

## **SAÚDE DO TRABALHADOR, COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE CRISES ORGANIZACIONAIS INTERNAS: CASOS IFOOD E MERCADO LIVRE <sup>1</sup>**

**Isabelle Mercio Bavaresco<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

O artigo discute as crises organizacionais relacionadas à saúde do trabalhador, a partir dos casos das empresas IFood e Mercado Livre. Discute-se a repercussão midiática, com base em conceitos como Sociedade de Risco (Beck, 2011), Sociedade do Cansaço (Han, 2015). Destaca-se a importância da comunicação interna, considerando a vulnerabilidade dos trabalhadores. Os casos mostram que a falta de gestão adequada pode levar a danos à reputação e perdas financeiras. A pesquisa contribui para a reflexão sobre como se pode impactar uma organização a partir de estratégias que promovam um ambiente de trabalho mais seguro e coerente.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação; Saúde do trabalhador; Crises organizacionais; Sociedade de Risco;

### **Introdução**

Este trabalho tem como objetivo discutir crises organizacionais na perspectiva dos conceitos da sociedade do risco e da sociedade do cansaço a partir de análise de caso de duas de crises mercadológicas das empresas IFood e Mercado Livre. Para tanto, foram analisadas 7 matérias jornalísticas que refletem a repercussão da mídia na época dos ocorridos, além de análise dos sites institucionais, vislumbrando a articulação conceitual de Sociedade de Risco (Beck, 2011; Aersa, 2012), crise e comunicação (Teixeira, 2019) e saúde no trabalho no contexto da Sociedade do Cansaço (Han, 2015). Seleciona-se os autores não apenas com o intuito de conectar conceitos aos casos mas também de explicar os impactos e a relevância

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Risco, Crise e Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 6º semestre, Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Email: isabelle.bavaresco1010@gmail.com

que a temática apresenta para as crises organizacionais.

### **Referencial teórico**

A produção de riscos nas organizações, os quais envolvem acidentes, perdas, prejuízos e/ou danos à reputação da organização diz respeito a um objeto “omnipresente” no contexto organizacional (Aerosa, 2012. p 01). Referente ao ramo entregas de mercadorias, profissão exposta a diversos riscos envolvendo as organizações, percebe-se uma maior mobilização da sociedade, fazendo com que a regulamentação desta atividade seja debatida desde o primeiro trimestre de 2024. Sob o recorte dos trabalhadores, conceitua-se o risco como item inversamente proporcional à riqueza: são objetos de distribuição (Beck, 2011) que costumam se dar de acordo com a estrutura social em que o sujeito se encontra. Ou seja, quanto mais vulnerável se encontra o trabalhador, maiores os riscos que ele corre.

Os riscos, uma vez que não gerenciados, podem vir a desencadear uma crise. Em conformidade com Beck (2011), entende-se que o modo de produção capitalista deu origem à sociedade de riscos, na qual as pessoas vivem em torno da produção de riquezas. Han (2015), por sua vez, coloca que vive-se na sociedade do cansaço - cujos sujeitos deixaram de ser sujeitos da obediência para ser sujeitos da produtividade (Han, 2015). A união dos conceitos de sociedade, permite a inferência de que no mercado de trabalho, o trabalhador fica à mercê da sua condição de trabalho, seja ela qual for. Para Teixeira (2019) o risco costuma possuir uma “questão intangível relacionada ao fator emocional” (Teixeira, 2019. p. 111). Nesse sentido, considerando as disputas de juízo de valores, percebe-se a potência que um grande volume de funcionários pode ter sobre a empresa.

### **Discussão dos casos**

Na busca por refletir sobre a comunicação interna frente aos riscos e crises em organizações, o estudo dos casos do Ifood e do Mercado Livre são realizados através da repercussão na mídia, em canais digitais como CNN, Intercept Brasil, BBC, G1, El País, Terra, etc.

Em um primeiro plano, traz-se o caso do Mercado Livre, uma empresa reconhecida por fazer a entrega de produtos em tempo otimizado e também possuidora do selo Great Place To Work (GPTW)<sup>2</sup> desde 2013 (Mercado Livre, site oficial). No entanto, no dia 19 de fevereiro de 2024 as manchetes indicavam um cenário diferente: “Funcionários do Mercado Livre tiveram que continuar trabalhando após colega morrer no galpão” (Intercept Brasil, 2024).

---

<sup>2</sup> Selo Great Place to Work que indica que a empresa é um dos melhores lugares para se trabalhar, seguindo uma série de pontuações em comunicação interna, saúde, bem-estar e segurança no trabalho

O caso teve visibilidade a partir dos relatos de funcionários que alegaram que a vítima era um funcionário terceirizado dedicado, e atentou contra sua própria vida após descobrir que não seria efetivado na sede de Cajamar, São Paulo. De acordo com os presentes, nenhum recado foi emitido durante/após o ocorrido e a indicação era seguir a rotina normalmente enquanto a área era cercada por uma lona (Intercept, 2024). A crise fez com que a empresa repensasse alguns processos buscando promover de forma ativa a escuta e o apoio terapêutico (Suno, 2024). A empresa veiculou um único posicionamento na íntegra sobre o ocorrido, informando que prestou assistência à vítima, e alegando que ela saiu do local com vida.

De acordo com o relato anônimo de alguns funcionários, os gestores não emitiram nenhum comunicado imediato (Intercept, 2024). Por um lado, poucos veículos se posicionaram, possivelmente em virtude do tema ser um tópico sensível, por outro, é inconcebível que uma empresa *big tech* não se posicione diante de seus funcionários. A relevância do tema se sobressai visto que um cenário parecido ocorreu em 2023, na empresa Amazon<sup>3</sup> e as medidas foram igualmente não promissoras, deixando todos os trabalhadores em constante estado de alerta frente à valia de sua própria vida.

O caso IFood, ainda que não envolva fatalidades diretas, também retratou uma grande crise interna envolvendo o descaso com a saúde dos entregadores no ano de 2020, quando o contexto da pandemia ainda se fazia latente. No ocorrido, a empresa era fortemente repreendida por más condições de trabalho, resultando em greves e protestos chamados de Breque Geral (Época Negócios, 2022) envolvendo grandes grupos de entregadores, sindicatos e apoiadores por todo o país.

Manchetes como “Greve dos entregadores escancarou a falácia da economia do compartilhamento” (El País, 2020) e “Greve dos entregadores: o que querem os profissionais que fazem paralisação inédita” (BBC News, 2020), impactaram a imagem da empresa, que passou a ser cobrada pelos usuários. Com a repercussão, o IFood foi acusado de contratar empresas de comunicação para elaborar perfis falsos que reclamassem das manifestações a favor dos entregadores. Assim, o próprio IFood se posicionou rompendo o contrato com as empresas de comunicação contratadas, alegando que esta não era a finalidade do contrato, estimulando publicamente debates sobre a comunicação nas redes sociais, promovendo o diálogo (IFood News, 2022 - Site Oficial da Ifood).

Os dois casos analisados apresentaram perdas financeiras e/ou danos à reputação. No

---

<sup>3</sup> O caso, ocorrido ao final do ano de 2023. Na mídia, a manchete: Funcionário da Amazon morre em armazém e colegas se revoltam por não serem avisados (Terra, 2023) estampou os jornais. A empresa foi acusada de negligência e precisou pagar multas.

caso do Mercado livre, foi possível desviar um pouco de atenção, por se tratar de um tema muito sensível e o vínculo do funcionário ser de terceiro. Quanto ao IFood, será realizado um investimento de R\$6 milhões em pesquisas que analisem as relações de trabalho da plataforma com entregadores e o mercado publicitário, a partir de um compromisso estabelecido com o Ministério Público Federal (O Globo, 2023).

Recentemente, um mês após o ocorrido no Mercado Livre, entrou em vigor um novo Projeto de Lei que regulamenta o trabalho dos motoristas de aplicativos. O processo prevê uma remuneração mínima e alguns condicionamentos de trabalho. Entretanto, se fazem presentes muitos tensionamentos. Na mídia, circulam críticas por toda a parte, como o Ministro do trabalho, que acusa os modelos de negócio da empresa iFood e Mercado Livre de “altamente explorador” e destaca, ainda, a necessidade que estas empresas terão de conversar com o governo para alinhar estratégias que cumpram com o direito a cidadania e condições de trabalho dignas (CNN, 2024).

De modo a considerar a sociedade contemporânea, se consolida a partir dos cenários apresentados que "o excesso de trabalho e desempenho agudiza-se numa auto exploração." (Han, 2015. pg 17). Cabe no entanto, uma perspectiva crítica de reflexão sobre como as questões de saúde no trabalho e comunicação interna podem vir representar riscos organizacionais e/ou impactar suas crises, a que se propõe o trabalho.

Segundo os dados do IBGE, mais de 589 mil pessoas trabalham nas plataformas de entrega, representando quase 40% das pessoas que trabalham através de plataformas digitais. Os casos do IFood e do Mercado Livre, ainda que retratem situações diferentes, possuem o mesmo lastro: a relevância que a comunicação de risco possui quando alinhada às boas práticas organizacionais.

Pensando em reputação, precisa-se reforçar o poder da mídia, já que um funcionário pode deter o poder de comunicação através do mundo digital, criando a possibilidade de alcançar pessoas na mesma proporção que uma crise externa, sem que a própria organização tenha ciência disso (Teixeira, 2015). Fica evidente ao considerar todos os transtornos vividos pelas organizações citadas como tudo poderia ter sido evitado e trabalhado de forma eficaz e atenta a saúde dos trabalhadores. Assim, coloca-se em perspectiva este tipo de risco é proporcional a atuação, desde a comunicação de risco para prevenção de acidentes, até a responsabilidade de abrir as fronteiras de diálogo, com iniciativas sobre saúde mental e física no trabalho.

Em um segundo plano, salienta-se que os riscos de modo geral dependem da

percepção dos envolvidos, e de fatores subjetivos (Areosa, 2012). Quando internos precisam de maior visibilidade não apenas pela possibilidade de alto impacto reputacional mas, também, porque através da comunicação de riscos diversas questões podem ser abordadas pela área, minimizando danos. Prevenção a acidentes no trabalho, promoção da conscientização de temáticas sensíveis, estímulo a boas práticas organizacionais, atendimento direto aos funcionários e espaços de diálogo são algumas das possibilidades de enfrentar tal dinâmica.

### **Considerações finais**

Sob a luz da comunicação, destaca-se como investir em comunicação de risco e em comunicação de crise se torna uma iniciativa perspicaz da organização. A comunicação de risco, conduzirá os trabalhadores de forma alinhada à cultura da empresa, prevenindo e orientando-os sobre como proceder em diversas situações. No caso de crises emergentes, a própria comunicação de risco pode ser utilizada como base e, se pensada com responsabilidade, pode vir a evitar que a crise se expanda ou tome proporções maiores quanto à situação reputacional. Ambas ações de comunicação precisam, certamente, de respaldo no que é feito a nível de gestão, para que se possa de fato impactar a sociedade na qual vivemos.

Os riscos de uma organização relacionados à saúde do trabalhador precisam de planejamento e estratégias que rompam com os paradigmas enfrentados pela Sociedade de Riscos (Beck, 2011) e do Cansaço (Han, 2015) - minimizando-os a ponto de torná-los suportáveis. De forma conjunta e prática, precisa-se do olhar atento à linha de frente de uma organização, buscando por estratégias que alinhem a gestão de risco à comunicação, visando reduzir seus impactos negativos e buscando um espaço de trabalho mais coerente e seguro para todos.

### **Bibliografia**

**Areosa, J.** (2012). Os riscos: o homem como agressor e vítima do meio ambiente. Revista Investigar em Educação, 1(2), 54-64. Disponível em:

[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/20167/1/J%20Areosa\\_pp%2054%2064.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/20167/1/J%20Areosa_pp%2054%2064.pdf)

**Beck.** (2011). Sociedade de risco: Rumo a uma Outra Modernidade. Editora 34, 2 Edição.

**Intercept Brasil.** (2024, 28 de fevereiro). Funcionários do Mercado Livre tiveram que continuar trabalhando após colega morrer no galpão. Disponível em:

<https://www.intercept.com.br/2024/02/28/funcionarios-do-mercado-livre-tiveram-que-continuar-trabalhando-apos-colega-morrer-no-galpao/>

**Institucional iFood.** (s.d.). iFood quer chamar grande debate sobre comunicação nas redes sociais. Disponível em:

<https://institucional.ifood.com.br/releases/ifood-quer-chamar-grande-debate-sobre-comunicacao-nas-redes-sociais/>

**Mercado Livre.** (s.d.). Tudo sobre o Mercado Livre. Disponível em:  
<https://www.mercadolivre.com.br/institucional/>

**O Globo.** (2023, 10 de julho). iFood firma acordo com MPT e MPF para financiar pesquisas sobre relações de trabalho. Disponível em:  
<https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/07/10/ifood-firma-acordo-com-mpt-e-mpf-para-financiar-pesquisas-sobre-relacoes-de-trabalho.ghtml>

**Suno.** (s.d.). Mercado Livre (MELI34) reforça apoio psicológico após morte de funcionário. Disponível em:  
<https://www.suno.com.br/noticias/mercado-livre-meli34-reforca-apoio-psicologico-morte-funcionario-gss/>

**Época Negócios.** (2023, setembro). Por que os entregadores do iFood e de outros aplicativos entraram em greve? Entenda. Disponível em:  
<https://epocanegocios.globo.com/brasil/noticia/2023/09/por-que-os-entregadores-do-ifood-e-de-outros-aplicativos-entraram-em-greve-entenda.ghtml>

**Terra.** (s.d.). Funcionário da Amazon morre em armazém e colegas se revoltam por não serem avisados. Disponível em: .  
<https://www.terra.com.br/byte/funcionario-da-amazon-morre-em-armazem-e-colegas-se-revoltam-por-nao-serem-avisados,19274e2bdb08ea48e8b4d19b31a673e6agahyeh0.html>

**Agência de Notícias IBGE.** (2012). Em 2022, 1,5 milhão de pessoas trabalharam por meio de aplicativos de serviços no país. Disponível em:  
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012>

**O Globo.** (2023, 10 de julho). iFood firma acordo com MPT e MPF para financiar pesquisas sobre relações de trabalho. Disponível em:  
<https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/07/10/ifood-firma-acordo-com-mpt-e-mpf-para-financiar-pesquisas-sobre-relacoes-de-trabalho.ghtml>

**BBC.** (s.d.). [Título da reportagem]. Disponível em:  
<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53124543>