a Pesquisa Bibliográfica: Guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa.** 2. ed. SP: Unimarco, 1995. p. 7-67.

MASLACH, CHRISTINA; SCHAUFELI, WILMAR B.; LEITER, A. M. P. **Job Burnout.** **Annual Review of Psychology**, California, p. 397-422, 2001. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.psych.52.1.397>. Acesso em: 14/05/2021.

MASLOW, A. H. A. **Theory of human motivation.** **Psychological.** Review, 50: 390-6,1943.

MASSA¹, L. D. B. et al. **Síndrome de Burnout: em professores universitários.** Ter Ocup Univ São Paulo, Rio de Janeiro (IFRJ). 2016. Disponível em: www.revistas.usp.br. Acesso em: 23/04/2021.

MATOZO, L. **Call Center: Modismo xou Realidade?** Rio de Janeiro: Record, 2000.

MELO.T.G. **Insalubridade no Tele Atendimento e Telemarketing.** 2011. 49 f. (Monografia) – Universidade Presidente Antônio Carlos -UNIPAC - Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Barbacena – FADI – Curso de Graduação em Direito. Barbacena, 2011.

MOCELIN, D. G.; SILVA, L. F. S. C. **O telemarketing e o perfil sócio-ocupacional dos empregados em Call centers.** Caderno CRH, p.365-387, 2008.

MORAES, E. N. D. **The frail elderly and integral health management centered on the individual and the family.** UFMG professor and World Bank consultant (, Rio de Janeiro, p. 307-308, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbagg/a/tyjPRdL73kxYb3ttV3hbWpB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18/11/2021.

MINAYO, M. C. **Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social.** In (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001, p. 09-30.

NAGOSKI, EMILY; NAGOSKI, AMELIA. **Burnout: O segredo para romper com o ciclo de estresse.** São Cristóvão: Bestseller, 2020. p. 3-280.

OLIVEIRA-SILV, A. O. R. M. E. L. C. CENTRALIDADE DO TRABALHO, METAS E REALIZAÇÃO PROFISSIONAL: INTERSECÇÕES ENTRE TRABALHO E CARREIRA. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, p. 3-27, 2018.

OLIVEIRA, N. M.; ESPINDOLA, C. R. **Trabalhos acadêmicos: recomendações práticas.** São Paulo: CEETPS, 2003.

PAIVA, L. E. B. et al. **Síndrome de Burnout em operadores de teleatendimento: o caso de duas empresas de Contact center em Fortaleza/CE.** Recape, Fortaleza/CE, 2016. Disponível em: www.revistas.pucsp.br. Acesso em: 30/03/2021.

PATRÍCIO, DANIELLE FIGUEIREDO; BARROS, R. R. D. E. A. O. **Fatores associados a síndrome de burnout: uma revisão sistemática da literatura. Interdisciplinar em saúde, cajazeiras**, p. 62-79, 2018. Disponível em: https://www.interdisciplinaremsaude.com.br/volume_28/trabalho_05_2020.pdf. Acesso em: 27/10/2021.

PÊGO, F. P. L. E; PÊGO, DELCIR RODRIGUES. **Síndrome de Burnout: Síndrome de Burnout.** **Rev Bras Med Trab**, Anápolis (GO), Brasil, 2015. Disponível em: www.rbmt.org.br. Acesso em: 04/052021.

SANTANA, L. A. R. E. L. C. D. **Qualidade de vida no trabalho: fator decisivo para o sucesso organizacional.** Revista de Iniciação Científica, RIC Cairu, p. 75-96, 2015. Disponível em: https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/06_QUALIDADE_VIDA_TRABALHO.pdf. Acesso em: 28/10/2021.

SANTOS, ELIANE FERREIRA. **As Relações entre a Síndrome de Burnout e a Satisfação no Trabalho.** Faculdade Integrada como requisito parcial para obtenção do grau de especialista em Gestão de Infraestrutura Predial e Industrial, Rio de Janeiro, p. 8-56, 2016.

SILVA, A. M. **A Regulamentação das condições de trabalho no setor de teleatendimento no Brasil: necessidades e desafios.** Dissertação (Mestrado em Saúde Pública). Universidade Federal de Minas Gerais, 2004.

SOUZA, H. P. R. T. **Valores Humanos na Gestão: A IMPORTÂNCIA DE VALORIZAR OS COLABORADORES NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL.** XII CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, São Paulo, p. 3-15, 2016.

SOUZA, J. C. E. L. R. D. **Síndrome de Burnout: As novas formas de trabalho que adoecem.** Campus de Apucarana (Brasil), 2017. Disponível em: www.psicologia.pt. Acesso em: 25/04/2021.

TRIGO, T.R. et al. **Síndrome de Burnout ou estafa profissional e os transtornos psiquiátricos.** Revista Psiquiatria Clínica 34 v (5) 223-233, 2007.

VENCO. S. B. **Tempos moderníssimos nas engrenagens do telemarketing.** São Paulo, 2006. Dissertação de Doutorado. Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas.

VERAS, V. S., & FERREIRA, M. C. **“Lidar com gente é muito complicado”:** relações socioprofissionais de trabalho e custo humano da atividade em

teleatendimento governamental. Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, p. 135-148, 2006.

VENTURA, MAGDA MARIA. **Pedagogia Médica: O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa.** Rio de Janeiro (RJ), Brasil, p. 383-386, 2007.

VIDO et al. **Síndrome de Burnout nas empresas de telemarketing: uma relação que inspira atenção.** V Congresso Internacional de Investigação, s, Buenos Aires, 2013. Disponível em: <https://www.aacademica.org/000-054/389>. Acesso em: 05/05/2021.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos.** 5. ed. Porto alegre: Bookman, 2015.