

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM UMA UNIDADE DE SAÚDE PÚBLICA DE APARECIDA DE GOIÂNIA

THE IMPORTANCE OF INTERNAL COMMUNICATION IN A PUBLIC HEALTH UNIT IN APARECIDA DE GOIÂNIA

CARLA DE ARAÚJO LIMA¹; DANIEL DA SILVA MARTINS²; DENIVON
PEREIRA DA SILVA³; HEVERSON LUSTOSA RODRIGUES⁴ MIRENE DE
OLIVEIRA REIS⁵; RHYNALDO RIBEIRO DA COSTA⁶

RESUMO

O presente trabalho tem o intuito de apresentar e desenvolver um estudo por meio de pesquisa bibliográfica sobre a comunicação interna do Hospital Municipal de Aparecida de Goiânia-HMAP. Buscando analisar a comunicação interna e sua influência no ambiente de trabalho. Nos objetivos específicos foi analisada a importância da comunicação interna no setor hospitalar, comparando as relações entre comunicação e cultura organizacional, e por fim a fluidez da comunicação entre os departamentos. O estudo foi quantitativo e bibliográfico, utilizando o google formulários para os questionários e estudos bibliográficos de análise de fontes secundárias. Os resultados mostraram que em alguns indicadores, predominou resultados positivos quanto a comunicação interna, trazendo características dessas pessoas e o que elas buscam para a eficácia na obtenção de resultados através da comunicação, porém entre ressalvas foi observado que é preciso melhorar a comunicação interna. O estudo mostra a importância da aplicabilidade da comunicação entre os colaboradores, gestores e departamentos, auxiliando no conhecimento, tomada de decisão e na obtenção de resultados positivos.

Palavras-chave: Comunicação Interna. Gestão. Colaboradores. Clima Organizacional.

ABSTRACT

The present work aims to present and develop a study through bibliographical research on the internal communication of the Municipal Hospital of Aparecida de Goiânia-HMAP. Seeking to analyze internal communication and its influence on the work environment. In the specific objectives, the importance of internal communication in the hospital sector was analyzed, comparing the relationship between communication and organizational culture, and finally, the fluidity of communication between departments. The study was quantitative and bibliographical, using google forms for questionnaires and bibliographic studies analyzing secondary sources. The results showed that in some indicators, positive results prevailed in terms of internal communication, bringing characteristics of these people and what they look for in terms of effectiveness in obtaining results through communication, however, among caveats, it was observed that it is necessary to improve internal communication. The study shows the importance of the applicability of communication between employees, managers and departments, helping in knowledge, decision making and obtaining positive results.

Keywords: Internal Communication. Management. Contributors. Organizational Climate.

¹ Graduanda do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: carllalima22@gmail.com

² Graduando do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: danielsilvagyn@outlook.com

³ Graduando do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: denivon121@gmail.com

⁴ Graduando do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: lustosaaa@gmail.com

⁵ Graduanda do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: mirene18oliveiraadm@gmail.com

⁶ Professor do curso Administração na instituição de ensino superior Faculdade Unida de Campinas-FACUNICAMPS. E-mail: profrhynaldo@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A comunicação implica a transferência de significado entre as pessoas e, para que seja capaz de produzir um efeito real, precisa ser compreendida pelos envolvidos no processo comunicativo. O objetivo da comunicação interna é informar todos os colaboradores, parceiros ou médicos sobre tudo que acontece dentro da instituição, desde novos serviços para atendimento ao cliente, quanto processos, fluxos administrativos ou assistenciais.

Para Curvello (2012), a comunicação interna é entendida como o agrupamento de ações que a organização estabelece com o objetivo de ouvir, esclarecer, motivar, capacitar e manter a conexão interna em torno de valores que precisam ser caracterizados e compartilhados por todos. Além disso, pode contribuir para a formação de boa imagem pública. A falta da comunicação interna eficaz tem relação significativa com o clima organizacional do hospital?

Tendo em vista essa ideia de comunicação interna em um ambiente hospitalar, o presente trabalho tem como objetivo identificar como que a comunicação interna eficiente pode trazer para um ambiente público hospitalar, e para isto foi escolhido o Hospital Municipal De Aparecida De Goiânia-GO - (HMAP). E de forma específica demonstrar a importância da comunicação dentro do setor interno hospitalar; refletir sobre a relação entre comunicação interna e cultura organizacional; analisar, através do desenvolvimento de ações coordenadas que facilitem a circulação de informação dentre os departamentos.

Para que o estudo fosse elaborado, foi importante entender os pontos de vista da gestão pública, tais como, o modelo de gestão utilizado no HMAP. Neste processo de entender e conhecer como funciona o modelo de gestão e quais os tipos de comunicações utilizados para, em seguida, elaborar uma análise conceitual do tema. Nessa perspectiva, a adoção e utilização de novas metodologias de comunicação interna será fortemente impactada pela cultura organizacional. Sendo desenvolvido a ideia, escolheu-se a HMAP, onde existe um grande fluxo de colaboradores e tendo uma constante conversa entre as áreas, podendo apresentar uma atividade constante da comunicação interna.

No entanto, em um ambiente hospitalar onde há a constante necessidade de mudança no modelo de gestão pública, novas tecnologias, novos meios de comunicação, mais flexíveis e transparentes, é um grande avanço e podem ser usados para impulsionar ou mesmo para proporcionar condições para as transformações desejadas. Isto porque, a comunicação no ambiente organizacional interno é de fato muito importante e contribui para que a incidência de erros cada vez mais diminua, uma vez que a comunicação interna é de extrema importância para compreender todo o movimento de mensagens que compõem a rede de relações da organização, ela proporciona as bases para a formação de novas relações interpessoais e funcionais no ambiente de trabalho, e assim, preencher esse gap que se possa existir.

Se tendo desenvolvido a ideia, escolheu-se a HMAP, onde existe um grande fluxo de colaboradores e tendo uma constante conversa entre as áreas, podendo apresentar uma atividade constante da comunicação interna.

A metodologia abordada é a quantitativa, pois, saber-se-á através de questionários a importância da comunicação interna para o clima organizacional, e as referências sendo levantadas através de artigos, livros e outros meios para a montagem da estrutura do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Comunicação

A ideia do conceito de comunicação vem do latim “*communicare*”, que significa, segundo o Dicionário da Língua Portuguesa (2021), o ato de tornar comum, ter o compartilhamento, troca de ideias e opiniões. Assim, a comunicação é o compartilhamento de informações entre si, fazendo o ato de comunicar essencial para o desenvolvimento humano. De acordo com Michaelis (2018), é “ato que envolve a transmissão e a recepção de mensagens entre o transmissor e receptor, através da linguagem oral, escrita ou gestual, por meio de sistemas convencionados de signos e símbolos”.

A comunicação tem a função de estar transmitindo uma determinada mensagem, pois segundo Chiavenato (2006), a comunicação é uma troca contínua de informações de um ou mais indivíduos, para que assim tenha uma troca de mensagens ou informação, ou seja, a comunicação consiste em transmitir uma mensagem e quando transmitida corretamente, tendo sua função concluída.

A arte de se comunicar é essencial para a vivência em sociedade, desde o começo das eras, o homem sempre buscava transmitir uma mensagem, seja por pinturas, movimentos ou gestos. Ter a dinâmica para se comunicar é saber aonde e qual mensagem quer transmitir.

2.2 Meios de comunicação

Para que se tenha uma ideia do processo de comunicação e os meios que ela consiste, apresenta-se na Figura 1, os elementos de uma comunicação, que juntos são considerados para que se tenha um bom desempenho no processo comunicativo.

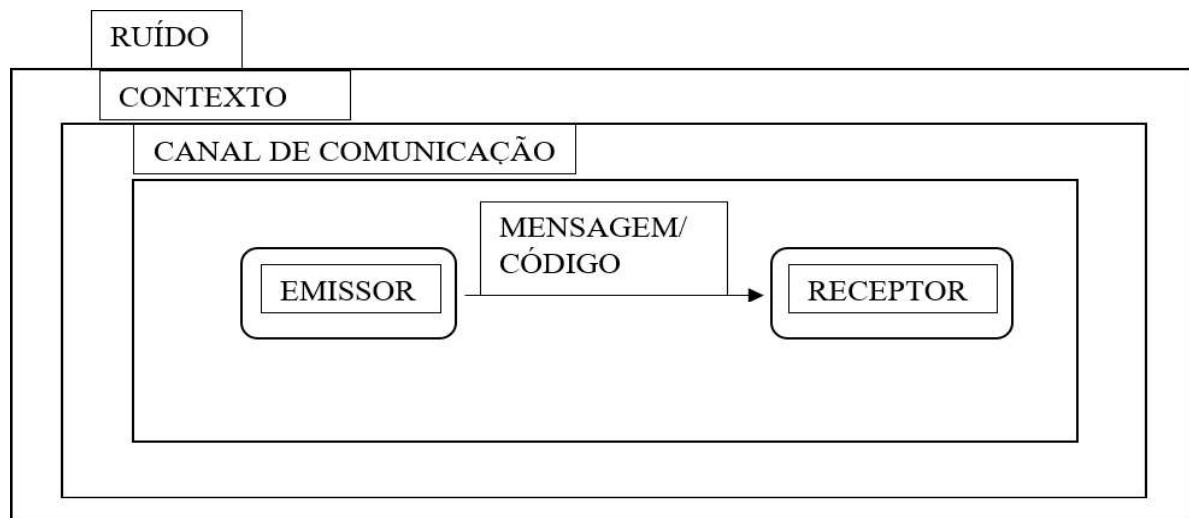
Segundo Diana (2015), a forma de se comunicar se inicia pelo emissor, que pode ser chamado de locutor ou falante, é a pessoa que gera a mensagem, ou seja, que faz a emissão para

um ou mais receptores. Após, ela é destinada a um receptor que pode ser chamado de interlocutor ou ouvinte, é quem irá receber a mensagem que foi gerada pelo emissor.

O que é transmitido entre o emissor e o receptor é uma mensagem/código, pois segundo Neves (2020), é o conjunto de informações, conteúdos, utilizado para comunicação, podendo ser falado, escrito, símbolo, comportamento, que é passada do emissor para o receptor e que chegue na mesma proporção que foi emitida.

A mensagem é transmitida por canais de comunicação, pois segundo Diana (2015), que se refere à forma que ocorrerá essa comunicação, como será feita a transmissão, podendo ser, por exemplo, jornal, revista, televisão, dentre outras formas. E dentro do contexto: é onde é gerada a mensagem, trata-se do ambiente em que aquela conversa foi gerada e que envolve o emissor e o receptor. O que pode atrapalhar a comunicação são fatores externos, o ruído é quando a mensagem enviada pelo emissor não chega de forma concreta ou não é decodificada pelo receptor, fazendo assim, não se entender e gerar uma falha na comunicação.

Figura 1 - Modos de comunicação



Fonte: Adaptada pelos autores de Diana (2015)

A forma como a comunicação é feita é demonstrada na figura 1, o contexto para ela é que o ruído interfere na comunicação da mensagem, pois não pôde chegar da forma que foi emitida. O contexto é a forma como aquela mensagem foi gerada e que envolve o emissor e receptor. O canal de comunicação e os meios usados para levar a mensagem e por último os envolvidos na comunicação, o emissor, receptor e a mensagem que foi gerada.

2.3 Comunicação Interna

A comunicação vem com o conceito de transmissão de uma determinada mensagem, pois segundo Curvello (2008), o uso para troca de ideias ou informações, tem-se a comunicação interna. Que abrange todo o conceito de comunicação, sendo focado para o interno de uma determinada organização. Ela tem a função eficaz da troca de informações entre empresa e seus colaboradores, fazendo com que suas ideias cheguem corretamente e são feitas de diversas formas.

A ideia da comunicação interna, segundo Houaiss (2001), é o processo que é exercido entre a instituição e o seu público interno, que tem como objetivo transmitir informações, ordens, orientações e outras atividades. Sendo assim, ela é usada como meio de conversa com seu colaborador direto, fazendo informar seus objetivos, para que o colaborador possa seguir.

A boa comunicação interna é feita de forma que chegue a todos, Closs (2019) apresenta deve ocorrer de forma horizontal, fazendo uma via de mão dupla, uma vez que, se baseia nos princípios da comunicação, trazendo um retorno da ação que é tomada. Destaca que deve ocorrer não somente do alto para baixo, ou seja, do presidente aos colaboradores, deve-se ter ações que tragam resultados para a organização.

A comunicação interna vem com o foco na comunicação interna organizacional, e que se desenvolva dentro da organização uma comunicação responsável, e por outros objetivos, pela transmissão com compreensibilidade das informações e que a organização tenha ações mais objetivas, para que assim possa ter a comunicação entre os departamentos internos. Segundo Kunsch (1997), para que se possa ter a eficácia na comunicação, a organização não pode somente trabalhar a comunicação interna e deixar de lado as outras atividades que a empresa desenvolve. E que deve alinhar todas as áreas para se dar mais valor ao trabalho da equipe.

2.3.1 Objetivos da comunicação interna

Sabendo da importância da comunicação interna nas organizações, pois segundo Pinheiro (2010), as empresas vêm buscando sempre melhorar o relacionamento com seus colaboradores, envolvendo-os nas ações, faz com que tenham resultados positivos para ambos os lados. Com isso, a comunicação interna deve ser de forma direta e objetiva, fazendo com que o colaborador compreenda o objetivo da empresa.

A ideia de envolver os colaboradores junto aos processos é de extrema importância, pois segundo Chiavenato (2002), a organização envolve seus colaboradores e os faz administradores

de suas tarefas, tendo que, cada um sabe sua importância e o objetivo de estar fazendo aquela determinada atividade, e que com seus *feedbacks* será possível o melhorar as ações.

Com o crescimento da transmissão de informações é necessário um contato mais aperfeiçoado com o colaborador, sendo utilizados meios que façam a mensagem chegar diretamente e que sua interpretação seja clara. Ter um ambiente que estimule essa aceitação e participação é de extrema importância para o desenvolvimento das atividades.

O principal objetivo da comunicação interna é informar, segundo Closs (2018), é envolver o colaborador de forma que entenda o dia a dia e agregue à sua rotina. Outro ponto citado por Closs (2018), é envolver o colaborador e que ele tenha acesso fácil às informações, fazendo ter conhecimento das atividades produzidas.

Uma comunicação interna eficaz traz resultados positivos para a empresa, sendo financeiros e clima organizacional, pois, há um estímulo para execução das atividades. Trazendo essa visão estratégica para que a organização desenvolva suas atividades.

É preciso unificar todas as áreas que envolve a comunicação e com todos os públicos que são envolvidos dentro da organização se dando o valor às atividades em equipe, segundo Kunsch (1997), explica que a comunicação interna é responsável por comover as pessoas, direcionando-as e auxiliando para que se tenha a valorização dentro da instituição. Para a organização manifestar boas energias, se torna importante que disponha oportunidades de manifestações para tenha a participação do público interno e assim possa se comunicar espontaneamente expondo suas ideias, tendo *feedbacks* das informações e ações, compreendendo a instituição na qual opera. Isso possibilitará à empresa aproximar-se de seus objetivos, pretendendo uma melhor produtividade da organização.

2.4 Gestão Pública

A área da gestão pública, vem se desenvolvendo para um controle mais eficiente, pois segundo Santos (2017), a gestão pública visa alcançar seus objetivos e metas propostos pelo Estado, e com esses objetivos e metas prioriza uma prestação de serviço mais eficiente, transparente, rápida e que venha agradar ao público final, no caso o cidadão.

A ideia da administração pública, segundo Dantas (2007), é uma junção do conjunto de serviços, órgãos e agentes do Estado, que tem como objetivo gerir os recursos para a satisfação da sociedade em geral, como acesso à saúde, segurança, educação, etc.

E para que tenha essa eficiência no conjunto do serviço público, segundo Dantas (2007), a administração pública segue duas vidas, a administração pública direta e indireta, sendo a

direta a de ações do conjunto de poderes: União, Estados, Distrito Federal e Municípios, que juntas geram as ações e tomam decisões para bem estar do cidadão e a indireta, que naquele espaço de serviço há uma terceirização dos serviços prestados pelo Estado, sendo feito por uma organização privada, fundações, autarquias e que há uma receita do Estado para aquela atividade, que ele sempre deve ter suas atividades conferidas.

A evolução da administração pública traz sempre uma inovação para as atividades executadas, os meios já utilizados, tem ainda uma influência nas ações hoje, segundo Santos (2017), é a classificação patrimonialista, burocrática e gerencial, que juntos trouxeram ideias que persistem na administração pública atual, mas que foram se modificando após a reforma administrativa proposta e executada pelo governo de Fernando Henrique Cardoso, em 1990 e que assim, foi possível melhorar as atividades.

2.5 Gestão Hospitalar

A Gestão Hospitalar segue os mesmos critérios da gestão de qualquer empreendimento, sendo, às vezes mais específico na área de atuação, segundo Roberto (2010), o gestor na área deve trazer sempre a ideia para gerenciar o processo organizacional, fazendo assim a melhora do ambiente e trazendo novos ares e ideias para que se possa gerir e assim liderar.

De acordo com Mattos (2001), as unidades de saúde consistem em um campo de competitividade cada vez voraz, vindo a assumir um contorno de empresa, tendo a necessidade de uma gestão profissional. Algumas opiniões, mais contundentes, vem a discordar e relutam em assumir a gestão de um hospital como parte integrada de uma empresa no estilo capitalista, contudo, essas novas visões de gestão vêm dando demonstrações de uma quebra de barreiras e de preocupações com uma nova visão de gestão e da qualidade.

Com a profissionalização dos processos gerenciais das instituições hospitalares, segundo Vendermiatti et. al. (2007), vem a ter a necessidade do ponto de vista de eficiência, como da competitividade ou uma obrigação, pode-se então dizer que nesse tipo de empresa existe uma duplicação no processo de gestão, guiada por vetores e em alguns momentos, se colocam em situações antagônicas.

Por um lado tem a liderança como especialistas, composta por médicos e enfermeiros, que tomam as decisões que envolvem a parte administrativa no uso das finanças. Assim, segundo Vendemiatti et al. (2007), essas lideranças se orientam pela lógica de sua formação que é detentora do poder, tanto na função de seu conhecimento detalhado e específico, seja pelo ambiente de urgência

e risco, e também tem-se o corpo gerencial que não faz parte do cotidiano médico, podendo ocupar funções que envolvem gerenciamento de processos de adesão dos colaboradores e controle e encaminhamento das atividades diárias.

O sistema único de saúde (SUS), segundo Oliveira (2017), tem melhorado a cada dia, porém ainda tem deixado muito a desejar, e com essa demanda alta, os governantes têm terceirizado essa responsabilidade, principalmente na área laboratorial. Sabe-se que os laboratórios têm a finalidade de fornecer resultados de exames laboratoriais, prognósticos e monitoramento terapêutico. Segundo Martins et al., (2007), para que se cumpra esse papel é indispensável que todas as fases do atendimento ao paciente sejam desenvolvidas seguindo boas práticas laboratoriais, considerando a existência e a importância de cada fase do processo analítico que pode afetar a qualidade final do trabalho.

Sabe-se que alguns fatores podem afetar a qualidade da comunicação, segundo Muller et. al. (2007), são eles: privação do sono em jornadas de trabalho longas, descontinuidade da assistência, atendimentos que extrapolam a capacidade instalada da Unidade/Setor de Saúde, ausência de protocolos que padronizam a comunicação. No setor saúde, a comunicação não é apenas uma troca de informação e sim a construção de sentidos, o que nos faz repensar, conhecer, compreender o processo de comunicação no cenário da assistência.

2.6 Clima organizacional

O clima organizacional é a forma que os colaboradores têm de perspectiva frente à empresa. Através de suas atividades, ideias, políticas, estrutura, valores, sistema e processos. É também a forma de atuação dos colaboradores para a gestão de suas atividades e a operação da organização.

Segundo Chiavenato (2008), as organizações possuem seu clima organizacional. O clima organizacional está sempre vinculado à moral e a satisfação dos colaboradores e assim, põem suas visões para justificar suas ações e ideologias.

Assim, conforme as atividades desenvolvidas e seus resultados, vão se formando as visões, segundo Robbins (2010, p. 6), “a satisfação no trabalho é em relação a seu trabalho desenvolvido, e que também envolve sua visão de relacionamento interno, o ambiente, as políticas e programas que a organização apresenta, suas metas, objetivos, tecnologias, história e seu objetivo como colaborador.”

3 METODOLOGIA

Este artigo se baseia na pesquisa quantitativa, para uma análise mais aprofundada das rotinas e a influência da comunicação interna, pois, segundo Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa é uma forma de abordagem para o problema humano e social, e que é baseado em dados estatísticos com objetivo de demonstrar seu ponto de trabalho e se tem sustentação.

A metodologia abordada saber-se-á através de questionários a importância da comunicação interna para o clima organizacional, e as referências sendo levantadas através de artigos, livros e outros meios para a montagem da estrutura do trabalho.

A abordagem da pesquisa, traz respostas pessoais, que são transformadas em numerais, para melhor compreensão e resposta para o questionamento levantado, assim Mattar (2001), traz que a pesquisa quantitativa vem confirmar as hipóteses levantadas, frente aos dados estruturados, estatísticos e com análise das respostas obtidas.

Além da pesquisa quantitativa, foi levantada a pesquisa bibliográfica com objetivo de acrescentar na pesquisa. Pois, com base nas formas de pesquisa e o tema trabalho, traz conceitos para o melhor entendimento, compreensão e abordagem do tema.

O objetivo é saber como é feita a comunicação interna, qual a visão dos colaboradores quanto a essa comunicação e seus reais impactos no dia-a-dia.

Desta forma, os materiais a serem utilizados poderão ser através de uma pesquisa, utilizando o Google Formulários, que trará de forma anônima, as opiniões das equipes daquelas áreas, devido a situação atual em que passamos pela pandemia COVID-19 e pesquisa referenciada, sendo levantados estudos já feitos como base para o desenvolvimento do artigo.

A pesquisa foi realizada entre o período de 12 de maio de 2021 a 27 de maio de 2021, sendo que no dia 12 de maio, foi enviado ao gestor para aprovação das perguntas que iriam ser feitas e assim passando pela sua análise e crivo para a veracidade da pesquisa.

Para uma amostra de forma a exemplificar a todos aonde se foi desenvolvida a pesquisa, utilizamos o conceito de cálculo, que segundo GIL (2008, p.115) é a fórmula de cálculo de amostra para populações finitas, pois como o próprio autor explica, os elementos não excede a 100.000 no qual se pega uma porcentagem para análise e assim desenvolver a escrita argumentativa. a fórmula que se usou para se levantar o número mínimo de participantes foi a seguinte.

Figura 2 - Fórmula para cálculo de amostras para populações finitas.

$$n = \frac{\sigma^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

onde: n = Tamanho da amostra

σ^2 = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão

p = Percentagem com a qual o fenómeno se verifica

q = Percentagem complementar

N = Tamanho da população

e^2 = Erro máximo permitido

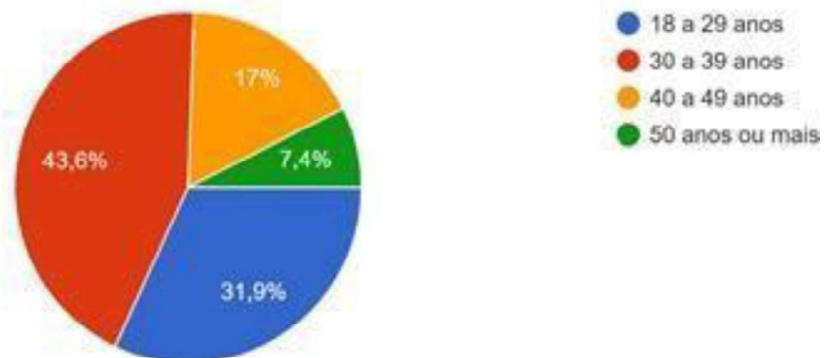
Fonte: Gil (2008, p. 116)

Os elementos que se referem aos colaboradores são de aproximadamente 250 (N), nossa amostra necessariamente deverá ser de 91 elementos (n), com um percentual para erro de 5% (e^2), com o desvio padrão é de 2% (σ^2), a percentagem é de 10% (p) e a percentagem complementar é de 90% (q).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Gráfico 1 - Idade

1) Idade
94 respostas

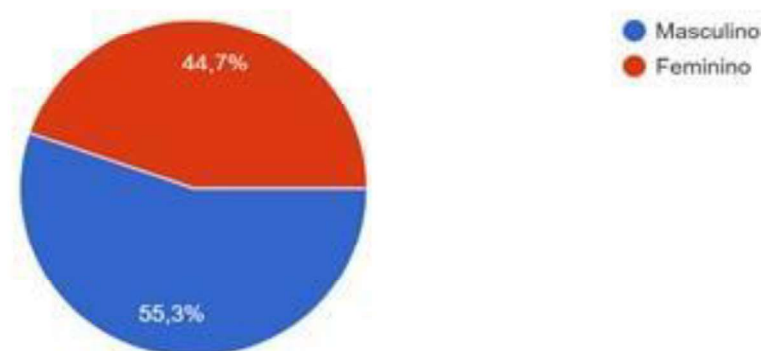


Fonte: próprios autores (2021)

O Gráfico 1 mostra que a faixa etária dos colaboradores, das 94 pessoas que responderam 43,6% foi de pessoas com a média de 30 a 39 anos, em seguida, com 31% as pessoas com médias de 18 a 29 anos.

Gráfico 2 - Sexo

2) Sexo
94 respostas



Fonte: próprios autores (2021)

No Gráfico 2 perguntou-se o sexo dos colaboradores, onde a maioria é do sexo masculino com 55,3% e com 44,7% de mulheres de um total de 94 colaboradores que contribuíram com a pesquisa.

Gráfico 3 - Escolaridade

3) Escolaridade
94 respostas



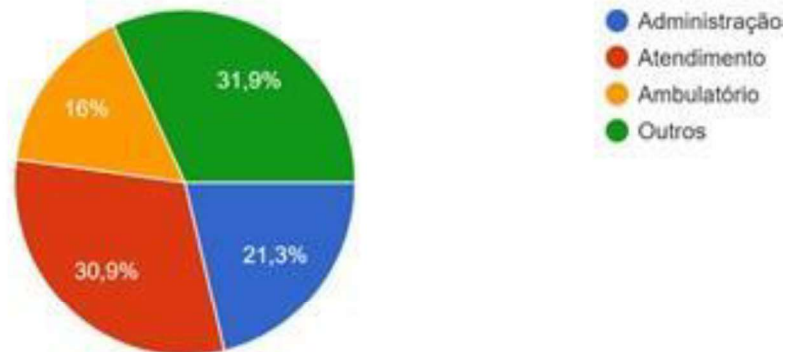
Fonte: próprios autores (2021)

No Gráfico 3 apresenta-se o grau de escolaridade dos colaboradores, maior parte dos respondentes possuem ensino técnico profissionalizante completo com 36,2% , em seguida com 24,5% os que possuem ensino superior completo, posterior a isso vêm empatados com 11,7% que possuem o ensino médio completo e os que possuem ensino superior incompleto.

Gráfico 4 - Qual o setor em que você trabalha?

4) Qual o setor em que você trabalha?

94 respostas



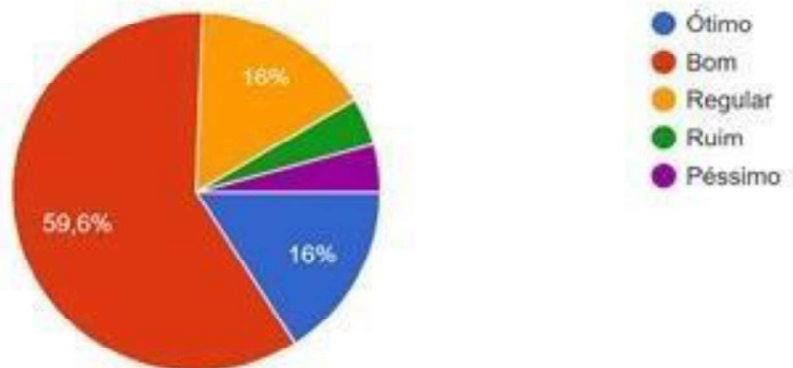
Fonte: próprios autores (2021)

O Gráfico 4 mostra que a maioria dos entrevistados trabalham em outros departamentos representando 31,9%, 30,9% no atendimento, 21,3% na administração e 16% no ambulatório.

Gráfico 5 - Como você considera o relacionamento entre os colaboradores da empresa?

5) Como você considera o relacionamento entre os colaboradores da empresa?

94 respostas

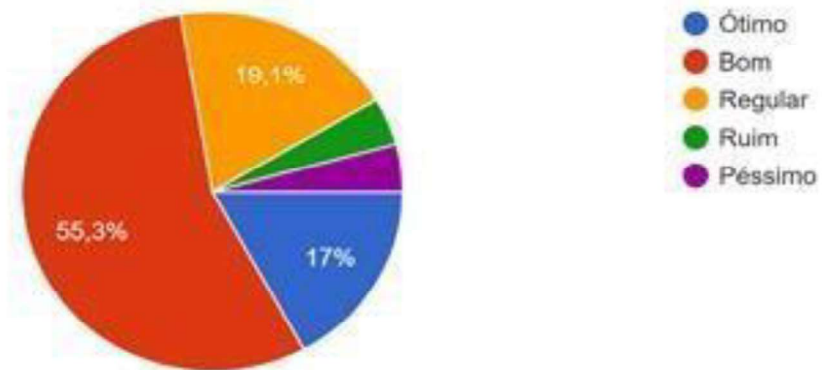


Fonte: próprios autores (2021)

Os resultados do Gráfico 5 sobre o relacionamento entre os colaboradores, mostra que 59,6% responderam que é bom e empatados com 16% responderam que é ótimo e regular. Resultado positivo demonstrando que a maioria dos colaboradores tem um bom relacionamento no ambiente de trabalho.

Gráfico 6 - Como é o nível de comunicação dos superiores para os colaboradores?

6) Como é o nível de comunicação dos superiores para os colaboradores?
94 respostas



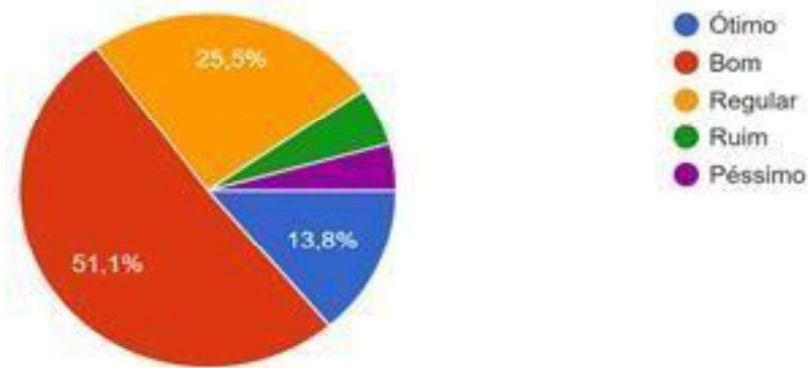
Fonte: próprios autores (2021)

A sexta pergunta referiu-se em como está a comunicação dos superiores para os colaboradores na empresa, a pesquisa demonstrou que 55,3% dos pesquisados consideram a comunicação interna Bom 19,1% regular e 17% ótimo.

Dos pesquisados 55,3% acreditam que os meios de comunicação dos superiores para os colaboradores estão bons, ou seja, estão recebendo as informações de modo compreensível, 19,1% acreditam que os superiores precisam estar melhorando a cada dia, pois, ainda faltam alguns métodos que podem ajudar na comunicação. Assim como trabalhos com as equipes, visando cada vez mais a aproximação entre os colaboradores e 12% dizem que está ótimo, assim a mesma é suficiente para o processo de comunicação.

Gráfico 7 - Como é o nível de comunicação dos colaboradores com os superiores?

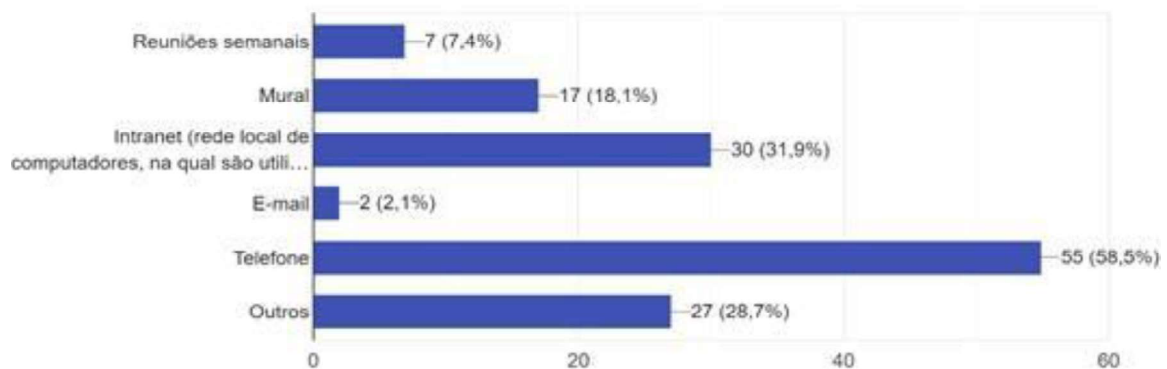
7) Como é o nível de comunicação dos colaboradores com os superiores?
94 respostas



Fonte: próprios autores (2021)

Conforme Gráfico 7, perguntou-se aos colaboradores sobre seu nível de comunicação em relação aos seus superiores, a pesquisa mostra que 51,1 % consideram bom o nível de comunicação dos subordinados para os superiores, 25,5% regular e 13,8% ótimo. Dos pesquisados 51,1 % dos funcionários, acreditam que a forma de comunicação com os superiores é considerada boa, 25,5% responderam regular e 13,8% acreditam que está ótimo.

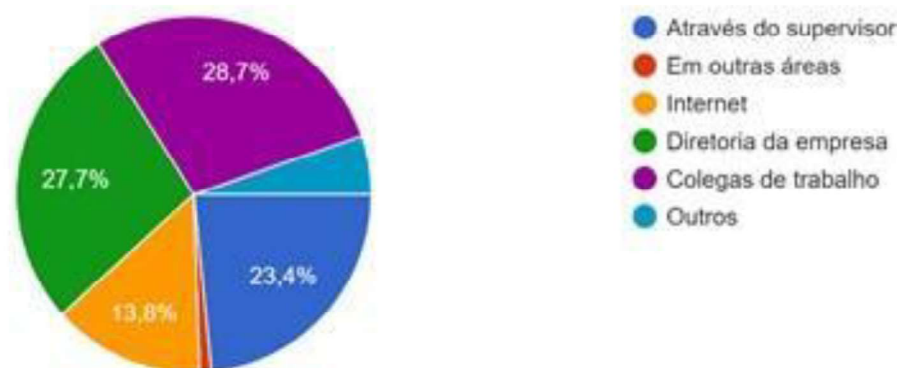
Gráfico 8 - Quais os meios de comunicação da empresa que você utiliza?
8) Quais os meios de comunicação da empresa que você utiliza?
94 respostas



Fonte: próprios autores (2021)

No Gráfico 8, pode-se observar que a maior forma de comunicação na empresa é pelo celular, sendo um percentual maior dentre as opções apresentadas, seguida intranet, que é a rede que se utiliza internamente, vindo em seguida a opção “outros” mostrando que muitas das vezes a comunicação interna acontece fora dos meios considerados oficiais e propícios para a conversação.

Gráfico 9 - Onde você encontra as informações que deseja sobre a empresa?
9) Onde você encontra as informações que deseja saber sobre a empresa?
94 respostas



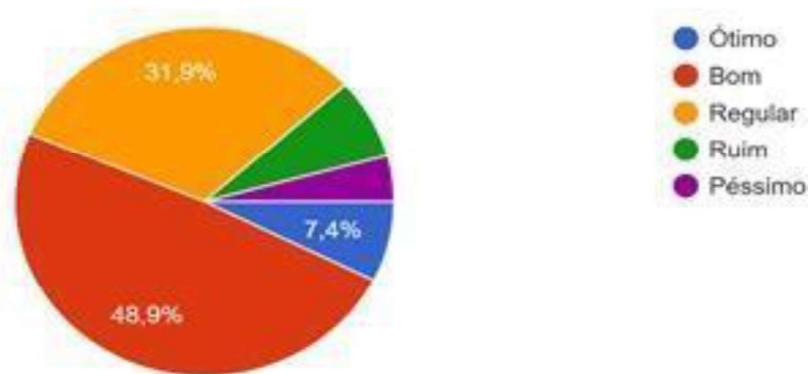
Fonte: próprios autores (2021)

Enquanto no Gráfico 8, demonstra a forma como os colaboradores conversam, no Gráfico 9 observa-se a forma que muitos colaboradores buscam meios para terem informações internas, sendo a primeira com 28,7% pelos colegas de trabalho, vindo na segunda posição com 27,7% diretoria da empresa e em terceiro com 23,4% através do supervisor direto, assim, pode-se observar que os meios de comunicação interna acontecem entre os próprios colaboradores e repassam a maioria das informações.

Gráfico 10 - O que você acha da comunicação interna de sua empresa?

10) O que você acha da comunicação interna de sua empresa?

94 respostas



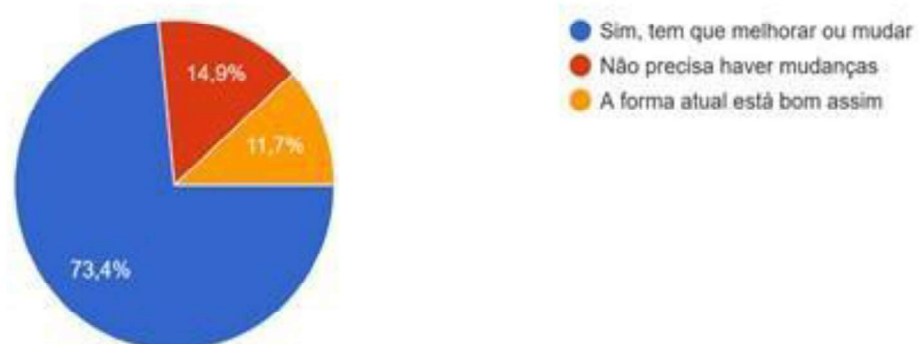
Fonte: próprios autores (2021)

Conforme Gráfico 10, quando os colaboradores foram questionados sobre o que acham da comunicação interna, dos 94 respondentes, 48% concordam que a comunicação é boa.

Gráfico 11 - Você acha que os meios de comunicação interna da empresa precisam ser melhorados ou mudados?

11) Você acha que os meios de comunicação interna da empresa precisam ser melhorados ou mudados?

94 respostas



Fonte: próprios autores (2021)

Conforme Gráfico 11, quando questionados se acham que a comunicação interna deve ser melhorada ou mudada, 73,4% dos colaboradores concordam que tem que haver essa melhoria.

É importante ressaltar que a comunicação interna impacta positivamente na satisfação com o trabalho e no comprometimento dos funcionários com a organização. Observou-se que o hospital possui poucos canais formais de comunicação interna, um organograma verticalizado e gestão não democrática dos processos decisórios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que a comunicação interna é um fato de extrema importância para qualquer organização, seja para passar a visão, missão e valores da organização, quanto para orientação dos seus colaboradores quanto à ação a ser tomada, e assim, desenvolver as atividades internas com êxito. Em resposta a pergunta problema, observa-se que de fato uma comunicação interna não assertiva interfere no clima organizacional, pois, se não há confiança na organização, os colaboradores necessitam saber e ter uma conversa direta com seus supervisores, tanto que, viu-se que a maioria concorda em melhorar a comunicação interna, para que tenha assertividade na operação em geral.

Esta pesquisa, teve como objetivo realizar um entendimento da importância da comunicação interna em um ambiente hospitalar, com isso, como ela afeta o clima organizacional na instituição e observou-se através dos Gráficos 6 e 7, que os colaboradores internamente consideram boa a comunicação. Nos objetivos específicos, viu-se a importância de uma boa comunicação para se ter um ambiente mais propício a resultados positivos e gerar retornos satisfatórios dos colaboradores, pode-se ver que no Gráfico 5, que todos consideram bom o relacionamento interno e sendo propício para uma boa comunicação.

Em contrapartida, no gráfico 11, apesar dos colaboradores considerarem boa a comunicação, acreditam que possa haver resistência caso haja mudança na forma de se comunicar, Torquato (2002, p. 54) traz o seguinte conceito para comunicação interna, mencionando que “a comunicação interna contribui para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos.”

Pode-se observar também que, através do questionário, se há uma comunicação assertiva dentro do ambiente hospitalar, pois, para uma parte dos colaboradores, a comunicação é considerada boa, e que compreendem o que lhes é repassado. E com a pesquisa referenciada, pode-se demonstrar que a comunicação interna afeta diretamente o ambiente hospitalar, pois, como foi apresentado, é um local com bastante fluxo de pessoas e tendo-se uma comunicação assertiva, pode-se conseguir resultados bons.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Edição Compacta. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CLOSS, Danieli. **Comunicação Interna**. Site Endomarketing, Brasil. 2018. Disponível em: <https://endomarketing.tv/comunicacao-interna/>

COMUNICAÇÃO. *In*: DICIO, **Dicionário Online de Português**. 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/comunicacao/>. Acesso em: 18 abr. 2021.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação Interna e Cultural Organizacional**. Ed. 2. Brasília: Casa das Musas, 2012.

DANTAS, Tiago. **Administração Pública**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/politica/administracao-publica.htm>. Acesso em: 03 abr. 2021.

DIANA, Daniela. **Elementos da comunicação**. 2015. Brasil. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/elementos-da-comunicacao>. Acesso em: 18 abr. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

HERNANDEZ, José Augusto Evangelho; MELO, Flávia Monteiro. **O Clima Organizacional e a satisfação dos funcionários de um Centro Médico Integrado**. Florianópolis. Revista Psicologia. 2003. Disponível em: pepsic.bvsalud.org/scielo.php. Acesso em: 18 abr. 2021.

HOUAISS, Antonio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Edição 1. São Paulo: Editora Objetiva.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

MARTINS, S., FILGUEIRAS, L. Métodos de Avaliação de Apreensibilidade das Informações Textuais: uma Aplicação em Sítios de Governo Eletrônico. Rio de Janeiro, Brasil. 2007

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MATTOS, R. A. **Os sentidos da integralidade na atenção e no cuidado à saúde**. Rio de Janeiro: Uerj, IMS: Abrasco, 2001.

MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/comunica/>. Acesso em: 18 abr. 2021.

MULLER, Monica Rocha; GUIMARÃES, Suely Sales. **Impactos dos transtornos do sono sobre o funcionamento diário e a qualidade de vida**. Campinas. Estudos de Psicologia. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/estpsi/a/gTGLpgmtMnTrcMyhGFvNpG>. Acesso em: 25 jul. 2021.

NEVES, Flávia. **Elementos da comunicação**. Rio de Janeiro: Norma Culta de Língua Portuguesa, 2020. Disponível em: <https://www.normaculta.com.br/elementos-da-comunicacao/>. Acesso em: 02 Ago. 2021.

OLIVEIRA, Verônica Simões de. **Comunicação entre Laboratório clínico e usuários: Análise da legibilidade de instruções de coleta como instrumento de gestão da qualidade na fase pré-analítica**. São Paulo. Universidade de São Paulo, 2017. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/9/9136/tde-24052018-140110/publico/Veronica_Simoes_de_Oliveira_ME_Original.pdf. Acesso em: 18 abr. 2021.

PINHEIRO. Rafaela Cristina Emiliano. **A Importância da Comunicação Interna Para o Sucesso Organizacional**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k213189.pdf. Acesso em: 02 Ago. 2021.

ROBERTO, Washington Luiz Campos. **O Gestor Hospitalar e sua Atuação Frente ao Suprimento de Materiais**. Vol. 4 N° 13. p 88, Rio de Janeiro. Perspectivas Online. 2010.

ROBBINS, S. P.; JUDGE; T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento Organizacional**. 14ª. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SANTOS, Ânderson Ferreira dos. **Evolução dos Modelos de Administração Pública no Brasil**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Edição 04. Ano 02, v. 01. p 848-857, jul. 2017. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/administracao-publica-no-brasil>. Acesso em: 06 abr. 2021.

SANTOS, Inêz Alexandre dos. **A importância do controle interno na gestão pública: Revisão de literatura**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 12, v. 17, p. 22-35. dez. 2020. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/importancia-do-controle>. Acesso em: 20 abr. 2021.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo. Pioneira Thomson Learning, 2002.

TRISTÃO, Cristian. **BARREIRAS DE COMUNICAÇÃO EM PROJETOS: COMO IDENTIFICAR E MINIMIZAR SEUS IMPACTOS**. 2018. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www15.fgv.br/network/tcchandler.axd?TCCID=8165>. Acesso em: 18 abr. 2021.

VANDEMIATTI, Mariana. SIQUEIRA, Elisabete Straditto; FILARDI, Fernando; BINOTTO, Erlaine; SIMIONI, Flávio José. **Conflito na Gestão Hospitalar: o papel da liderança**. Rio de Janeiro. SCIELO. 2007. Disponível em: www.scielo.org/article/csc/2010.v15supp11/1301-1314/pt. Acesso em: 18 abr. 2021.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO

Eu Daniel da Silva Martins RA 33733

Declaro, com o aval de todos os componentes do grupo a:

AUTORIZAÇÃO (X)

NÃO AUTORIZAÇÃO ()

Da submissão e eventual publicação na íntegra e/ou em partes no Repositório Institucional da Faculdade Unida de Campinas – FACUNICAMPS e da Revista Científica da FacUnicamps, do artigo intitulado: A Importância da Comunicação Interna em uma unidade de saúde pública de Aparecida de Goiânia

De autoria única e exclusivamente dos participantes do grupo constado em Ata com supervisão e orientação do (a) Prof. (a): Rhynaldo Ribeiro de Costa

O presente artigo apresenta dados validos e exclui-se de plágio.

Curso: Administração Modalidade afim Bacharelado

Daniel da Silva Martins

Assinatura do representante do grupo

Assinatura do Orientador (a):

Obs: O aval do orientador poderá ser representado pelo envio desta declaração pelo email pessoal do mesmo.

Goiânia, 09 de Agosto de 2021