

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA - UFSM
CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR NORTE DO RS - CESNORS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM GESTÃO DE
ORGANIZAÇÃO PÚBLICA EM SAÚDE – EaD**

**O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM
BENEFÍCIO DA SAÚDE**

MONOGRAFIA DE CONCLUSÃO DE CURSO

Michel Ayres Machado

São Francisco de Paula, RS, Brasil

2011

O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM BENEFÍCIO DA SAÚDE

Michel Ayres Machado

Monografia apresentada ao Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão de Organização Pública em Saúde EaD, da UFSM/CESNORS, como requisito parcial para obtenção do grau de **Especialista em Gestão de Organização Pública em Saúde.**

Orientador: Prof Dr Luiz Anildo Anacleto da Silva

São Francisco de Paula, RS, Brasil

2011

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Centro de Educação Superior Norte do RS - CESNORS
Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão de Organização
Pública em Saúde EaD

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a
Monografia de Conclusão de Curso

O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM
BENEFÍCIO DA SAÚDE

elaborada por
Michel Ayres Machado

como requisito parcial para obtenção do grau de
Especialista

Comissão Examinadora

Prof. Dr. Luiz Anildo Anacleto da Silva
(Presidente/Orientador – UFSM/ CESNORS)

Prof. Dr. Gianfábio Franco
(Membro da Banca - UFSM/CESNORS)

Prof. Ms. Silvana Bastos Cogo Bisogno
(Membro da Banca - UFSM/CESNORS)

São Francisco de Paula, 2 de julho de 2011.

**O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM BENEFÍCIO DA
SAÚDE**

AUTOR: Michel Ayres Machado
ORIENTADOR: Prof. Dr. Luiz Anildo Anacleto da Silva
Data e Local da Defesa: São Francisco de Paula, 2 de julho de 2011.

SUMÁRIO

ARTIGO CIENTÍFICO:

O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM BENEFÍCIO DA SAÚDE.....

Resumo	6
Abstract	6
Resumen	7
Introdução	7
Metodologia	8
Resultados e discussão.....	8
Conclusão/Considerações Finais	20
Referências Bibliográficas	22

O PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS INTERAGINDO EM BENEFÍCIO DA SAÚDE.¹

Michel Ayres Machado²
Luiz Anildo Anacleto da Silva³

RESUMO

Esse artigo buscou apresentar a importância do profissional de Relações Públicas e de sua contribuição através das ações de comunicação, na busca pela humanização dos serviços prestados nas instituições de saúde, podendo ser elas hospitais, centros ou postos de saúde. O objetivo desse trabalho é conhecer os meios que aproximam as organizações de seus públicos através da gestão de ações de comunicação, na busca pela humanização no atendimento nos serviços de saúde e identificar as possíveis ações de comunicação interna que os gestores das instituições de saúde podem utilizar para uma melhor integração de suas equipes na busca pela humanização em seus serviços. A metodologia utilizada para esse trabalho, foi a de uma revisão de literatura dos principais livros da área de relações públicas, na intenção de buscar compreender como o profissional de relações públicas pode interagir em benefício da saúde, buscando a humanização nos atendimentos dos serviços prestados nas instituições de saúde. A humanização nos serviços dessas instituições depende das atitudes dos profissionais que prestam atendimento aos pacientes, sendo essas influenciadas pela cultura organizacional, onde através de ações de comunicação, busca-se deixá-la mais harmoniosa com a colaboração do profissional de Relações Públicas.

Palavras-chave: Relações Públicas, Comunicação Interna e Humanização

ABSTRACT

This paper aims to present the importance of Public Relations and its contribution through the actions of communication, in the quest for humanization of services in health institutions, may be they hospitals or health centers. The aim of this study is to know the media organizations that bring audiences via management of communication activities, in the quest for humanization of health care services and identify the possible actions of internal communication that managers of health institutions can use for better integration

¹ Texto construído como forma de pré-requisito para conclusão do Curso de Gestão Pública de Saúde

² Relações Públicas. Discente do Curso de Pós Graduação EAD em Gestão Pública de Saúde pela UFSM/CESNORS.

³ Doutor em Enfermagem pela UFSC, Professor da Universidade Federal de Santa Maria/CESNORS – orientador.

of their teams in the quest for humanization of its services. The methodology used for this work was that of a literature review of important books of public relations, the intention of seeking to understand how public relations can interact to the benefit of health care seeking in the humanization of services provided in health institutions. Humanization services in these institutions depends on the attitudes of professionals who provide patient care, being influenced by such organizational culture where communication through actions, we seek to make it more harmonious with the collaboration of Public Relations

Keywords: Public Relations, Internal Communications and Humanization

RESUMEN

Este documento tiene como objetivo presentar la importancia de las relaciones públicas y su contribución a través de las acciones de comunicación, en la búsqueda de la humanización de los servicios en las instituciones de salud, puede ser que los hospitales o centros de salud. El objetivo de este estudio es conocer los medios de comunicación que atraer al público a través de la gestión de actividades de comunicación, en la búsqueda de la humanización de los servicios de salud e identificar las posibles acciones de comunicación interna que los gerentes de las instituciones de salud pueden utilizar para una mejor integración de sus equipos en la búsqueda de la humanización de sus servicios. La metodología utilizada para este trabajo fue el de una revisión bibliográfica de los libros importantes de las relaciones públicas, la intención de tratar de comprender cómo las relaciones públicas pueden interactuar para el beneficio de la salud que buscan en la humanización de los servicios prestados en las instituciones de salud. Servicios de la humanización de estas instituciones depende de las actitudes de los profesionales que prestan atención a los pacientes, siendo influenciado por la cultura organizacional, donde la comunicación a través de acciones, se busca que sea más armoniosa con la colaboración de Relaciones Públicas.

Palabras clave: Relaciones Públicas, Comunicación Interna y Humanización

INTRODUÇÃO

As instituições de saúde públicas ou privadas, utilizam a comunicação para interagir com seus públicos, sendo esses internos, externos ou mistos. As ações de comunicação ajudam a conquistar o comprometimento dos cooperadores das organizações e proporcionam um melhor relacionamento com os usuários dos serviços prestados. Essas ações de comunicação são elaboradas por pessoas qualificadas, que com seu conhecimento, estudam a melhor forma de promover o relacionamento entre os

públicos de uma organização. Devido ao seu conhecimento e a sua qualificação, os responsáveis por administrar essas ações são os profissionais de Relações Públicas, Jornalistas ou Publicitários.

“As relações públicas têm por objetivo manter um bom relacionamento entre as organização a quem servem e seus diversos públicos.”^{1:17}. Nesse sentido observa-se a importância desse profissional para as instituições de saúde e de sua capacidade de manter um bom relacionamento com os públicos envolvidos com essas instituições¹.

As ações de comunicação devem ser elaboradas a partir do conhecimento das políticas adotadas pelas empresas, prevalecendo a transparência em todos os momentos. Essas ações devem possibilitar a interação e o diálogo entre empresa e seus públicos.

“A comunicação eficaz leva à articulação e, daí, a uma organização eficiente.”^{2:55}. Observa-se que uma boa comunicação entre as instituições e seus públicos pode tornar a instituição mais eficaz em suas tarefas ².

Alguns eventos que podemos citar, que transformam-se em ações são: cursos técnicos, intranet, reuniões, vídeo institucional, jornal informativo, palestras, manual de integração, correio eletrônico cartazes informativos, caixas de sugestões. Esses são meios de interagir com os colaboradores e os usuários dos serviços da organização.

Observa-se que para a aplicação dessas ações é necessário que as instituições tenham uma política de comunicação planejada e construída na intenção de obter através dessas ações a participação dos cooperadores, em busca da humanização no atendimento aos usuários de seus serviços.

Nesse sentido, verifica-se que a comunicação proporciona uma melhor integração e comprometimento do grupo de cooperadores da instituição, contribuindo também para que ocorra a humanização necessária em um local de atendimento em serviços de saúde.

Portanto, observa-se que a questão de pesquisa para este trabalho está propondo estabelecer uma discussão sobre a importância da comunicação interna para as instituições de saúde na busca pela humanização no atendimento dos serviços prestados à população, apresentando relatos de diversos autores sobre o tema pesquisado que contribuíram para a realização desse artigo.

Neste sentido tem-se como objetivo conhecer os meios que aproximam as organizações de seus públicos, através da gestão de ações de comunicação, na busca pela humanização no atendimento nos serviços de saúde, assim como identificar as possíveis ações de comunicação interna, que os gestores das instituições de saúde, podem utilizar para uma melhor integração de suas equipes na busca pela humanização em seus serviços.

Metodologicamente trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva³, através da revisão de artigos e da literatura dos principais livros da área de relações públicas, onde busca-se encontrar informações relevantes sobre como a comunicação interna, pode colaborar para um atendimento mais humanizado nos serviços de saúde.

RESULTADOS

Na atualidade, é observado que as instituições ou organizações de saúde, precisam manter um bom relacionamento com seus públicos, mantendo um conceito satisfatório de relacionamento, entre sua equipe de cooperadores e usuários de seus serviços. Nas organizações de serviços de saúde, observa-se que os gestores desses meios, devem proporcionar ações de comunicação que possibilitem a aproximação da instituição com seus públicos, proporcionando a humanização no atendimento a seus usuários.

“Os meios de comunicação devem ser escolhidos de acordo com as características do público que se deseja atingir.”^{4.32}. Com essa observação, nota-se que as instituições ou organizações de saúde, através de pesquisas, podem buscar a compreensão das necessidades de seus usuários que os possibilitem meios para o sucesso de seus serviços e da humanização no atendimento em benefício da saúde⁴.

Uma das mudanças a serem trabalhadas pelos gestores de saúde, através de ações de comunicação, é o investimento na humanização do atendimento aos usuários de seus serviços, em benefício da saúde. Oportunizando uma nova identidade à instituição, fazendo com que juntos, gestores, cooperadores e usuários, construam uma nova cultura de comunicação entre eles.

Observa-se que os responsáveis pela manutenção de relacionamento obtendo exito com essa melhoria nos serviços prestados, estarão contribuindo para humanização em todos os serviços oferecidos pela instituição, sendo que essas melhorias devem começar pela conscientização de seus cooperadores.

Neste contexto, os gestores dessas instituições, podem iniciar um projeto de planejamento da comunicação Interna, oportunizando o compartilhamento de objetivos, realizando trocas entre a organização e cooperadores.

Segundo Cesca (2008, p.49),

“Para ter os objetivos plenamente atingidos, é fundamental que se faça um criterioso planejamento, que envolve: objetivos, públicos, estratégias, recursos, implantação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento.”

A Comunicação Interna visa proporcionar às empresas e a seus cooperadores, a oportunidade de juntos obterem êxito em seus objetivos. Assim, conhecendo as ações de comunicação interna, o gestor das instituições de saúde poderá, criar meios que possibilitem a humanização no atendimento dos serviços de saúde, utilizando de forma correta as ações por ele escolhidas para interagir com os públicos das instituições de saúde.

As ações utilizadas devem proporcionar estímulos positivos estabelecendo uma relação de comprometimento entre empresa, cooperadores e usuários. Essas ações devem ser planejadas contribuindo para a conscientização dos cooperadores sobre a importância da humanização no atendimento dos usuários do sistema de saúde, conscientizando-os de seu papel com a sociedade, sendo eles os responsáveis diretos pela qualidade dos serviços prestados pela instituição.

Na construção desse artigo, buscou-se adquirir o entendimento de como as ações de comunicação interna, podem contribuir para que as organizações consigam conquistar a participação efetiva de seus cooperadores, na busca pela humanização no sistema de saúde. Nesse sentido, busca-se, demonstrar que o cobiçado reconhecimento da sociedade, almejado pelas organizações, poderá tornar-se realidade no momento em que os trabalhadores tornarem-se aliados na conquista de uma melhor qualidade de vida para todos.

Para o melhor entendimento, esse artigo será apresentado em partes, sendo estes divididos, contendo os seguintes conteúdos: Na primeira etapa será formado por uma introdução que busca demonstrar o que se pretende trabalhar no decorrer desse artigo. A segunda será composta pela pesquisa bibliográfica sobre o tema questionado. A terceira será referente à análise dos conteúdos apresentados e como o tema explorado está sendo utilizado nas organizações. E a quarta etapa irá apresentar a conclusão e as possíveis recomendações que possam surgir para a devida utilização das ações de comunicação em busca da humanização nos serviços de saúde.

A utilização de ações adequadas de comunicação interna, os gestores das instituições de saúde, conseguiram maiores índices de produtividade, qualidade, redução de custos e a humanização no atendimento de seus serviços, conquistando essas vantagens através da manutenção do clima organizacional.

Tendo como base relatos de autores conceituados no assunto pesquisado, teremos como sustentação de estudo as formas de como o bom relacionamento entre organizações e seus públicos, obtido através das ações de comunicação, podem contribuir para uma imagem positiva das organizações diante da sociedade.

Observa-se que com essa investigação teórica, conheceremos algumas formas de como as ações de comunicação, podem contribuir para que ocorra um bom relacionamento entre a instituição e seus públicos e como os gestores das organizações que utilizam essas ações, podem contribuir para que a instituição torne-se mais qualificada em seus serviços, adquirindo uma boa impressão da sociedade através de uma gestão mais participativa.

Um dos pressupostos a ser apurado nesse artigo é quais são os instrumentos de comunicação interna, que contribuem para a construção desse relacionamento mais humanizado entre a instituição e seus públicos. Essa pesquisa tem como foco a intenção de apresentar a Comunicação Interna como aliada do Profissional de Relações Públicas e como esse profissional poderá utilizar essa ferramenta para chegar a humanização no atendimento dos serviços de saúde, conquistando o comprometimento dos cooperadores das organizações na busca por uma melhor qualidade de vida a todos.

Nesse sentido observa-se que as organizações de saúde, devem construir seus valores culturais, de forma que esses possam contribuir positivamente para a integração de seus cooperadores alcançando o esperado comprometimento de seus cooperadores com os interesses da empresa. Esses valores devem proporcionar mudanças nas relações de comportamento dos integrantes das instituições, objetivando-se que essas sejam de via dupla, pois todos os integrantes das organizações precisam estar cientes de suas obrigações e de suas atitudes nesse processo.

Sendo necessário “instaurar um processo de comunicação de mão dupla, no qual os trabalhadores deixariam de ser vistos como meros autônomos que faziam o que lhes era mandado, mas não entendiam nada do que se queria com a empresa”.^{5,21} Percebe-se que tendo em vista essa opinião, os gestores devem procurar conhecer os interesses de seus cooperadores e a partir desses elaborar ações nas quais criem estímulos positivos aos seus cooperadores ⁵.

Observando que, “Valor cultural é tudo aquilo que nos incentiva à pratica de uma atitude preestabelecida, tendo como base algo que reconhecemos como válido e bom para nós”^{6,17}. Isso significa que os profissionais responsáveis pela manutenção do relacionamento das organizações devem estar atentos aos conceitos dos indivíduos que compõem sua instituição, para que não ocorra nenhum descontentamento ao elaborar alguma ação que possa interferir nos valores desse indivíduo⁶.

Os valores culturais originam-se de fatores como: a Auto-Estima, Empatia e a Afetividade nas Relações Interpessoais que, ao serem executadas nas empresas, propiciam a qualidade de produtos e serviços prestados pelas organizações. Esses

valores devem ser respeitados pelos gestores das instituições de saúde, profissionais de comunicação e principalmente pelos profissionais de Relações Públicas, que lidam diretamente com a manutenção do relacionamento entre empresas e seus públicos de interesse.

Observa-se que, “As ações da empresa devem ter sentido para as pessoas – sendo necessário que encontrem no processo de comunicação as justificativas para o seu posicionamento e comprometimento.”^{7,110} Percebe-se que as empresas devem construir ações que interliguem seus interesses com os de seus cooperadores e usuários de seus serviços. Sendo assim, as organizações de saúde, através de seus gestores devem encontrar em suas ações e tarefas diárias, justificativas capazes de conquistar o comprometimento de seus cooperadores⁷.

Possivelmente o Profissional de Relações Públicas ficará encarregado por essa manutenção do relacionamento devido a seu conhecimento específico com a área abrangente. Sendo que este profissional deverá verificar os interesses da organização e de seus cooperadores antes de elaborar alguma ação que envolva os interesses dos públicos da organização.

HUMANIZAÇÃO

A expressão humanização tem aparecido com frequência na área da saúde, sendo utilizada como um meio de solidarizar-se com os usuários dos serviços oferecidos pelas instituições de saúde.

A humanização surge como um meio de interagir em benefício da saúde, pois trata-se de atender as pessoas como elas realmente merecem ser atendidas. No caso de uma instituição de saúde espera-se ser atendido de forma educada e prestativa.

Os gestores das instituições de saúde, devem buscar meios que proporcionem a humanização dentro dessas organizações, proporcionando um atendimento qualificado aos usuários dos serviços que estas instituições oferecem.

Nota-se que, “Essa qualidade se obtém através da educação e do treinamento.”^{8:23} Observa-se que as instituições de saúde, proporcionando treinamentos para que seus cooperadores pratiquem bons hábitos, será de extrema importância para que se consiga a humanização no atendimento dos serviços oferecidos pelas instituições de saúde⁸.

Observa-se que, “Também é benefício, ter pessoal altamente qualificado e capacitado, seja voluntário ou remunerado.”^{2:44} Verifica-se que com a qualificação pessoal, também consegue-se proporcionar a valorização do indivíduo, gerando benefícios à saúde².

A humanização tendo o sentido de humanizar-se, propõem que os atendentes das instituições de saúde busquem a qualificação necessária, para estar apto a trabalhar em uma área delicada como a da saúde, pois espera-se que esses atendentes sejam solidários e que tratem as pessoas com respeito.

Neste sentido a qualidade do atendimento aos usuários dos serviços das instituições de saúde, será de extrema importância para que se possibilite a humanização nos serviços de saúde. Dessa forma compreende-se a necessidade de funcionários capacitados para a introdução da humanização nesse serviço de saúde.

Verifica-se, “Ou seja, quando se coloca os funcionários em primeiro lugar, eles colocarão, por sua vez, o cliente em primeiro lugar.”^{9:59} Observa-se que os cooperadores é que possibilitam a humanização das instituições, mas eles também devem ser tratados como seres humanos, sendo valorizados por seus gestores⁹.

GESTÃO DE PESSOAS

Os Gestores públicos, além de administrar todo o sistema operacional de uma organização como a parte financeira, pessoal e as relações industriais, devem estar preparados para gerenciar a comunicação e a gestão de pessoas. A gestão de pessoas é uma parte muito delicada de uma empresa, o que faz necessário uma boa administração da comunicação entre os públicos envolvidos.

Neste momento insere-se, o profissional de relações públicas, que tem a sua participação voltada a compreensão dos desejos e ansiedades expostas por esses públicos. O profissional de Relações Públicas, busca em suas ações gerenciais, incluir os cooperadores de uma organização em todos os atos possíveis apresentando a eles a importância de cada um para o bom andamento dos planos gerenciais na organização.

Observa-se que os gestores das organizações, perceberam que seus funcionários não são apenas um número dentro das empresas, e sim pessoas que fazem parte de um grande complexo, que têm funções distintas e grande importância para as organizações, deixando de ser trabalhadores, para serem reconhecidos como cooperadores.

Verifica-se que, “Por isso mesmo, alguns autores, adeptos da Gestão de Pessoas, procuram designar as pessoas que trabalham nas organizações não mais como empregados ou funcionários, mas como cooperadores ou parceiros”^{10:18}. Neste contexto pode-se dizer que os cooperadores da empresa, não são mais conhecidos como empregados ou funcionários, sendo tratados pelos conceitos de cooperadores ou parceiros das organizações, pois também depende deles o bom andamento dos serviços propostos pela organização¹⁰.

Nota-se que o capital humano é muito importante dentro e fora das organizações, devido a sua capacidade de fazer um atendimento diferenciado e positivo para os públicos que utilizam os serviços prestados pelas organizações, desempenhando um papel fundamental na busca pela qualidade dos serviços prestados.

Segundo Cavalcanti (2008, p.141)

“Considera-se que os recursos humanos que labutam nas organizações são ativos e que desempenham papel fundamental em uma conjuntura na qual as organizações operam em uma competitividade global, ambiente de qualidade total e busca incessante pela liderança também no Terceiro Setor.”

Observa-se que os agentes que atuam nas organizações passam a exercer um papel fundamental no sentido de contribuir para que a empresa na qual estão trabalhando possa ser considerada uma empresa que possui qualidade em seus serviços, começando pelo atendimento de seus cooperadores.

Em uma instituição de saúde, onde as informações, muitas vezes são tratadas com sigilo, devido à ética profissional, o gestor deve colocar-se na posição de cliente para poder avaliar o andamento dos serviços prestados pela sua equipe de profissionais, elaborando ações que contribuam para a humanização no atendimento com os públicos envolvidos.

Estar preparado para transmitir uma informação com qualidade e de forma harmoniosa, a quem solicitou é de extrema importância, principalmente em uma instituição de saúde, seja ela uma rede hospitalar ou um posto de saúde, tendo em vista que a transmissão de uma informação pode ser agressiva ou harmoniosa, tanto do gestor para sua equipe e da equipe para seu cliente. A função do gestor torna-se mais rigorosa no sentido de esforçar-se para que essa chegue a todos de forma clara e objetiva, cultivando a humanização na transmissão da mesma.

O acesso a informação de forma harmoniosa e de boa qualidade, é um sinal que a organização esta procurando contribuir para o exercício da cidadania. Os gestores atualmente procuram contribuir para a qualidade da informação, pois perceberam que ela também está incluída nas qualidades dos serviços gerando o bom andamento da organização.

Na atualidade os usuários das instituições de saúde, tanto do setor público ou privado, desejam que o acesso às informações sejam de qualidade e que as mensagens obtidas sejam claras e objetivas, sem distorções ou improvisos. Percebe-se que a necessidade dos usuários em receberem essas informações de forma que elas

harmoniosamente esclareçam suas dúvidas, é de suma importância tanto para clientes ou cooperadores. A informação deve fluir positivamente e de forma extremamente clara para que os objetivos das organizações possam ser atingidos.

A sociedade hoje busca serviços de qualidade, com precisão nas informações recebidas e de forma mais suave. Não desejam uma resposta técnica ou formal, mas sim uma resposta mais humanizada. A sociedade deseja qualidade e um atendimento humanizado nos serviços das instituições de saúde.

Observa-se que, “A humanidade está entrando na era da socialização da informação e da busca pela democratização de seu acesso.”^{11:220} Nota-se que as instituições de saúde, sempre tiveram um receio de passar a informação de forma direta aos usuários de seus serviços, mas devemos como gestores, pensar num meio de passar essa informação a nossos contribuintes, de forma mais cautelosa e humanitária, buscando meios através de ações de comunicação, de deixarmos os usuários dos nossos serviços satisfeitos com nosso atendimento, contribuindo para a humanização nos serviços prestados pelos servidores da área de saúde¹¹.

A sociedade, está percebendo que as organizações na hora de dar uma resposta clara, positiva, e de forma humanizada, está esquivando-se, devido a inadequação e falta de pessoas capacitadas para a devida transmissão dessas informações, sendo que a mesma está em busca de respostas que não as deixem em uma zona de risco a exclusão, buscando atendimentos mais humanizados e adequados.

Um exemplo, é quando ligamos a uma instituição de saúde como um hospital, desejando saber de algum paciente, é sinal que não temos a disponibilidade de estarmos no local naquele instante e estamos ansiosos e preocupados com o estado de saúde desse paciente, e esperamos que o atendente deva estar qualificado ao serviço e abastecido de informações satisfatórias, mesmo elas sendo técnicas e também respeitando a ética profissional, mas que este as passe aos solicitantes com calma e de um forma sutil, dando sentido á qualidade e humanização dos serviços prestados nos setores de saúde.

Como gestores de organizações de saúde, devemos estar cientes, que devemos fazer uma administração tanto da comunicação como das redes que envolvem a organização, buscando a humanização no atendimento, tendo uma preocupação especial para que se desenvolva uma cultura sadia, capaz de elevar nossos serviços, com qualidade e responsabilidade, conscientizando nossos servidores de que eles têm um papel fundamental na nossa organização na busca da humanização no atendimento e na transparência nos serviços prestados. Sendo que esses devem ser conscientizados da

responsabilidade social a eles investida.

Observa-se que com esse conceito, muitos acreditam que com maior responsabilidade social somos capazes de evitarmos a exclusão de algumas pessoas e com isso expandir o conceito de cidadania e conquistarmos uma qualidade aceitável em nossos atendimentos. Neste sentido, observa-se que existe a necessidade de que se realize uma boa gestão administrativa dos serviços oferecidos pelas organizações assim como da própria comunicação com seus públicos, procurando obter-se uma administração eficaz e eficiente, com a ajuda da comunicação na conquista da humanização dos serviços prestados nas instituições de saúde.

Para que ocorra uma boa gestão nas instituições de saúde é necessário a conscientização de que precisamos levar a ética e a responsabilidade social, como argumentos que nos forneçam a estabilidade necessária no convívio com os usuários dos serviços da organização. Nos últimos anos nota-se a necessidade das organizações em conscientizar seus cooperadores sobre esses fatores, sendo necessário a elaboração de planos de comunicação para que seus intermediadores possam contribuir para sanar a necessidade de seus usuários.

Percebe-se que os usuários dos serviços das instituições de saúde, estão sentindo falta dessa humanização nos serviços prestados pelas organizações e estão buscando meios de que essas prestadoras de serviços melhorem seus atendimentos, que as mesmas dêem mais atenção a seu usuários, gerando um atendimento mais condizente.

Verifica-se que, “Estamos vendo com certa frequência, a mídia vem nos mostrando – muitas empresas, grandes ou pequenas, indivíduos ricos ou remediados, tentando unir forças para modificar esse cenário de injustiças.”^{11:101} Neste sentido, nota-se que os indivíduos estão lutando por mais respeito e a humanização necessária nos serviços prestados pelas organizações, sendo elas de saúde ou outras de diversos setores¹¹.

BARREIRAS NO PROCESSO COMUNICATIVO DAS ORGANIZAÇÕES

Algumas organizações de saúde encontram dificuldades em comunicar-se com seus funcionários, devido a vários fatores, entre eles a dimensão do ambiente de trabalho, a falta de funcionários e de meios apropriados para a realização de uma boa comunicação. As organizações podem encontrar dificuldades em seu processo comunicativo devido a algumas barreiras no processo de comunicação organizacional. Essas barreiras ou dificuldades são conhecidas como ruídos, sendo que elas podem ser de natureza, mecânica, fisiológica, semântica ou psicológica.

Conforme Kunsch (2003, p.74),

“Barreiras são os problemas que interferem na comunicação e dificultam. São “ruídos” que prejudicam a eficácia comunicativa. As barreiras gerais podem ser de natureza mecânica, fisiológica, semântica ou psicológica.”

Seguindo esse pensamento observa-se da seguinte forma as barreiras de comunicação: mecânicas ou físicas, são relacionadas ao aparelho de transmissão, a comunicação é interrompida devido a fatores físicos como: ruídos e equipamentos inadequados; fisiológicas, são relacionadas a problemas na genética do indivíduo.

A comunicação é interrompida pela malformação de órgãos vitais, ocasionado por problemas como a surdez, gagueira; semânticas, são relacionadas ao uso inadequado da linguagem direcionada ao receptor, os códigos e os signos utilizados não fazem parte do conhecimento dos grupos visados; e as psicológicas, que são relacionadas a preconceitos e estereótipos. A comunicação se torna falha devido a crenças, atitudes, valores e a cultura das pessoas envolvidas no processo. As barreiras de comunicação podem ser encontradas em diversos momentos do processo comunicacional, podendo ser divididas em partes.

Verifica-se que, sendo essas as: “pessoais, administrativas/burocráticas, excesso de informações e informações incompletas”^{12:75}. As barreiras no processo comunicativo surgem no momento em que os responsáveis pela comunicação interna, esquecem de verificar os valores dos indivíduos integrantes da organização, e acabam elaborando ações inviáveis à equipe operacional assim como para a instituição¹².

Observa-se também que o excesso de informações assim como a sonegação da mesma pode ocasionar problemas para a instituição. Cabe ao gestor de comunicação, verificar a dosagem da informação assim como os meios utilizados para a otimização da mesma. Também nota-se que as comunicações incompletas e parciais aparecem no dia-a-dia das organizações tornando-se mais uma barreira na comunicação organizacional.

Conforme Kunsch (2003, p.76),

“Por fim, as comunicações incompletas e parciais constituem mais uma barreira na comunicação organizacional. São encontradas nas informações fragmentadas, distorcidas ou sujeitas a dúvidas, nas informações não transmitidas ou sonegadas etc.”

Um dos meios de superar as barreiras encontradas em qualquer organização, inclusive as de saúde são as ações de comunicação interna, que utiliza a ação de treinamento constante da equipe operacional, para que esses cooperadores sintam-se

capazes de prevenir futuros inconvenientes para a organização.

As ações de comunicação interna podem contribuir para que as organizações superem suas barreiras tanto comunicativas como organizacionais, buscando a aproximação dos interesses entre empresas e funcionários. Uma dessas ações de aproximação é a reunião, que busca o contato direto entre o gestores e cooperadores.

A comunicação interna proporciona diversas formas de superação para as organizações conquistando seus cooperadores para que superadas as barreiras internas, a organização conquiste seu espaço com o público externo, no caso estudado, contribuindo para a otimização no atendimento dos serviços de saúde.

COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna possui um papel estratégico dentro das organizações, buscando a integração dos funcionários com os objetivos e metas das organizações, fazendo-os perceber que eles fazem parte do processo de existência da empresa. Observa-se que com a utilização das ações de comunicação interna os cooperadores acham um motivo para pertencerem a organização em que estão trabalhando, pois a eles foram proporcionados estímulos que os fizeram acreditar que são capazes de contribuir para um futuro melhor da organização e de sua vida pessoal.

Conforme Nassar (2005, p. 48),

“Por isso é que a comunicação interna assume um papel estratégico na gestão empresarial. É ela que promove o fluxo de informações; cria, nas pessoas, o sentimento de “pertencer”; ajuda a construir o futuro da organização.”

Observar que os potenciais existentes nos cooperadores das instituições de saúde devem ser libertados para que essas instituições possam utilizar esses contribuintes como fonte de inspiração para suas ações, observando suas qualidades e assim utilizá-las de forma a proporcionar benefícios à organização, nesse caso em específico a humanização nos serviços de saúde.

Logo, podemos observar a importância da comunicação Interna para as instituições de saúde e de como suas ações podem contribuir para que essas organizações construam um relacionamento de interesses compartilhados com seus cooperadores capaz de influenciar em seus serviços prestados a sociedade.

Segundo Kunsch (2003, p. 154),

“A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para compatibilização dos interesses dos empregados através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis.”

Observa-se que com essa definição que a comunicação interna promove estímulos necessário para que ocorra a participação de todos os envolvidos nas ações propostas, promovendo a valorização do cidadão e a obtenção de resultados positivos para a instituição e a sociedade, sendo esses a qualidade dos serviços prestados e o comprometimento dos cooperadores na busca pela humanização nos serviços oferecidos pelas instituições de saúde.

Para a utilização das ações de comunicação interna o gestor de comunicação, deve conhecê-las, da mesma forma que ele também deve buscar inteirar-se de como está o clima organizacional da instituição, tendo em vista que uma instituição de saúde trabalha diariamente sob a pressão da sociedade que exige um atendimento humanizado e de qualidade.

Os gestores de relacionamento interno devem procurar realizar a manutenção do relacionamento entre a instituição e esse público de forma segura, mantendo respeito pelos interesses dos cooperadores conquistando assim o comprometimento desses funcionários contribuindo para que ocorra uma relação harmoniosa dentro das organizações proporcionando mais tranquilidade também ao público que utiliza seus serviços.

Conforme Nassar (2005, p. 110),

“A gestão da comunicação deve ser efetivada para que uma mensagem possa ser interpretada, discutida, assimilada e praticada no sentido de ser valorizada pelas pessoas, gerando o que chamamos de conhecimento compartilhado. Assim, o processo de comunicação evidencia a prática de atitudes que são valorizadas e respeitadas pelos grupos, definindo a cultura organizacional.”

Portanto, para que ocorra da melhor forma a interpretação da informação, o profissional de Relações Públicas, deve buscar sentido para as ações escolhidas, para que estas sejam valorizadas pelo público escolhido na busca de atitudes positivas.

OS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS E A COMUNICAÇÃO INTERNA

O profissional de Relações Públicas contribui na busca pela eficiência dos serviços prestados nas instituições de saúde, promovendo e administrando relacionamentos,

valendo-se de programas e estratégias de comunicação para o auxílio em suas atribuições diárias.

Segundo Kunsch (2003, p. 90)

“É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes mediando conflitos, valendo-se, para tanto de estratégias e programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social.”

Observa-se que nos dias atuais, os Profissionais de relações Públicas visam achar os canais de comunicação ideais para relacionar-se com os públicos das instituições. Um desses meios foi a comunicação interna, que passou a ter destaque nas ações desse profissional, devido uma de suas características ser de reconhecer o perfil dos públicos ao qual ele irá trabalhar, para poder da melhor forma, elaborar as ações estratégicas a serem utilizadas.

Com a união do conhecimento do profissional de Relações Públicas e as ações de comunicação interna, o processo de construção ou manutenção da identidade cultural das organizações tornou-se mais suave, pois foram quebrando-se barreiras, proporcionando uma melhor qualidade de vida aos funcionários e uma melhor imagem organizacional as instituições que obtiveram resultados positivos através de seu gestor de comunicação e de suas ações na busca pela humanização nos serviços de saúde.

Para a qualidade do atendimento nos serviços de saúde, faz-se necessário mudanças de comportamento e valores dos atendentes, oportunizando ao profissional de Relações Públicas a utilizar a comunicação interna para poder contribuir com a humanização desses serviços, através de ações como treinamentos e reuniões para saber quais as reais necessidades de cada instituição, descobrindo suas peculiaridades e assim criar estímulos para que esses busquem contribuir com os objetivos das instituições no caso de uma instituição de saúde a humanização nos serviços prestados a seus usuários.

CONCLUSÃO:

As instituições que utilizam os serviços dos profissionais de relações públicas e das ações de comunicação interna, conquistam o comprometimento de seus cooperadores, galgando um lugar de destaque na sociedade, devido aos serviços prestados com qualidade. No caso mencionado o de instituições de saúde, pode-se perceber que a comunicação interna proporciona a valorização dos cooperadores, deixando-os satisfeitos com os objetivos e metas da instituição, o que reverterá através de treinamentos constantes em um atendimento qualificado e humanizado de seus atendentes.

REFERÊNCIAS

- 1.Cesca, Cleuza G. Gimenes, Organização de eventos: manual para planejamento e execução / Cleuza G. Gimenes Cesca. - 9. ed. Rev. E atual. - São Paulo: Summus, 2008.
- 2.Watt. David C. Gestão de eventos em lazer e turismo / David C. Watt; trad. Roberto Cataldo Costa. - Porto Alegre: Bookman, 2004
- 3.Gil AC. Como elaborar projetos de pesquisa. 4º edição. Editora Atlas. São Paulo.2008.
- 4.Britto, Janaina: Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo / Janaina Britto, Nena Fontes, - São Paulo: Aleph, 2002. - (Turismo)
- 5.Nassar, Paulo Relações Públicas na Construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações / Paulo Nassar – São Caetano do Sul, SP : Difusão editora, 2007
- 6.Cerqueira, Wilson. Endomarketing: educação e cultura para a qualidade / Wilson Cerqueira – Rio de janeiro: Qualitymark Ed., 2005
- 7.Comunicação Interna: a força das empresas, volume 2 / (Paulo Nassar, organizador). – São Paulo : ABERJE, 2005
- 8.Castelli, Geraldo: Administração hoteleira / Geraldo Castelli. 9. ed. - Caxias do Sul: EDUCS, 2003. 732p.:il. (Coleção Hotelaria)
- 9.Adair Marcelo Marinho: Qualidade Humana – as pessoas em primeiro lugar: desenvolvendo uma cultura empresarial orientada para a qualidade, através da melhoria do relacionamento entre clientes internos e externos / Marceloo Marinho Adair – São Paulo: Maltese, 1995
- 10.Gil AC. Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais / Antonio Carlos Gil. - 1. ed. - 9. reimpr. - São Paulo : Atlas, 2009
- 11..Cavalcanti, Marly (organizadora). Gestão Social, estratégias e parcerias: redescobrimo a essência da administração brasileira de comunidades para o terceiro setor / Marly Cavalcanti (organizadora). - São Paulo: Saraiva, 2008.
- 12.Kunsch, Margarida Maria Krohling, Planejamento de relações públicas na comunicação integrada / Margarida Maria Krohling Kunsch. - 4. ed. Rev., atual. E ampl.- São Paulo : Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação ; v.69)
- 13.Santos, Maria Paula Gomes dos: O Estado e os problemas contemporâneos / Maria Paula Gomes dos Santos. - Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC;[Brasília]: CAPES: UAB, 2009
- 14.Kuschnir, Rosana Chigres: Gestão dos Sistemas e serviços de saúde / Rosana Chigres Kuschnir, Adolfo Horácio Chorny, Anilaska Medeiros Lima e Lira. - Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2010

15. De Seta, Marismary Horsth: Gestão da Vigilância à Saúde / Marismary Horsth De Seta, Lenice Gnocchi da Costa Reis, Elizabete Vianna Delamarque. - Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2010.

16. Dagnino, Renato Peixoto: Planejamento estratégico governamental / Renato Peixoto Dagnino – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2009

17. Carvalho, Antonio Ivo de: Políticas de Saúde: Fundamentos e diretrizes do SUS/ Antônio Ivo de Carvalho, Pedro Ribeiro Barbosa. - Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2010

18. Azevedo Neto, Francisco de Paula Bueno de: Gestão logística em saúde / Francisco de Paula Bueno de Azevedo Neto, Washington Luiz Mourão Silva, Vera Lucia Luiza. - Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2010

19. Site: <http://www.humanizasaude.rs.gov.br/site/artigos/manual/>, pesquisa feita em 04/07/2011