

A COMUNICAÇÃO INTERNA NO SETOR DE NEFROLOGIA DO HOSPITAL MUNICIPAL DE SANTARÉM

INTERNAL COMMUNICATION SECTOR MUNICIPAL HOSPITAL NEPHROLOGY SANTARÉM

Antônio Geraldo Cássio Wanghon Coelho¹

RESUMO

O presente trabalho aborda o tema Comunicação e trata de um estudo de caso, realizado no Setor de nefrologia do Hospital Municipal de Santarém. Utilizando como método de abordagem a pesquisa descritiva quantitativa, assume-se como objetivo geral: investigar a comunicação interna no setor de nefrologia do Hospital Municipal de Santarém. Valorizar os profissionais do setor de nefrologia e mantê-los informados sobre todos os aspectos inerentes ao Hospital Municipal de Santarém é condição fundamental para que haja comprometimento, desenvolvimento e prestação de serviços com qualidade aos pacientes (clientes externos). A seguir os dados coligidos foram analisados, através da identificação de como se desenvolve a comunicação interna, ou seja, verificar os canais utilizados na transmissão das informações e sua eficácia. Durante a pesquisa os entrevistados demonstraram-se satisfeitos com os canais de informações que a instituição adota. Conclui-se que o setor do Hospital Municipal de Santarém procura diante de suas ações, oferecer um canal de comunicação eficiente a ponto de motivar e satisfazer a realização de cada um dos colaboradores.

Palavras-chave: Comunicação; nefrologia; Hospital Municipal de Santarém.

¹ Mestrando do curso de "Gestão em Saúde Pública" da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. E-mail: antoniowonghon@hotmail.com

ABSTRACT

This paper addresses the issue of communication and is a case study, conducted by the Division of Nephrology, Hospital Municipal de Santarém. Using a method of quantitative descriptive approach, we assume the general objective: to investigate the internal communication in the sector of Nephrology, Hospital Municipal de Santarém. Enhance industry professionals nephrology and keep them informed about all aspects of the Municipal Hospital of Santarém is a fundamental condition for there to be commitment, development and delivery of quality services to patients (external customers). The following data collected were analyzed by identifying how to develop internal communication, ie to check the channels used in the transmission of information and its effectiveness. During the survey showed respondents were satisfied with the channels of information that the institution adopts. It is concluded that the sector seeks to Santarém Municipal Hospital in front of their actions, provide an efficient channel of communication as to motivate and meet the performance of each employee.

Keywords: Communication; Nephrology, Hospital Municipal de Santarém.

INTRODUÇÃO

O conhecimento da comunicação tem importante relevância para o cuidado de enfermagem, visto que o vínculo existente entre o profissional e cliente é intenso, possibilitando uma compreensão plena, que vai além do que é verbalizado pelo cliente. Este vínculo é um facilitador da assistência, visto que se amplia a capacidade de observação, tanto dos aspectos visíveis como daqueles que não são ditos. O uso consciente da leitura não verbal da clientela deve ser pensado como um "modo estratégico" de intervenção, a fim de facilitar o alcance dos objetivos de uma assistência de enfermagem mais compreensiva, singular e solidária à clientela.

Além disso, o conhecimento acumulado sobre os indivíduos no longo convívio do tratamento permite registrar como se comportam, durante as sequenciadas sessões. Ao

considerar as características pessoais manifestadas no comportamento, torna-se possível a identificação de uma série de problemas relevantes manifestados por alterações fisiológicas significativas. Conhecê-los e identificá-los a partir dos comportamentos possibilita uma intervenção precoce nas situações de alguma mudança, e podem impedir/prevenir complicações futuras.

Considerando as evidências descritas anteriormente, a lacuna de conhecimento específico na Nefrologia, despertou-se o interesse em aprofundar, a partir de investigação e rigor científico, as questões relacionadas à comunicação não verbal nas ações de enfermagem.

Comunicação

De acordo com Matos (2004), a palavra comunicação é originada do latim *COMMUNICARE*, que significa “tornar comum” ou “compartilhar o comum”, “repetir”, “associar”, “trocar opiniões”, “conferenciar”. Quer dizer, os primeiros passos para estabelecer uma boa comunicação com as pessoas à nossa volta é identificar o que temos em comum. O autor cita ainda que “comunicar implica participação (*Communicatio* tem o sentido de “participação”), interação, troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações, devendo ser considerado a inferência (percepção) do significado entre os indivíduos envolvidos”.

O autor ainda ressalta que no contexto organizacional, a comunicação caracteriza-se como o processo de compartilhar e intercambiar informações com outras pessoas, destacando-se como fundamental na vida de uma organização, porque nenhum indivíduo pode gerar sozinho, todas as informações necessárias para a tomada de uma decisão. Nesse sentido, a comunicação é tida como o cerne de toda organização ou sistemas vivos, que só existem porque cada parte se comunica livremente com todas as outras e também encorajam suas interações para serem dinâmicas e geradoras de energias, as quais devem ser transmitidas através de relações e processos como meio de enfatizar objetivos comuns, estratégias, promessas, compromissos e interações.

Dessa forma, a comunicação é um de fenômeno dinâmico que ocorre intencionalmente entre uma pessoa e outra, com o objetivo de obter uma reação, estabelecendo assim a troca de sentimentos e idéias. Os autores, Marquis & Huston (1999), definem comunicação como “o processo de capacitação que permite que informações sejam transferidas e idéias sejam traduzidas em ações”.

Nesse sentido a comunicação é a troca de informações entre os indivíduos, sem a comunicação não tem como se dar um relacionamento sejam eles por meios de mensagens, códigos, sinais. Através desses meios se constrói uma relação de lealdade com os colaboradores da empresa, compartilhando os objetivos sociais e empresariais da organização. A comunicação é o processo básico pelo qual os gerentes e os profissionais realizam suas tarefas; e as pessoas em posição de autoridade consistentemente consideram a habilidade de comunicação como algo vital para o sucesso. Neste sentido Chiavenato (2000) ressalta:

Comunicação é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social. A comunicação requer um código para formular uma mensagem e envia-la na forma de sinal (como ondas sonoras, letras impressas, símbolos), por meio de um canal (ar, fios, papel) a um receptor da mensagem que a decodifica e interpreta seu significado. Na comunicação pessoal direta falada, ou seja, na conversação, a linguagem funciona como código e é reforçada por elementos de comunicação não-verbal (como gestos, sinais, símbolos). A comunicação interpessoal também se pode dar a distância, através da escrita, telefone ou internet como meio de transmitir as mensagens. (CHIAVENATO, 2000, p.142)

Baseado na idéia do autor percebe-se que em decorrência da complexidade da comunicação, existem vários modelos para explicar a maneira como as organizações e as pessoas se comunicam. Em qualquer comunicação existe, no mínimo, um emissor, um receptor e uma mensagem. A mensagem também enviada pelo meio verbal, escrita e não verbal. É parte da comunicação um clima interno e externo. Segundo, Marquis & Huston (1999), clima interno inclui valores, sentimentos, temperamento e níveis de interesse do emitente e do receptor.

De acordo com DuBrim (2003, p.205), a comunicação interpessoal acontece por meio de várias fases. Para que haja uma comunicação eficaz, sete componentes devem estar presentes:

Fonte é o transmissor da comunicação é geralmente uma pessoa ou um grupo de pessoas, que está tentando enviar uma mensagem falada, escrita, por meio de sinais, ou não verbal, a outra pessoa ou pessoas, o objetivo da fonte tem ser expresso em forma de mensagem.

Mensagem é o foco da comunicação é a mensagem, um propósito ou uma idéia a serem transmitidos, caracteriza-se como o objetivo da comunicação. Muitos fatores

influenciam o modo como uma mensagem será recebida. Entre eles estão à clareza, a vivacidade do receptor, a complexidade e extensão da mensagem e o modo como a informação é organizada, nesse caso, para atingir a eficácia das mensagens nas empresas é preciso usar uma linguagem clara, simples e direta.

Canal é o intermediário, o condutor das mensagens de um emissor a um receptor. Vários canais de comunicação estão disponíveis nas organizações para enviar mensagens. Que podem ser escritas, faladas ou uma combinação das duas.

Receptor é a outra parte a qual se destina a mensagem. Ressaltando que a comunicação só se completa, quando a outra parte recebe a mensagem e a entende corretamente.

Feedback é o retorno da informação. Sem feedback é difícil saber se uma mensagem foi recebida e entendida. Essa fase inclui as reações do receptor. Se ele reage como esperado pelo transmissor, isso significa que a mensagem foi recebida satisfatoriamente. Caracteriza-se por ser o principal elemento que dinamiza o processo de comunicação.

O ambiente para que a comunicação possa ser mais bem compreendida, faz-se necessário o conhecimento do ambiente, no qual as mensagens são transmitidas e recebidas. A cultura organizacional é um importante fator ambiental que influencia a comunicação.

E o ruído que é tudo o que dificulta a comunicação e interfere na transmissão e perturba a recepção ou a compreensão da mensagem. O ruído inclui o estresse do trabalho, o medo, o barulho de uma máquina, a música ambiente e o bate-papo entre colegas e ao celular estão entre os muitos exemplos de ruído no local de trabalho.

Além desses componentes percebe-se, que os avanços tecnologia de informação têm influenciado a quantidade e a qualidade da comunicação interpessoal no local de trabalho. Quatro desses avanços são e-mail, o local alternativo de trabalho, a tecnologia de apresentação e os sistemas de reconhecimento de voz.

O e-mail facilita a comunicação, mas contribui para o excesso de informação. As pessoas que trabalham em locais alternativos podem perder em interação humana cara a cara. Os indivíduos que fazem uso excessivo da tecnologia de apresentação às vezes falham em se conectar com o público. Os sistemas de reconhecimento de voz requerem a ênfase na fala precisa e clara.

Ampliando ainda sobre o conceito de comunicação, Brum (2005, p.41) define que a comunicação interna é a comunicação empresa/funcionário e a comunicação interpessoal é a comunicação entre pessoas. Percebe que os dois estão interligados, ou seja, uma depende da

outra. A comunicação pode ser definida, também, como “um fenômeno dinâmico que ocorre intencionalmente entre um indivíduo e outro com o objetivo de obter uma reação, estabelecendo assim a troca de sentimento e idéias”. (BRUM, 2005, p.61)

Nesse sentido a comunicação é considerada um fator importante dentro do clima organizacional para Chiavenato (1999, p.404), toda empresa deve ser construída sobre uma sólida base de informação e de comunicação e não apenas sobre uma hierarquia de autoridade. Todas as pessoas, desde a base até a cúpula da organização, devem assumir suas responsabilidades através da disseminação da informação. Ressalta ainda que uma das mais importantes estratégias para a gestão de pessoas reside na intensa comunicação e retroação com os funcionários. Ela é acima de tudo, uma “ferramenta básica para satisfazer as necessidades humanas dos funcionários”. (CHIAVENATO, 1999, p.405)

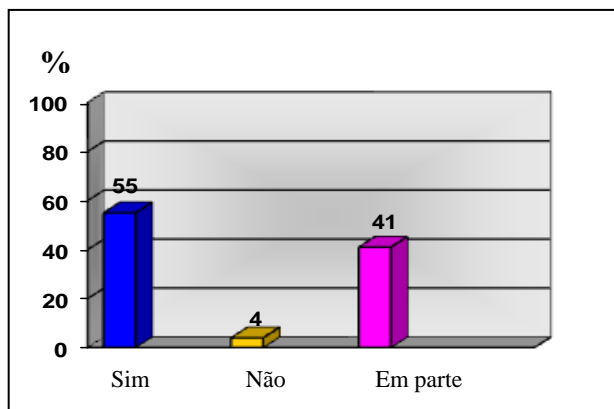
A comunicação é, portanto, a linha mestra que gerencia a entrada e a saída da informação, possibilitando o alcance dos objetivos organizacionais e sendo como fator motivacional.

METODOS E RESULTADOS

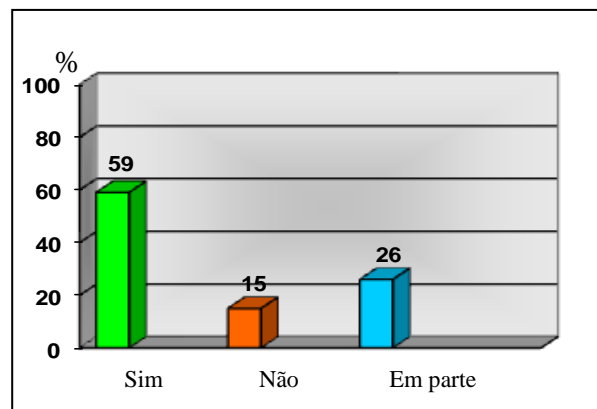
O presente estudo foi realizado segundo o método descritivo-quantitativo. Conforme Teixeira (2003), a pesquisa quantitativa emprega a linguagem da descrição matemática para a descrição das causas dos fenômenos e apresenta os dados coletados de acordo com número e frequência, valorizando tabelas, gráficos e quadros. No caso, foi investigada a comunicação interna no setor de nefrologia do Hospital Municipal de Santarém – HMS encontram-se motivados. É descritivo, pois de acordo com Vergara (2005), a pesquisa descritiva demonstra características de determinada população (setor de nefrologia) ou determinado fenômeno, sem que haja o compromisso de explicá-los, ou seja, observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Após análise da metodologia utilizada é de suma importância à análise dos resultados coligidos no que se refere à motivação, podendo-se concluir que de acordo com o percentual das respostas, relação à motivação, a maioria dos colaboradores, demonstraram-se motivados. Isso demonstra que o Hospital Municipal de Santarém contribui, oferecendo condições necessárias ao setor de nefrologia.

Gráfico I- Os funcionários conhecem e compreendem claramente a missão, visão e os valores da Empresa?

Gráfico II- Os funcionários sabem dos planos e objetivos da Empresa?



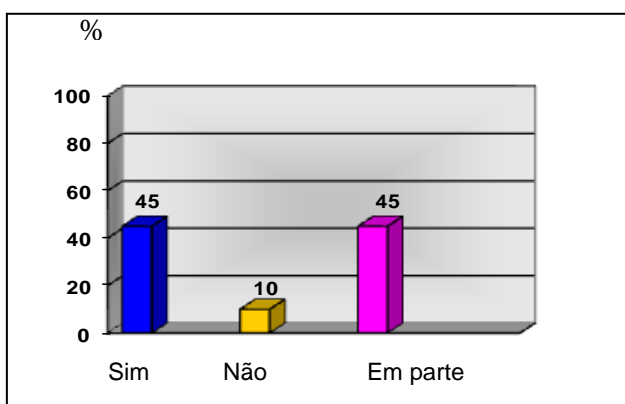
Fonte: Acadêmico-pesquisador



Fonte: Acadêmico-pesquisador

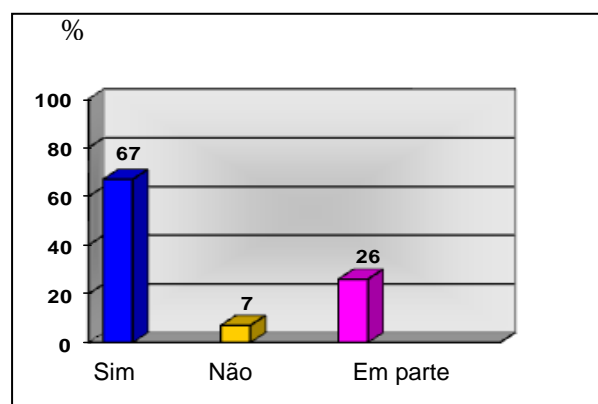
De acordo com o gráfico I, pode-se dizer que os funcionários não só conhecem como também compreendem de forma clara a missão, visão e os valores do setor de nefrologia do Hospital Municipal de Santarém - HMS, haja vista que 55% dos colaboradores informam que tem conhecimento e 41% que compreende em parte tais valores do Hospital Municipal de Santarém-HMS. No que diz respeito aos planos e objetivos do HMS (gráfico II) 59% dos colaboradores informam que são informados, e 26 % tem conhecimento relativo (em parte) no que tange as metas da empresa, o que ilustra um conhecimento significativo dos funcionários.

Gráfico III- Os funcionários são informados das mudanças quando ocorrem?



Fonte: Acadêmico-pesquisador

Gráfico IV- Nas reuniões as pessoas sentem-se à vontade para dar sugestões, discutir, discordar.



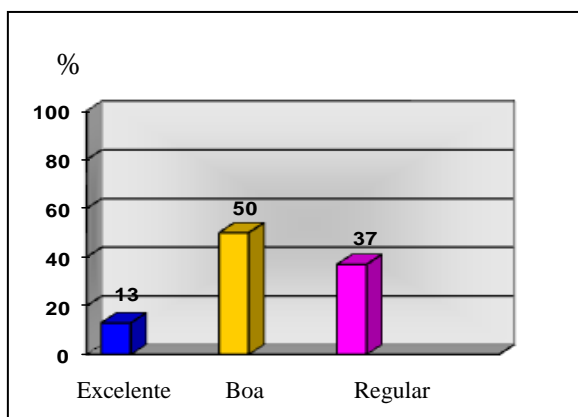
Fonte: Acadêmico-pesquisador

Conforme apresentado no gráfico III, em relação às mudanças que ocorrem no Hospital, 45% concordam que são informados, e 45% afirmam em parte que são informados.

Seguido de uma média de 67% que afirmam que nas reuniões sentem-se à vontade para dar sugestões, discutir e discordar quando necessário. Isso caracteriza que de certa forma, o hospital possibilita abertura para que os colaboradores possam expressar suas opiniões. E 26% concordando em parte. Ao analisar os resultados das respostas através do gráfico abaixo, é possível identificar que de acordo com 85% dos pesquisados, as reuniões acontecem sempre que surge necessidade. Em um percentual de 15% responderam que as reuniões acontecem em outras ocasiões. Em seguida, observa-se que 58% dos pesquisados admitem que são informados sobre as atividades e serviços desenvolvidos na instituição e 33% afirmaram que são informados em parte e 5% que não obtém informações por parte das empresas.

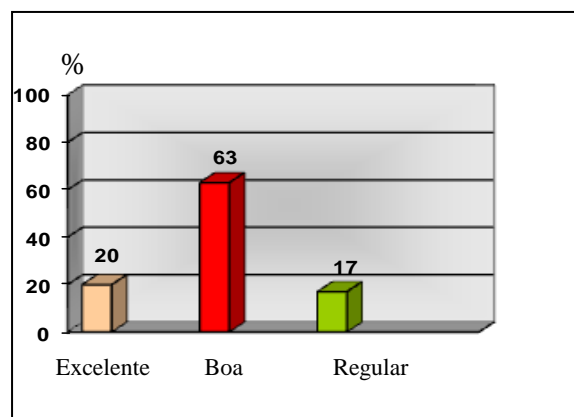
Em relação à comunicação entre os setores, apresentado no gráfico V, é possível observar que 50%, demonstraram ser boa e outra parte consideraram ser regular, com 30% e somente 19% afirmaram que a comunicação é considerada excelente. Com relação a comunicação entre chefes e colaborador, os entrevistados demonstraram ser boa (63%), e 20% afirmaram ser excelente e 17% disseram ser regular.

Gráfico V- A comunicação entre os setores é considerada:



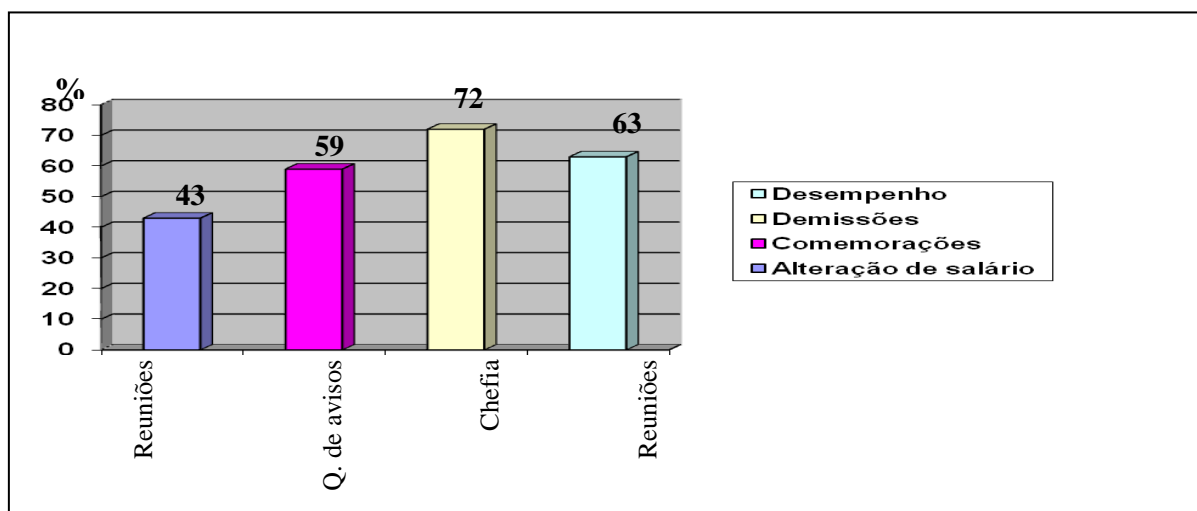
Fonte: Acadêmico-pesquisador

Gráfico VI- A comunicação entre chefes e colaboradores é considerada:



Fonte: Acadêmico-pesquisador

Gráfico VII- Como o funcionário é mais frequentemente informado a respeito dos seguintes assuntos:

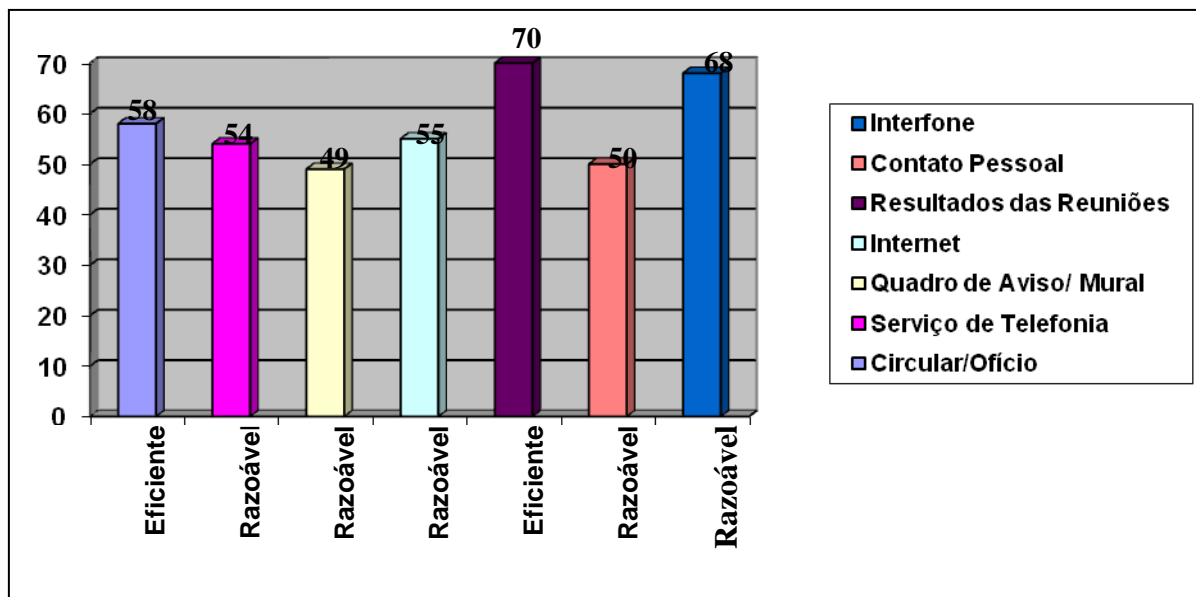


Fonte: Acadêmico-pesquisador

O gráfico VII descreve os canais mais utilizados na transmissão das informações aos colaboradores, onde o canal mais comumente utilizado para transmitir assuntos referentes à alteração de salário, as informações acontecem através de reunião(43%); comemorações se dão através de quadro de aviso (59%); no se refere as demissões são comunicada aos colaboradores, através do chefe (72%), quanto ao desempenho dos colaboradores as informações acontecem em reunião (63%). Percebe-se que as reuniões, a chefia e o quadro de aviso são os meios de informações mais utilizados no setor da Hemodiálise do Hospital Municipal de Santarém - HMS.

Quanto à eficácia dos canais de comunicação utilizados pelo setor da Hemodiálise do Hospital Municipal de Santarém - HMS, na transmissão das informações, pode-se observar que os canais considerados mais eficientes pelos entrevistados são os resultados das reuniões, com um percentual de 70% das respostas, isso mostra o quanto o funcionário valoriza as reuniões como instrumento de informação. Adiante, o interfone, com um índice de 68% considerando esse instrumento como razoável. Seguidos do circular/ofício os entrevistados consideram razoável, com um percentual de 58% em relação à internet que obteve um percentual de 55% razoável, e 54% considerando que o serviço de telefonia funciona de maneira razoável. E 50% dos entrevistados consideraram o contato pessoal como um instrumento de comunicação razoável e quanto ao quadro de aviso/mural 49% reconheceram como um instrumento razoável.

Gráfico VIII - Classifique os seguintes instrumentos quanto à sua eficácia



Fonte: Acadêmico-pesquisador

Verificou-se através dos resultados acima, que a comunicação é um fator considerado importante para manterem-se os colaboradores motivados e satisfeitos, pois através de fator pode-se conhecer suas opiniões, necessidades e aspirações, isso leva acima de tudo os clientes internos serem reconhecidos e valorizados.

CONCLUSÕES

Durante a pesquisa quanto à comunicação interna, verificou-se que a Instituição dispõe de eficientes canais de informação, onde os colaboradores são informados, como é o caso da reunião; quadro de aviso/ mural; circular/ofício; serviço de telefonia, internet entre outros. Porém, pode-se observar que os colaboradores valorizam o contato pessoal (colegas e chefes), reforçando a importância dada ao diálogo e as trocas de informações diretas.

Conforme os resultados no que tange ao desenvolvimento da comunicação interna na instituição, pode-se observar que a comunicação que é dirigida aos colaboradores, no que refere a missão, visão e valores; planos e objetivos; mudanças; reuniões; as atividades e serviços e treinamentos, sobre esses aspectos os colaboradores demonstraram um nível de concordância satisfatório. Valorizar os colaboradores e mantê-los informados sobre todos os

aspectos inerentes a sua empresa é condição fundamental para que haja comprometimento, desenvolvimento e prestação de serviços com qualidade aos clientes externos.

Conclui-se que a comunicação interna caracteriza-se como um processo de compartilhar e intercambiar informações com outras pessoas, destacando-se como fundamental na vida de uma organização, porque nenhum indivíduo pode gerar sozinho, todas as informações e essas são necessárias para as tomadas de decisões. Nesse sentido, a comunicação é tida como o cerne de toda organização, sendo também, como um fator estratégico para o sucesso de qualquer empresa.

REFERÊNCIAS

1. BRUM. **Face a Face com o Endomarketing**. Porto Alegre: LP&PM, 2005.
2. CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
3. DUBRIN, Andrew J. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 2ª ed. São Paulo: Thompson, 2003.
4. GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.
5. MARQUIS, Bessie L; HUSTON, Carol J. **Administração e liderança em enfermagem**: 2ª ed., Porto Alegre: Artemed, 1999.
6. MATOS, Gustavo Gomes. **Comunicação sem complicação**: Como simplificar a prática da comunicação nas empresas. Rio de Janeiro: Campos, 2004.
7. TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa**. 6ª ed. Belém: Unama, 2003.
8. VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

Sources of funding: No
Conflict of interest: No
Date of first submission: 2012-11-16
Last received: 2013-05-16
Accepted: 2013-12-18
Publishing: 2013-12-20