



GRUPO HOSPITALAR CONCEIÇÃO



HOSPITAL N. S. DA CONCEIÇÃO S.A. (Matriz) CNPJ 92.787.118/0001-20 - Av. Francisco Trein, 596 F. 33572000 - Porto Alegre - RS - CEP 91350 200
Filiais: Hospital Fêmeina, Hospital Cristo Redentor, Hospital Criança Conceição, Unidade de Pronto Atendimento Zona Norte Moacyr Scliar, Unidade de Saúde Santíssima Trindade, Unidade de Saúde Parque dos Maias, Unidade de Saúde Nossa Senhora Aparecida, Unidade de Saúde Jardim Leopoldina, Unidade de Saúde Floresta, Unidade de Saúde Divina Providência, Unidade de Saúde Costa e Silva, Unidade de Saúde COINMA, Unidade de Saúde Barão de Bagé, Centro de Educação Tecnológica e Pesquisa em Saúde - CETPS, Centro de Atenção Psicossocial I - Infantil, Unidade de Saúde SESC, Centro de Atenção Psicossocial II - Adulto, Unidade de Saúde Conceição, Unidade de Saúde Jardim Itu e Centro de Atenção Psicossocial III - Alcool e Drogas.
Vinculado ao Ministério da Saúde - Decreto 99244/90



RESIDÊNCIA MULTIPROFISSIONAL EM SAÚDE – GHC TRABALHO DE CONCLUSÃO DA RESIDÊNCIA PROGRAMA DE SAÚDE DA FAMÍLIA E COMUNIDADE

PROMOVENDO A SAÚDE: OS INSTRUMENTOS COMUNICACIONAIS DE UMA
UNIDADE DE SAÚDE

Fábia Mallorca Wagner
Rosa Maria Levandovski

Porto Alegre, Fevereiro 2020

PROMOVENDO A SAÚDE: OS INSTRUMENTOS COMUNICACIONAIS DE UMA UNIDADE DE SAÚDE

Fábia Mallorca Wagner

Dra. Rosa Maria Levandovski

Resumo: A comunicação é uma ferramenta indispensável utilizada para promover saúde com o objetivo de identificar os meios comunicacionais que assim o fazem. Este artigo descreve os instrumentos comunicacionais que promovem a saúde dentre eles estão a linguagem corporal, comunicação face a face, e-mail, intranet, reuniões, comunicação visual e auditiva, entre outras. Os profissionais de saúde devem priorizar uma comunicação efetiva e de qualidade e que ambos envolvidos entendam a mensagem a ser passada e entendida pelos interessados. O objetivo deste artigo é identificar os meios comunicacionais utilizados na promoção de saúde, em uma Unidade de Saúde do Grupo Hospitalar Conceição. A pesquisa é qualitativa, com o método de pesquisa etnometodológico, através de um diário de campo. Considerando-se de grande importância a comunicação no contexto de promoção de saúde e o papel que esses instrumentos comunicacionais simbolizam com a finalidade de prevenir comunicação não efetiva, desenvolver habilidades, favorecer a clareza das mensagens, conclui-se que é importante criar, desenvolver e produzir uma comunicação de qualidade e humanizada.

Palavras-chaves: Comunicação; Instrumentos comunicacionais; Promovendo a saúde.

Abstract: Communication is an indispensable tool used to promote health in order to identify the communication means that do so. This article describes the communication tools that promote health, including body language, face-to-face communication, e-mail, intranet, meetings, visual and auditory communication, among others. Health professionals must prioritize effective and quality communication and that both involved understand the message to be passed and understood by the interested parties. The purpose of this article is to identify the communication means used in health promotion, in a Health Unit of Grupo Hospitalar Conceição. The research is qualitative, using the ethnomethodological research method, through a field diary. Considering the importance of communication in the context of health promotion and the role that these communication tools symbolize in order to prevent ineffective communication, develop skills, favor the clarity of messages, it is concluded that it is important to create, develop and produce quality and humanized communication.

Keywords: Communication; Communication tools; Promoting health.

1. INTRODUÇÃO

A comunicação pode ser entendida como a troca e a interpretação de mensagens, pelas quais as pessoas se percebem e partilham pensamentos, ideias e propósitos (ANDRADE, et al, 2017). Visando a comunicação empresarial, Berlo (2003) aponta que uma instituição de qualquer espécie, só é possível por meio da comunicação, pois é esta que faz do seu conjunto uma organização.

“Organizações alcançam reconhecimento comunicativamente” (PACANOWSKY; TRUJILLO, 192, p. 122), sendo a comunicação um processo no qual cada comportamento comunicativo é constituído de relacionamentos interpessoais. Dessa forma, os instrumentos comunicacionais devem ser continuamente analisados para que se tenha o real retrato do estágio de desenvolvimento de comunicação das organizações. As experiências organizacionais provêm dos relacionamentos que as pessoas mantêm entre si, considerando-se como imprescindível que as pessoas, como seres humanos, são dependentes das práticas que criam.

A Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), em parceria com o Instituto Aberje de Pesquisa (Databerje) realizou uma pesquisa na qual mostra que os instrumentos comunicacionais empresariais são o e-mail, boletim, intranet, reuniões, newsletter, e a comunicação face a face (ABERJE, 2007).

Estes instrumentos comunicacionais são utilizados nos mais diversos tipos de empresas e, na área da saúde não é diferente. Andrade et al. (2017) determinam que a comunicação é primordial para o cuidado com a saúde, visto que os profissionais precisam estabelecer um relacionamento com o usuário e demais colaboradores da equipe, a fim de compreender suas vivências para promover o cuidado integral.

Portanto, esta comunicação nem sempre se dá de forma efetiva e qualificada, assim, podendo gerar prejuízo para a saúde do cliente (FERMINO; CARVALHO, 2007).

O objetivo deste estudo é identificar os meios comunicacionais utilizados na promoção de saúde sinalizando os instrumentos comunicacionais existentes em uma Unidade de Saúde do Grupo Hospitalar Conceição em quatro (4) reuniões e evidenciar os meios comunicacionais qualificados para a promoção de saúde.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Diante do problema de pesquisa proposto, o tema comunicação organizacional e como forma de promoção em saúde é de fundamental importância na discussão teórica. É o que se apresenta a seguir.

2.1 A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Neste capítulo busca-se refletir acerca do fenômeno da comunicação organizacional e seus instrumentos. Autores como Kunsch (2006), Ferreira (2004) e Crosby (1992) foram colocados em diálogo teórico para o melhor entendimento da comunicação em organizações.

A comunicação deve ser entendida como parte da natureza das organizações. Estas são formadas por pessoas que se comunicam entre si e por meio de processos interativos que permitem a execução das atividades essenciais da empresa (KUNSCH, 2006). Entretanto, percebe-se que sem comunicação as empresas não existiriam.

O papel da comunicação é de extrema importância para que se tenha qualidade no serviço prestado pelas empresas como um todo. Thornhill et al. (1996) apontam que para que se tenha qualidade comunicacional, é preciso efetividade nos sistemas de comunicação com os funcionários e clientes.

Ferreira (2004) aponta que a efetividade de diversas atividades e infra estruturas de uma organização é diretamente proporcional às decisões tomadas pela área de comunicação. Na mesma perspectiva, Troutt et al. (1995) destacam que existe pouca chance destas atividades serem bem sucedidas se a comunicação não for elemento central no processo de implementação.

Antes que sejam realizadas iniciativas de melhorias em uma organização, é preciso promover uma compreensão clara sobre qualidade de comunicação, pois as tentativas de melhoria irão envolver mudanças e, conseqüentemente podem envolver resistências de superiores e de equipes como um todo (YAVAS, 1995). Percebe-se então, que para engajar uma mudança na comunicação e nas atividades de uma organização, é essencial que exista uma troca de informações acolhedora,

que esclareça dúvidas e que conquiste superiores, funcionários e demais envolvidos.

Na mesma linha de raciocínio, Crosby (1992) também reconhece a relevância da comunicação para gerar compreensão e receptividade por parte das pessoas envolvidas na organização. O autor aponta que é necessário fazer uma abordagem diferenciada, fazendo o uso de uma analogia que compara a saúde organizacional com a humana.

Assim sendo, Crosby (1992, p. 60) salienta que as organizações que possuem problemas de qualidade no serviço, são chamadas de sintomas e, um dos ingredientes da vacina sugerida, é a comunicação. O autor enfatiza que essa comunicação deve ter: informações sobre progressos e realizações de melhoria aos funcionários; programas de reconhecimento estabelecidos em todos os níveis; membros da organização devem saber identificar e comunicar sobre erros, desperdícios e oportunidades de melhoria.

Além dos tópicos citados acima, Crosby (1992, p. 60) acredita que para que se tenha uma boa comunicação numa organização, é preciso:

Quadro 1 - Comunicação ideal de uma organização (CROSBY, 1992)

A comunicação existente deve ser continuamente alimentada;
Todos os indivíduos devem estar atualizados sobre a melhoria da comunicação;
Cabe às equipes solicitar informes sobre suas realizações para alimentar os sistemas de comunicação;
Além do material de comunicação corporativo, como cartazes e revistas, boletins podem ser distribuídos e vídeos podem ser exibidos para que as melhorias alcançadas sejam divulgadas;
Programas de reconhecimento devem ser ajustados à mentalidade da organização;
Sistemas de comunicação devem ser estabelecidos para incentivar o contato entre os funcionários e as lideranças da organização. Com este objetivo, formulários de autopreenchimento, linha telefônica exclusiva ou outros tipos de canais mais simples devem passar a fazer parte do funcionamento normal da organização;
Canais de comunicação também devem ser abertos para os fornecedores e clientes. Esses, por sua vez, devem ser reconhecidos como uma extensão da própria empresa.

Fonte: elaborado pela autora(2020)

Uma vez que os autores escolhidos permitiram compreender melhor como se dá a comunicação nas empresas e, os instrumentos de comunicação ideais para

que esta seja efetiva para seus funcionários e clientes, a pesquisa teórica passou, então, a buscar compreender com maior profundidade sobre a comunicação em promoção de saúde. Compreendido isso, o próximo capítulo abordará sobre como a comunicação pode contribuir na promoção de saúde.

2.2 PROMOVENDO A SAÚDE

Neste capítulo, a comunicação em saúde será aprofundada a fim de entender sobre como se dá a promoção em saúde. Autores como Andrade et al. (2017), Ostermann e Meneghel (2012) e Araújo e Cardoso (2007) foram colocados em diálogo teórico para melhor compreensão do objeto de estudo.

Na comunicação e saúde, Araújo e Cardoso (2007) ressaltam que ambos os temas são relevantes para entender as relações entre instituições e sociedade.

A comunicação em saúde vai além do conteúdo a ser apresentado, segundo Andrade et al. (2017) deve ser humanizada por meio de uma escuta atenta, um olhar observador e uma postura adequada entre profissionais da saúde e usuários em geral. Na mesma linha de raciocínio Ostermann e Meneghel (2012) apontam que uma comunicação eficaz entre os envolvidos na saúde, pode contribuir para uma qualidade no cuidado e na melhora da saúde.

Se porventura, a comunicação for ineficiente, pode ter ocorrido pela maneira como se deu a transmissão, bem como a sua interpretação, pois além de fazer sentido para quem ouve, quem fala também deve se fazer compreender (FERMINO; CARVALHO, 2007). Do mesmo modo, Borba, Santos e Puggina (2017) apontam que a comunicação precisa ser compreendida por todos os envolvidos, podendo haver barreiras comunicacionais que impeçam total entendimento da informação, estas abrangem percepções sobre a doença, cuidados e tratamento, valores culturais do profissional de saúde e do paciente.

No entanto, a comunicação tem se mostrado importante para que se crie um vínculo de confiança no profissional de saúde, esta é uma competência básica na prestação de cuidados, seja para orientar, informar, apoiar, confortar ou realizar procedimentos específicos (DORES, et al., 2017). Uma das técnicas de comunicação mais utilizada por profissionais é denominada clarificação, a qual contribui para que as mensagens sejam compreensivas e claras para que sejam

explicadas questões relacionadas ao processo saúde-doença-cuidado (FERMINO; CARVALHO, 2007).

No entanto, Ostermann e Meneghel (2012) acreditam que com uma linguagem mais sensível e cultural entre os profissionais de saúde e usuários pode melhorar a qualidade dos resultados em relação à prevenção, tratamento, diagnóstico e no gerenciamento de problemas de saúde. Portanto, estes profissionais devem adequar a comunicação para que ela faça sentido na vida das pessoas envolvidas.

Encerra-se aqui o referencial teórico proposto para analisar os objetivos levantados na presente pesquisa. Para dar seguimento ao estudo, no próximo capítulo serão explicados os procedimentos metodológicos a serem empregados.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

Na presente pesquisa, foi utilizado o método da observação participante, que tem como principal instrumento de trabalho o diário de campo do pesquisador. Minayo (2016) afirma que o diário de campo são anotações que o pesquisador faz que não podem ser coletadas por meios formais e padronizados. Além disso, a autora analisa que: “a observação participante pode ser considerada parte essencial do trabalho de campo na pesquisa qualitativa” (MINAYO, 2016, p. 64).

A observação participante foi desenvolvida em quatro (4) dias de reuniões, no horário das 12h45min às 14h, nas segundas e quartas-feiras, na sala de estudos de uma unidade do Grupo Hospitalar Conceição, perfazendo um total de 5 horas de inserção nas reuniões de equipe, sendo observada toda a equipe que exerce suas atividades no referido local.

Além disso, a autora declara que a observação participante é um método que permite a compreensão da realidade, onde o pesquisador se coloca como observador (relação direta com seus interlocutores) de uma situação social, com a finalidade de realizar uma investigação científica (MINAYO, 2016). Ou seja, o pesquisador participa da vida e cenário social dos interlocutores a fim de colher dados e compreender o contexto em que estão inseridos.

A técnica de observação participante seguiu as etapas a seguir: aproximação do pesquisador ao grupo de estudo, autorização através do TCLE que foi assinado pelo Assistente de Coordenação da unidade; registros diários; sistematização e

organização dos dados coletados; análise e interpretação dos dados. Os dados coletados foram registrados no diário de campo contendo registros dos comportamentos, da fala, do tom de voz, das expressões faciais, verbais e corporais. Também foram feitos registros do modo de interação entre profissionais da instituição. Durante a observação participante e as anotações no diário de campo permitiram a compreensão mais aprofundada da organização do coletivo. Além disso, o fato de escutá-los e observá-los durante as reuniões amplificou a abordagem interpretativa da pesquisa assim, como muitos questionamentos sobre a comunicação assertiva e que qualifica a saúde.

Por meio da pesquisa qualitativa e etnometodológica é possível entender o fenômeno proposto pelos objetivos de pesquisa, identificando e descrevendo como se dá a comunicação em reuniões com profissionais da área da saúde em uma unidade de saúde do Grupo Hospitalar Conceição.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi baseada na etnometodologia institucional com o objetivo de identificar e evidenciar instrumentos comunicacionais qualificados para a promoção da saúde de uma equipe de profissionais em uma unidade de saúde. As primeiras observações participantes iniciaram-se em junho de 2019, sendo realizadas duas observações no mês de junho e outras duas no mês de julho, a fim de problematizar o objetivo geral da pesquisa. A técnica de observação participante possibilita o contato direto do pesquisador com o fenômeno observado, conseguindo informações da realidade dos atores em seus próprios contextos. O observador, como parte do contexto, estabelece uma relação face a face com os observados e, nesse processo, tem a oportunidade de modificar ou ser modificado pela situação. Dessa forma, a observação participante representa um caminho para se obter conhecimento a respeito da comunicação entre os atores, valores, atitudes e outros aspectos de um determinado grupo.

Segundo Campbell e Gregor (2008), os relatórios pessoais dessas observações participantes “podem ser um recurso rico para a Etnografia Institucional se os pesquisadores conseguirem aprender como ver, como ouvir e compreender como as pessoas vivem e interagem no cotidiano institucional”. Através dessa

perspectiva, nas observações participantes, busquei interagir naturalmente com os profissionais, participando da vida deles e do ambiente de convivência. Nesse período inicial, as observações participantes puderam contribuir tanto para a avaliação sobre o meu olhar da comunicação na instituição e a forma como os participantes agiam e interagiam uns com os outros levando à formação de relações sociais:

No primeiro momento os profissionais que estavam organizando e coordenando a mesma. Abriram um espaço para os informes. As pessoas que tinham recados sobre a rotina do serviço foram se inscrevendo e por ordem de numeração os participantes foram passando as informações. Enquanto isso ia passando a prancheta com a lista de presença da reunião. Os participantes estavam muito interessados em assinar a sua presença e com isso iniciaram as conversas paralelas. E os funcionários iam entrando na sala para participar da mesma. Durante a reunião fica passando a prancheta com a lista de presença e de acordo com que as pessoas iam chegando e assinando a lista de presença. As conversas colaterais surgiam a todo momento. (DIÁRIO DE CAMPO, 03/06/2019).

O método da observação participante, que tem como principal instrumento de trabalho o diário de campo do pesquisador. Minayo (2016) afirma que o diário de campo são registros que o pesquisador faz das percepções, angústias, questionamentos e informações que não podem ser coletadas por meios padronizados. Além disso, a autora analisa que: “a observação participante pode ser considerado um método que permite a compreensão da realidade, onde o pesquisador se coloca como observador de uma situação social, com a finalidade de realizar uma investigação científica (MINAYO, 2016). Ou seja, o pesquisador participa da vida e cenário social dos interlocutores a fim de colher dados e compreender o contexto em que estão inseridos. Em relação ao contexto acima pude perceber durante as reuniões a angústia e o nervosismo de alguns profissionais que iriam realizar a educação permanente. Devido à angústia, nervosismo de estar naquela posição de palestrante, em frente a muitas pessoas geram fatores estressores que prejudicam a clareza da comunicação verbal de quem quer se fazer entender pois, a oralidade da palestrante era rápida, trêmula e tom de voz baixo prejudicando a compreensão das palavras.

Neste dia não teve lista de presença. Estavam na reunião oito profissionais que iriam participar da atividade. Quando iniciou a palestra a comunicação utilizada foi visual através do retroprojeto com muita poluição escrita nos slides, e a comunicação verbal, que não era clara pois não dava para entender o que a palestrante falava pois, falava rápido e as palavras não eram coesas. Algumas pessoas saíram da sala durante a atividade. (DIÁRIO DE CAMPO, dia 19/06/2019).

O ato de escutar as pessoas permite que o pesquisador possa compreender como o seu entendimento acerca de determinada questão se desenvolveu. A observação participante é mais do que apenas coletar dados, é fazer parte das relações cotidianas do modo que as pessoas utilizam a comunicação verbal, corporal, visual ou outras formas de comunicar-se. Esta deve ser entendida como parte da natureza das organizações. São formadas por pessoas que se comunicam entre si e por meio de processos interativos que permitem a execução das atividades essenciais da empresa (KUNSCH, 2006).

O papel da comunicação é de extrema importância para que se tenha qualidade no serviço prestado pelas empresas como um todo. Thornhill et al. (1996) apontam que para que se tenha qualidade comunicacional, é preciso efetividade nos sistemas de comunicação com os funcionários e clientes.

A palestrante foi conduzindo a reunião através de apresentação visual com o retroprojeto, usou uma linguagem de fácil entendimento e explicou como prosseguiria a atividade a ser desenvolvida. Muito empolgada durante a apresentação, gesticulando bastante, esboçava sorrisos a todo o momento. Algumas pessoas estavam interessadas no tema abordado. Prestavam atenção, realizavam perguntas pertinentes ao tema. No final da apresentação verbal e visual abriu um pequeno espaço para perguntas sobre a atividade. No final da apresentação verbal, visual e corporal abriu espaço para perguntas sobre a atividade. A equipe foi dividida em cinco grupos. Foi entregue um material de apoio impresso e atividades a serem respondidas pela equipe sobre como agir assertivamente em certas situações do cotidiano. Após 20 minutos, os profissionais presentes voltaram para a sala de reunião para discutirem sobre o tema. Juntamente com o material de apoio, foi entregue uma avaliação para que todos opinassem acerca da atividade. Quase toda a equipe estava presente. (DIÁRIO DE CAMPO, 03/06/2019).

Ferreira (2004) aponta que a efetividade de diversas atividades e infra estruturas de uma organização é diretamente proporcional às decisões tomadas pela área de comunicação. Na mesma perspectiva, Troutt et al. (1995) destacam que existe pouca chance destas atividades serem bem sucedidas se a comunicação não for elemento central no processo de implementação.

A comunicação é o objetivo principal desta pesquisa, sendo assim podemos notar que nas citações anteriores percebemos como as reuniões tiveram uma abordagem comunicacional diferente através do interesse do palestrante de levar instrumentos comunicacionais que promovem a compreensão clara das palavras e sobre a qualidade da comunicação, (YAVAS, 1995). Percebe-se então, que é essencial uma troca de informações acolhedora, que esclareça dúvidas e que conquiste a equipe e demais envolvidos.

Na mesma linha de raciocínio, Crosby (1992) também reconhece a relevância da comunicação para gerar compreensão e receptividade por parte das pessoas envolvidas na organização. O autor aponta que é necessário fazer uma abordagem diferenciada com instrumentos comunicacionais que promovam a saúde dos trabalhadores.

Outra forma que a equipe usa para comunicar as reuniões e, quais as pautas a serem debatidas para a promoção de saúde é por meio de grupo no aplicativo WhatsApp.

A comunicação segundo Andrade et al. (2017) deve ser humanizada por meio de uma escuta atenta, um olhar observador e uma postura adequada entre profissionais da saúde. Na mesma linha de raciocínio Ostermann e Meneghel (2012) apontam que uma comunicação eficaz entre os envolvidos, pode contribuir para uma qualidade no cuidado e na melhora da saúde.

A equipe não estava completa, tinha cerca de 15 pessoas presentes. Foi utilizada somente comunicação verbal. A fala do profissional era clara, calma, aconchegante, tom baixo de voz e realizava escuta atenta e o olhar sempre atento a quem falava. As cadeiras foram dispostas em uma semi roda de conversa para discussão de alguns casos divididos por equipes de referência. Todos os participantes estavam bem envolvidos e interessados de acordo com que o profissional ia comentando sobre cada caso e explicando como cada pessoa age em cada

situação. Nenhum membro da equipe pegou o celular e nem estava disperso. (DIÁRIO DE CAMPO, 17/07/2019).

Se porventura, a comunicação for ineficiente, pode ter ocorrido pela maneira como se deu a transmissão, bem como a sua interpretação, pois além de fazer sentido para quem ouve, quem fala também deve se fazer compreender (FERMINO; CARVALHO, 2007). Do mesmo modo, Borba, Santos e Puggina (2017) apontam que a comunicação precisa ser compreendida por todos os envolvidos, podendo haver barreiras comunicacionais que impeçam total entendimento da informação. Essas barreiras podem ser de várias formas: dependendo da forma como se deu a comunicação ou não, pode-se criar uma barreira verbal.

As conversas colaterais surgiam todo momento. (DIÁRIO DE CAMPO, 03/06/2019).

O barulho da cozinha e da rua interferem durante a reunião. Trabalhadores da prefeitura cortavam grama da praça, o que atrapalhou o encontro em função do ruído sonoro das máquinas. (DIÁRIO DE CAMPO, 15/07/2019).

A sala de estudos estava com as janelas abertas e todo o ruído sonoro da rua estava atrapalhando a fala do palestrante. (DIÁRIO DE CAMPO, 17/07/2019).

Outro exemplo de comunicação não verbal que é a sonora também pode ser utilizada de forma positiva não somente como barreira comunicacional. O som pode influenciar o nosso comportamento de várias maneiras e ele está a nossa volta o tempo todo nos atingindo, dialogando, sendo usado como instrumento de comunicação, ou como processos mecânicos.

A reunião teve início às 12h45min. O profissional que estava coordenando emitiu um aviso sonoro através de uma sineta

para chamar os funcionários da unidade. Avisando que iniciaria a reunião.(DIÁRIO DE CAMPO,15/07/2019).

Os resultados confirmam o que diz a teoria da comunicação onde deve haver um permanente processo de troca de informação e comunicação para os funcionários, configurando o livre acesso a informação e a capacitação de todos (BEKIN, 2004). Devendo a empresa estar atenta aos interesses dos colaboradores buscando informar, incentivar sobre os assuntos e temas que serão abordados, para que durante as reuniões sejam interessantes a todos os funcionários, já que demonstram conhecimento sobre os assuntos. Revelando que por se tratar de um grupo grande, as informações transmitidas nas reuniões nem sempre são interpretadas da forma correta pois, muitas vezes ocorrem falhas na comunicação por haverem conversas colaterais, gerando dificuldade de concentração pelos colaboradores e para o palestrante. Em contrapartida mostra a utilidade de determinados métodos de comunicação como a clarificação das mensagens que é utilizada por profissionais da saúde a fim de passar a mensagem de uma forma mais direta e clara. Outros métodos como a linguagem não verbal, que é utilizada através de expressões corporais e faciais, somam com a comunicação verbal a fim de realizar uma troca de mensagens humanizada e efetiva e assim, organizando o processo comunicativo.

Percebeu-se no referencial teórico sobre comunicação, que os profissionais utilizam o diálogo como principal ferramenta mediadora durante as reuniões. Nas reuniões em que a autora foi a observadora dos processos comunicacionais, notou-se que em todos os encontros houveram diferentes processos de comunicação. A comunicação ocorreu de forma humanizada e respeitosa por todos os membros da equipe, portanto, os resultados mostraram que a comunicação é qualificada. Mas em alguns momentos houve falhas, devido a fatores externos e, muitas vezes, por falta de interesse de alguns temas debatidos durante as reuniões.

Considerando que o processo comunicativo deve ser claro e objetivo para as informações chegarem de maneira concisa, é necessário que a empresa abandone determinados métodos e aperfeiçoe os que são utilizados para qualificar e humanizar o processo comunicativo.

5. CONCLUSÃO

Ao reconhecermos no método etnográfico e suas adaptações para o campo da comunicação um aporte fundamental para a construção da pesquisa, percebemos que a etnografia utiliza diferentes áreas de conhecimento, e nos permite agregar sentidos complexos e contextuais a nossos objetos de pesquisa. Neste caso, a busca de compreensão de um movimento social e suas lógicas de comunicação em rede. O fazer etnográfico, dessa forma, nos assente à possibilidade de imersão e convivência com o grupo a ser estudado, além da captação dos sentidos com quais esse grupo opera. Além disso, o método evidencia a versatilidade do método etnográfico, que acaba por ser utilizado de diferentes formas, reconfigurando -se de acordo com o que se pretende estudar.

O campo, nessa perspectiva, nos autoriza a refletir quanto a nosso posicionamento enquanto investigadores, este, como elemento definidor da etnografia a ser incorporado nesta pesquisa. Para além do contato com o olhar e o estranhamento a partir do qual devemos nos imbuir para a compreensão dos significados produzidos e reiterados pelo grupo investigado. Assim sendo, entendemos que, os processos por traz de uma etnografia, como a realização da observação participante, a construção e escritura de um diário de campo, nos apresenta diferentes, formas para nosso objeto de pesquisa. Nesse sentido, esses momentos da etnografia acabam por construir um sistema de significados complementares, que nos oportunizam a interpretação dos sentidos que eles representam nas relações sociais.

Ante o exposto, fica evidente a importância da comunicação humanizada, na medida em que a mesma é capaz de equilibrar o trabalho, melhorando o clima e a cultura organizacional da empresa, contribuindo diretamente para influenciar e promover a saúde. Na unidade em que o estudo foi feito, percebeu-se que os colaboradores utilizam diversos meios comunicacionais que qualificam e humanizam a saúde a comunicação, ainda que hajam ruídos externos. Prova disso, é o fato de a maior parte dos profissionais participarem das reuniões e que os colaboradores utilizam métodos humanizados e qualificados que promovem a saúde dos trabalhadores.

6. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Pesquisa comunicação interna 2007: dados comparativos 2002, 2005, 2007**. São Paulo: Aberje, 2007.

BERLO, D. **O processo de comunicação: introdução à teoria e à prática**. São Paulo: M. Fontes, 2003.

BEKIN, Saul F. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Person, 2004

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

BAUER W., Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BORBA, A. P.; SANTOS, B. M.; PUGGINA, A. C. **Barreiras de comunicação nas relações enfermeiro-paciente: revisão integrativa**. Saúde. v. 11, n.1-2, 2017.

COULON, A. **Etnometodologia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

CROSBY, P. B. **Qualidade sem lágrimas: a arte da gerência descomplicada**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1992.

DIEHL, A. A.; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DORES, A.; SOUSA, Z.; MARTINS, H. **Ferramentas pedagógicas para o treino de competências de comunicação em saúde**. Anais do Congresso Nacional de Práticas Pedagógicas no Ensino Superior, 2017.

DUTRA, E. **A narrativa como uma técnica de pesquisa fenomenológica**. Estudos de Psicologia, n.7, v.2, 2002.

FERMINO, T. Z.; CARVALHO, E. C. **A comunicação terapêutica com pacientes em transplante de medula óssea: perfil do comportamento verbal e efeito de estratégia educativa**. Cogitare Enfermagem. v.12, n.3, 2007.

FERREIRA, A. A. **Comunicação para a qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

KUNSCH, M. M.. Krohling. **Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.

MINAYO, M. C. S. et al. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MINAYO, M. C. S. **O desafio da pesquisa social**. Petrópolis: Editora Vozes, 2016.

MUYLAERT, C. J; JR, V. S; GALLO, P. R; NETO, M. L. R; REIS, A. O. A. **Entrevistas narrativas: um importante recurso em pesquisa qualitativa**. Revista USP, 2014.

OSTERMANN, A. C.; MENEGHEL, S. N. (Org.). **Humanização, gênero e poder: contribuições dos estudos de fala-em-interação para a atenção à saúde**. Campinas, SP: Mercado das Letras; Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2012.

PACANOWSKY, M. E.; TRUJILLO, O. N. **Communication and organizational cultures**. Western journal of speech communication, n. 46, p. 115-130, 1982.

SILVEIRA, D. T; CÓRDOVA F. P. **A pesquisa científica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

TROUTT, M. D.; PONCE DE LEON, J. A.; BATEMAN, D. N. **The interplay between quality improvement principles and the employee communication process**. Benchmarking for Quality Management & Technology, v. 2, n. 4, 1995.

THORNHILL, A.; LEWIS, P.; SAUNDERS, M. N. K. **The role of employee communication in achieving commitment and quality in higher education**. Quality Assurance in Education, v. 4, n. 1, 1996.

YAVAS, B. F. **Employee perceptions of quality: survey results**. International Journal of Quality & Reliability Management, v. 12, n. 5, 1995.

Identificação interna do documento UEFOQUHAQB-NPPHDYZ2



Nome do arquivo:

Artigo_Promocao_de_Saude_-_Fabia_Mallorca_-_original_562202820
20211.pdf

Data de vinculação ao processo: 11/02/2020 16:18

Autor: FÁBIA MALLORCA WAGNER (fabiamallorca)

Processo: 1703046