

# A QUALIDADE NO ATENDIMENTO VINCULADO A TÁTICAS NA COMUNICAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE SAÚDE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE RITÁPOLIS

Pierry Fellipe Ribeiro, graduando em Administração.

Instituto de Ensino Superior "Presidente Tancredo de Almeida Neves" – IPTAN

## RESUMO

A comunicação é o ponto chave para se evitar conflitos e para que atendentes e atendidos tenham êxito no atendimento, tornando-se de suma importância para as relações dentro e fora da organização. É por meio dela que a troca de informação se idealiza e se concretiza, fazendo com que os gestores, colaboradores e usuários consigam disseminar e colher frutos oriundos da boa coleta de informações. A comunicação é realizada de várias maneiras: através de apelos visuais, auditivos, linguagem corporal, etc. Mas é principalmente através da linguagem verbal, e que vem a ser a mais comum e a mais estabelecida pela sociedade, que a comunicação melhor se estabelece, cabendo a nós, o aprimoramento de táticas que sejam suficientes para expressarmos o maior número de ideias com facilidade. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é abordar conceitos sobre a comunicação restrita aos usuários (atendidos) e colaboradores (atendentes) do SUS, os aspectos que influenciam a gestão e sobre o tema comunicação. A metodologia utilizada foi basicamente pesquisa bibliográfica em livros, artigos e sites especializados. Através desta pesquisa foi possível perceber a comunicação afeta de modo positivo o setor estudado, trazendo resultados positivos para as pessoas e para a gestão.

**Palavras-chave:** comunicação; atendentes; atendidos; SUS;

## ABSTRACT

The communication is the key point to avoid conflicts and for attendants and met succeed in attendance, becoming of paramount importance for relations inside and outside the organization. It is through her that the exchange of information if idealises and focuses, so that managers, employees and users can disseminate and harvest fruit from good information. Communication is carried out in several ways: through Visual, auditory appeals, body language, etc. But it is mainly through verbal language, and what is the most common and the most established by society, that better communication is established, and the US, the improvement of tactics that are sufficient to express the greatest number of ideas with ease. . Thus, the aim of this paper is to address concepts of communication restricted to users (met) and collaborators (attendants) of the SUS, the aspects that influence the management and communication on this subject. The methodology used was basically bibliographical research in books, articles and specialized sites. Through this research was possible to realize the communication affects positively the studied sector, bringing positive results for people and for the management.

**Keywords:** communication; attendants; met; SUS;

## 1 INTRODUÇÃO

*“...quem sabe se comunicar tem poder. Poder de influenciar, transformar, sensibilizar, comover, convencer, esclarecer, agitar grandes lances, firmar sua presença no mundo.” (Lair Ribeiro, 1993)*

Vive-se uma época muito evoluída em termos de desenvolvimento científico e tecnológico, na qual o poder é associado à informação. Diante desse cenário, a comunicação evidencia-se como principal meio de potencializar processos e objetivos empresariais e pessoais, estabelecendo conciliação de interesses internos e externos. A comunicação é uma ferramenta estratégica e um fator contribuinte ao clima organizacional. Nesse sentido, seu êxito está associado à minimização de conflitos, gaps<sup>1</sup>, resistências e antipatias.

Considerando seu amplo conceito e focado nas particularidades do setor de saúde vinculado a atendentes e atendidos, este artigo nos leva a questionar: de que forma as táticas da comunicação beneficiam o processo comunicativo e traz melhorias para o setor em questão (neste caso, o SUS)?

Justifica-se tratar nesta pesquisa sobre o tema da comunicação na forma em que ela afeta atendentes e atendidos, pois, no ambiente do SUS, essa complexidade torna-se ainda mais acentuada. Além disso, os colaboradores lidam direta ou indiretamente com vidas, em que um pequeno erro pode acarretar em graves consequências. Da teoria, sabe-se que os principais objetivos da comunicação são: tornar o pensamento comum aos outros, produzir uma resposta e persuadir. Dessa forma, abordar comunicação e qualidade do atendimento é de suma importância para o setor em questão, fornecendo táticas subjetivas para que o atendente tenha informação a se passar e o cliente\usuário adquira o que lhe interessa nesse processo.

Diante desse contexto, este estudo possui como objetivo geral analisar de que forma a comunicação pode afetar atendentes e atendidos do sistema SUS. De forma mais específica, objetiva-se conceituar comunicação, apresentando seu conceito, funções, características, princípios e fatores; evidenciar a comunicação na organização, verificar modelos benéficos de comunicação para a eficiência de

---

<sup>1</sup> Termo em inglês que significa um distanciamento, afastamento, separação, uma lacuna ou um vácuo.

atendentes e atendidos; trazer ao leitor um estudo de caso no setor de saúde da cidade de Ritópolis com foco em uma análise investigativa para melhor reflexão acerca do tema proposto.

O artigo foi realizado em duas etapas, onde na primeira realizou-se uma revisão bibliográfica através de livros sobre o tema, periódicos, sites especializados e artigos científicos. Já a segunda etapa caracterizou-se por um estudo de caso no setor de saúde, onde um questionário estruturado foi aplicado aos atendentes (colaboradores) e aos atendidos (usuários do SUS), com a finalidade de levantar pontos que sejam positivos e negativos na gestão da organização para maior entendimento do cenário organizacional e respondendo ao problema de pesquisa proposto.

A seguir, no referencial teórico, apresentam-se os conceitos, características e estrutura da comunicação, apresentando o histórico e a sua funcionalidade. Será abordado, também, a importância da comunicação na relação entre atendentes e atendidos. Versa-se ainda sobre os problemas ocasionados pelo modo errôneo em que se utiliza a comunicação. Em um último momento, apresenta-se um estudo de caso no setor de saúde, com foco em sua forma de comunicação interna e externa.

## **2 HISTÓRICO DO SUS**

Segundo Rocha:

“[...] de 1979 a 1981 ocorre a grave crise financeira da Previdência Social que abre espaço para o processo de reorganização da assistência médica previdenciária a partir do interior das Instituições públicas. Impulsionado pelo conteúdo das propostas do PLANO DO CONASP, o Movimento Sanitário Brasileiro supera o confronto entre as vertentes racionalizadora e transformadora ao construir a síntese representada pelo campo e doutrina da Saúde Coletiva. O consenso conseguido naquele momento daria origem, na Constituição de 1988, ao Sistema Único de Saúde. Desta forma se conseguiu introduzir mudanças no papel do Estado e se alterou profundamente o arcabouço jurídico-institucional do sistema público de saúde, criando espaços para a participação da sociedade, novas relações entre as diferentes esferas de governo, novos papéis entre os atores do setor.”. (1994. p. 4).

Da criação até os dias atuais vem sendo discutido e implantado melhorias ao Sistema Único de Saúde com o intuito de aprimorar as ações voltadas à saúde. É importante considerar que se trata de um Sistema no âmbito federal, e que passa

por uma hierarquia estadual, regional e municipal. No caso particular deste artigo, a nível municipal, na cidade de Ritópolis, sua hierarquia se dá pelo gestor municipal acoplado ao Secretário Municipal de Saúde. A partir daí, a gestão da saúde na cidade acontece por meio dos colaboradores concursados e contratados nas ramificações específicas da secretaria de saúde. Como estratégia de atendimento, conforme o portal do SUS (2009):

“[...] há o que se chama de referencialização. Na estratégia de atendimento, para cada tipo de enfermidade há um local de referência para o serviço. A entrada ideal do cidadão na rede de saúde é a atenção básica (postos de saúde, equipes da Saúde da Família, etc.). Um segundo conceito básico do SUS é a hierarquização da rede. O sistema, portanto, entende que deve haver centros de referência para graus de complexidade diferentes de serviços. Quanto mais complexos os serviços, eles são organizados na seguinte sequência: unidades de saúde, município, polo e região.”.

Ritópolis é uma pequena cidade<sup>2</sup> e é composta apenas por ESFs (Estratégia de saúde das famílias) e por uma UBS (Unidade Básica de Saúde). Dessa forma, toda e qualquer complexidade dos atendimentos é direcionada ao município polo – São João del Rei – e os encaminhamentos de pacientes para outras cidades é conforme as suas especialidades. Mesmo sendo uma cidade onde não haja UPAs (Unidade de Pronto Atendimento) ou outras clínicas com gama de médicos, o SUS local se defronta diariamente com o problema da comunicação insuficiente e/ou ineficaz, tornando-se a causa dos maiores problemas encontrados no ambiente de trabalho em relação a outro fator. É o que afirma Colto (2012):

“Na era da informação e do conhecimento, as empresas estão sofrendo de uma séria ‘doença organizacional’ que é a falha (ou falta) na comunicação. De acordo com o que tenho observado nas minhas andanças pelas organizações, a doença já virou epidemia.”.

Assim sendo, perante o exposto que é dado à criação do SUS, de uma forma geral, podemos concluir que novas questões, teóricas e práticas, estão postas para elaboração e desenvolvimento exigindo estudo, debate, trabalho e implantação. A questão a ser difundida no artigo é uma problemática existente em todos os grupos e organizações, que é a comunicação. Dessa forma, perante o histórico que nos é dado e do problema em questão, podemos concluir que a comunicação é um

---

<sup>2</sup> Segundo CENSO de 2010, a população de Ritópolis era de 4.925 pessoas.

ponto chave a ser discutido e que trará benefícios ao SUS municipal, relacionado a atendentes e atendidos, estes que são objetos de estudo do artigo.

### **3 HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO**

Muitas empresas ainda “brincam” de fazer comunicação e, sem a mínima noção do perigo, acabam vivendo no faz-de-conta com os funcionários, clientes e usuários (no caso do SUS). A comunicação deve ser vista como uma estratégia para alcance de objetivos e respostas.

Para Machado (2010):

“Os homens das cavernas, com seu cérebro rudimentar, deviam se comunicar através de gestos, posturas, gritos e grunhidos, assim como os demais animais não dotados da capacidade de expressão mais refinada”. Com certeza, em um determinado momento desse passado, esse homem aprendeu a relacionar objetos e seu uso e a criar utensílios para caça e proteção e pode ter passado isso aos demais, através de gestos e repetição do processo, criando assim, uma forma primitiva e simples de linguagem. Com o tempo, essa comunicação foi adquirindo formas mais claras e evoluídas, facilitando a comunicação não só entre os povos de uma mesma tribo, como entre tribos diferentes.”.

Desde tempos imemoriais até os dias de hoje a comunicação sempre esteve presente nos relacionamentos, agrupamentos, tomadas de decisões, famílias e nas empresas. O que se muda nessa longa quilometragem de tempo é a informação. Ela é quem dá suporte, gera integração e se torna de grande valia para a solução de problemas. A comunicação é válida quando se tem informação sendo comunicada e expressada de um indivíduo para o outro.

Além destas táticas serem benéficas para a administração e para as pessoas, elas são cabíveis na gestão do mundo e principalmente no mundo empresarial, pois nesse processo de globalização, o mundo empresarial está enfrentando uma nova ordem mundial e essa nova ordem requer uma nova maneira de pensar. Porém, infelizmente os empresários e gestores continuam usando modelos antigos e pensando de maneira defasada. A partir da discussão, conceitua-se que o processo de melhoria para os problemas gerenciais e administrativos são, na maioria das vezes, embasadas nas táticas essenciais para a administração e para o poder pessoal. Ou seja, na comunicação.

Como podemos notar, o processo em discussão sempre se inovou, mas também se obteve um maior grau de problemas. Em linha de tempo, nos processos de tecnologia, vários foram os meios de comunicação e expressão dos humanos: Arte rupestre (40.000 anos A. C.), O Papiro (2.500 anos A. C.), O Correio (2.400 anos A. C.), o Telégrafo de tochas (1.300 anos A. C.), o Telégrafo de fumo (150 anos D. C.), o Jornal (século XVII), o Telégrafo elétrico (século XIX), o Rádio e o Telefone (século XIX), a Televisão e a Internet (século XX). Cada qual teve sua utilidade mediante a tecnologia da época, mas com o aprimoramento das inovações tecnológicas, novos desafios e pressupostos foram inseridos na organização.

“O problema de comunicação é antigo, mas está se tornando mais evidente. Não sabemos escrever bem, não falamos bem o que queremos não nos relacionamos bem com todos os perfis existentes num ambiente de projeto”, comenta Krause (2010).

Nas empresas onde o poder hierárquico é expresso no organograma, e que a decisão vem do estratégico para o operacional, se a comunicação for feita de forma insatisfatória gera ruído, insegurança, desmotivação e falta de comprometimento dos colaboradores, o que gera custos, tempo, retrocesso e conflitos. É justamente isso que tem denegrido a imagem do SUS Ritópolis.

#### **4 A EMPRESA (SETOR DA SAÚDE – SUS - RITÁPOLIS)**

A figura abaixo representa de forma sucinta a empresa estudada. As atividades que esses setores e atores (secretário, médicos, enfermeiros, agentes de saúde, agentes epidemiológicos, técnicos de enfermagem, motoristas, etc) desenvolvem estão orientadas a prevenir e controlar os agravos e doenças, atender os lesionados e doentes, investigar as causas e capacitar o setor de saúde para as respostas. Além de estabelecer uma unidade responsável pela coordenação e execução de atividades permanentes, é necessário estabelecer claramente os níveis e alcances de autoridade, responsabilidade, delegação de funções, tomada de decisões e liderança. Sabe-se que o problema maior, na verdade, se encontra nos setores de planejamento, na gestão, na forma como se capta e, principalmente, na comunicação com a sociedade e com os cargos hierárquicos, feitas de forma equivocada. Os setores estudados somam 60 colaboradores.

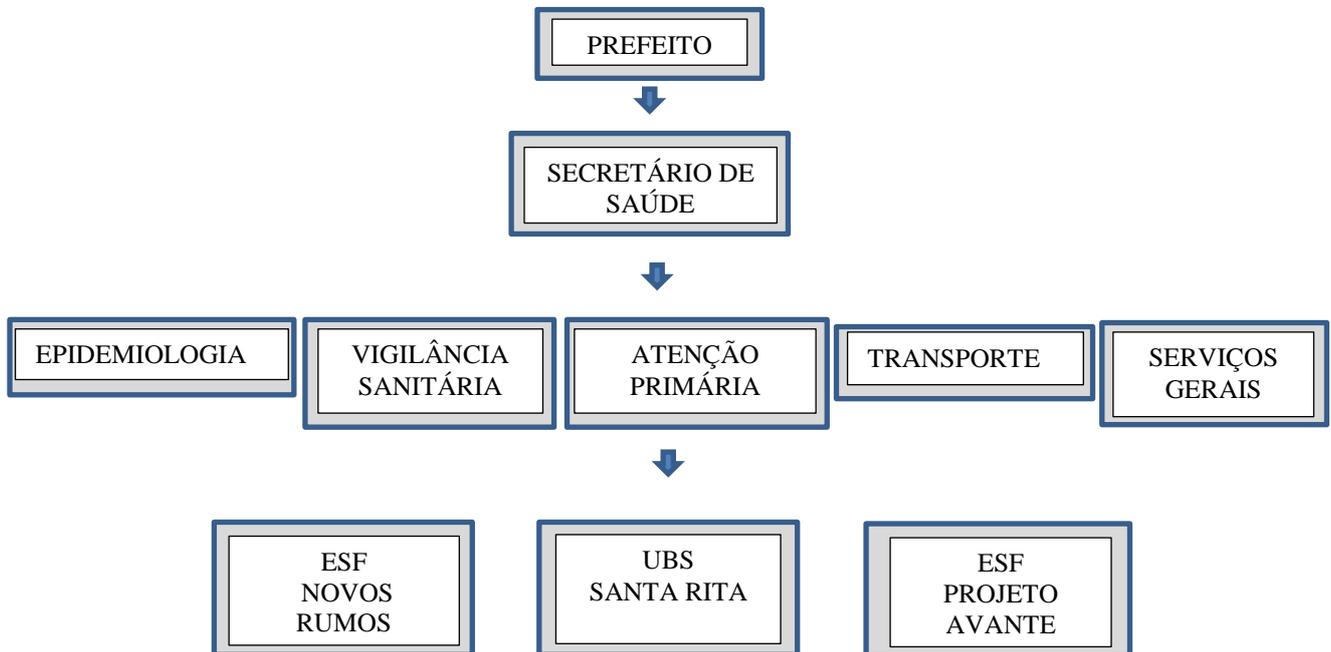


Figura 1 – Organograma do setor de saúde de Ritópolis. Fonte: Elaborada pelo autor.

## 5 CONCEITO E ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO VINCULADO AO SUS.

Segundo a revista REDE CÂNCER:

“Tema que, a cada dia, ganha maior espaço e importância para as políticas públicas na área da saúde. O fato é que, atualmente, tornou-se imprescindível o aprimoramento das estratégias e dos instrumentos de comunicação para continuarmos avançando rumo a um sistema de saúde equânime, integral e universal, pressuposto na elaboração e na consolidação do Sistema Único de Saúde.” (INCA, 2007. p. 04).

Ainda em complemento, Ribeiro destaca em seu artigo Comunicação em saúde: conceitos e estratégias, rumo à efetivação de direitos:

“O SUS compreende um complexo sistema de redes de atenção à saúde considerando os setores de atendimento primários (UBS), secundários (UPAS/ URS) e terciários (Hospitais) onde são realizadas as ações e serviços de forma a atender às necessidades da população. O Sistema Único de Saúde (SUS) representa um

grande avanço em termos de política de saúde no mundo, mas os usuários deste sistema ainda esbarram em muitos entraves para ter acesso à saúde de forma integral e universal, ou seja, viabilizar a efetivação de direitos garantidos legalmente. Neste sentido, a comunicação em saúde é uma das estratégias que poderá ser utilizada para orientar, divulgar e, sobretudo contribuir para que pessoas e comunidades possam reconhecer efetivamente a necessidade da promoção e educação em saúde e da participação coletiva nas decisões de matérias relacionadas à saúde.” (RIBEIRO *et al*, 2013. p. 02-03).

As atividades da comunicação empresarial englobam o cuidado com a imagem, ou seja, com a marca da empresa e sua imagem e a divulgação de informações sobre ela.

É notório que assim como em qualquer organização, a comunicação tem magnitude de peso. Sendo assim, a comunicação que permeia o sistema de saúde vigente na atual conjuntura, não corresponde às necessidades e demandas da população usuária, ou seja, não corresponde às propostas do SUS, o que não gera qualidade voltado para o trabalho dos atendentes e disseminação de resultados pelos atendidos.

## **6 ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO**

Todos nós e até mesmo pessoas com deficiência se comunicam. No entanto, cada qual com suas limitações e informações. O processo é definido como o ato de entender e ou de se fazer entendido. Por esse motivo, é essencial à atividade humana, gestão pessoal e empresarial.

Deste modo, comunicação não é o somente o que eu falo, é aquilo que chega até nós, conforme salienta Passadori (2002), que complementa: “O mundo [...] seria muito melhor se as pessoas conseguissem se comunicar melhor. [...] muitos dos problemas comuns ocorrem [...] justamente por problemas de comunicação.”.

O gráfico abaixo é um demonstrativo visual do funcionamento do modelo de comunicação desenvolvido por Schramm e que foi adaptado por Beltrão para a Teoria da Folkcomunicação.

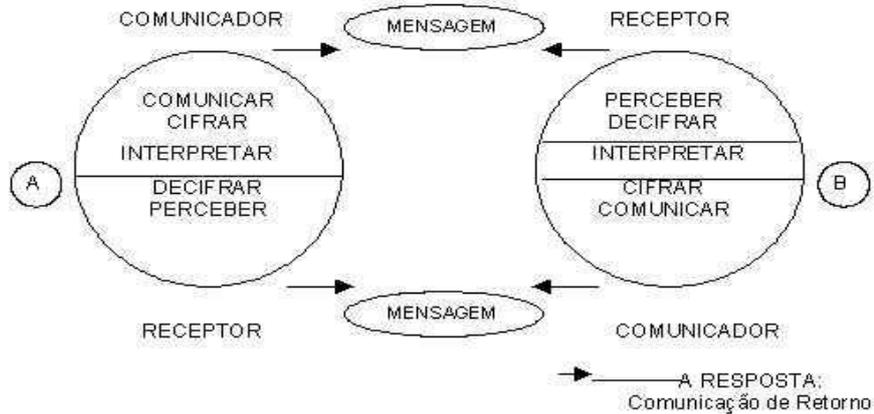


Figura 2 – Gráfico da teoria da Folkcomunicação. Fonte: Revista Internacional de Folkcomunicação.

As dificuldades de comunicação ocorrem quando as palavras têm graus distintos de abstração e variedade de sentido. O significado das palavras não está nelas mesmo, mas nas pessoas (expressão), no repertório de cada um e que lhe permite decifrar e interpretar as palavras. O atendimento a clientes, superiores e colegas de trabalho, dentro ou fora da empresa, será sempre uma forma de comunicação e expressão importantíssima e determinante para os profissionais. Em linhas gerais, a comunicação no poder pessoal “visa proporcionar meios para promover maior integração dentro da organização mediante diálogo, à troca de informações e experiências e à participação de todos os níveis” (REGO, 2002, p. 34).

A comunicação pessoal na empresa é vista como comunicação interna, é o dia a dia no convívio, no cumprimento de metas e regras, na gestão de pessoas e em todos os setores. Só a comunicação pode gerar interação, coordenação e controle dos funcionários, de modo que se sobressaia de conflitos, alcancem lucros e tenham uma visão econômica integrada e objetiva. Para Matos (2004, p. 25):

“[...] a comunicação informa, motiva, ensina, emociona, vende, distrai, entusiasma, dá status, constrói mitos, destrói reputações, forma opiniões, deforma pensamentos, distorce fatos, orienta, desorienta, faz rir, faz chorar, inspira, narcotiza, reduz a solidão e –

num paradoxo que confirma a grande magnitude do seu potencial – produz até mesmo a incomunicação.”.

Relacionado ao poder pessoal essa magnitude de características é o que encoraja os gestores a enfrentarem os problemas organizacionais, mas também é o que o amedronta devido ao vasto campo de interpretações por parte de cada um.

## **7 O COMUNICAR É MUITO MAIS QUE INFORMAR**

Para Tiburcio e Santana (2014, p.4), “a comunicação tem quatro funções básicas dentro de um grupo ou de uma organização: controle, motivação, expressão emocional e informação”. Ainda segundo as autoras, citando Bueno (apud TIBURCIO; SANTANA, 2014, p. 4), “a partir de 1990, a comunicação organizacional se desenvolveu a tal ponto que passou a ser vista de forma estratégica para as empresas, ou seja, se tornou peça ‘chave’ para os negócios.”.

Para Marcos Gross (2014), há 8 funcionalidades atribuídas à comunicação, já para Jussara Santana Tibúrcio e Lídia Chagas de Santana, a funcionalidade da comunicação se resume em quatro básicas: controle, motivação, expressão emocional e informação. Independente dos conceitos, podemos observar como os autores trazem uma associação das palavras: planejamento, gestão de conflitos, influência, estímulo e informação. Ou seja, a comunicação empresarial compreende uma série de atividades, estratégias, ações, produtos e processos elaborados para fortalecer a imagem e a estruturação interna de uma organização diante de todos os seus públicos de interesse e colaboradores. A comunicação tem papel primordial para aproximar a empresa e seus colaboradores, por isso tem se tornado uma tendência corporativa.

Assim como os processos de comunicação são usados como táticas na administração, há um indivíduo que, além de exercê-los com total eficiência, tem a sensibilidade necessária para apresentar, de forma organizada e objetiva, os seus pensamentos. É a figura do líder.

A figura do chefe na empresa vem sendo substituído pelo líder. É ele que, mesmo sendo um colaborador no nível operacional, ou estando na mesma linha hierárquica, que irá influenciar os demais. O trabalho em equipe pede cada vez mais um líder especializado e altamente capacitado para gerir de forma sistêmica essas

equipes, pois o líder estará sempre focado nos objetivos e disseminando valores nas empresas. O primeiro passo para se desenvolver e formar líderes é por parte da gestão de pessoas. Através de metodologias e indicação, o líder deve possuir uma comunicação clara e coerente, a fim de os fatos estarem intimamente relacionados, para que todos compreendam a mensagem, não permitindo que informações de caráter decisório sejam mal interpretadas.

Faria (2012) nos remete a três passos importantes na comunicação e que transformam a informação em conhecimento: “*entender, acreditar e agir*. Somente quando eu ‘entendo’ (racional/cabeça) e ‘acredito’ (sentimento/ coração) eu ‘ajo’, isto é, coloco em prática (atitude/corpo em movimento)” (grifo do autor).

O líder deve ser uma pessoa que sempre esteve e trabalhou no setor, isso o deixará mais preparado quanto a problemas daquele grupo. Só assim conseguirá exercer uma comunicação racional e uma expressão de atitudes favoráveis ao agir, obtendo liderança, feedback e status individual e profissional.

Além disso, um líder não pode ficar à deriva de suas decisões, pois, quando praticadas e colocadas em ação, não se pode voltar atrás, buscando outra forma de planejar. É preciso continuidade e inovação de métodos e não retroceder nas decisões. Portanto, os colaboradores do setor de saúde em questão devem, em relação a comunicação, agir de maneira correta, inspirando e motivando sua equipe. Isso será notado no estudo de caso realizado no setor de saúde de Ritópolis, composta por uma secretaria municipal, uma UBS e dois PSF’s, os quais possuem atendentes em diversos setores integrados ao SUS.

## **8 ATENDENTES E ATENDIDOS**

Segundo Assis (2009):

“A qualidade do serviço de atendimento ao público dentro da realidade brasileira, principalmente no âmbito estatal, apresenta-se como um desafio que demonstra a exigência de transformações urgentes. Essa necessidade é baseada em depoimentos de usuários e se torna visível e em uma delas se expressa nas queixas frequentes de usuários”.

Um bom atendimento surte efeito a curto prazo e pode impactar, inclusive, no aumento de benefícios que, no caso do setor de saúde, traz reconhecimento do setor como forma produtiva e evita incertezas.

Diante do estudo de caso, temos a cidade de Ritópolis dividida em 12 micro áreas, 6 são destinadas à ESF Projeto Avante e 6 à ESF Novos Rumos, ficando a UBS para suprir as urgências de ambas. Exemplificando. Se um cidadão quer agendar uma consulta de rotina ele irá procurar a ESF em que seu endereço é compatível, mas se for um agravo na saúde, urgências, fortes dores, cortes e ferimentos ele irá direto para a UBS. Em relação a falhas na organização do atendimento são apontadas, por exemplo, as longas esperas e adiamentos de consultas e exames, ausência de regulamentos, normas e rotinas, deficiência de instalações e equipamentos, bem como falhas na estrutura física.

Existe nesse processo uma falha na comunicação que perpetua bastante e que necessitará de táticas abordadas nesse artigo para que a necessidade do cliente (usuário) seja atendida. Sabemos que nem sempre há médicos, medicamentos, transporte e outras demandas naquele setor ou momento; o que cabe aos atendentes é nortear os pacientes (atendidos) para que aconteça o manejo, o encarrilhamento e até mesmo busca constante por soluções momentâneas, de modo que o processo de comunicação não seja corrompido.

De acordo com Harvard Business Review:

“[...] quando se trata de atendimento ao cliente, o efeito dominó sobre a imagem da empresa é devastador: os resultados desse estudo mostraram que 65% das pessoas que contataram o departamento de atendimento ao cliente de diversas empresas relataram algo negativo sobre o serviço. Os autores afirmam que, de modo geral, 48% dos que tiveram experiências negativas contaram a, no mínimo, dez ou mais pessoas, enquanto apenas 23% dos clientes que tiveram uma interação positiva espalharam essa informação.” (BULGARI; DOMINGUES; LEITE, 2014).

Para obter a excelência no tratamento, a consultora recomenda concentração no cliente, de forma que ele perceba que detém a atenção do vendedor. É importante ainda chamá-lo pelo nome e até entender uma eventual necessidade momentânea, oferecendo uma cadeira se estiver cansado ou um copo de água num dia de muito calor. Pequenos gestos como esses fazem a diferença e encantam o cliente.

## **9 ANÁLISE DO ESTUDO DE CASO**

Para a consolidação das ideias, pontos de vistas e citações desse artigo, foi realizado um questionário com 28 colaboradores da cidade de Ritópolis, sendo 04 da Secretaria de saúde, 08 da UBS (Unidade Básica de Saúde) e 16 da ESF (Estratégia de Saúde da Família). O intuito desse questionário era corroborar o tema deste artigo, de forma constatar se a comunicação dentro do atendimento na área de saúde é, de fato, importante para a qualidade do atendimento. Após a aplicação do questionário, foi realizada a análise das respostas, em que se constatou que é de suma importância a disseminação do assunto, ou seja, como o processo de comunicação pode melhorar o atendimento no setor de saúde.

A maior parte das perguntas se basearam nos capítulos do artigo, em que os entrevistados deveriam responder sim ou não em relação a concordância com os trechos apresentados. Todos os entrevistados concordaram com os trechos apresentados. Apenas duas questões foram elaboradas de forma objetiva, de forma a acrescentar mais informações e subsídios ao tema do trabalho, dando maior relevância e grandiosidade a comunicação neste estudo de caso. Elas correspondem ao feedback e ao reconhecimento do empenho do atendente. São elas:

**5) Os usuários do SUS, independente do que procuram, quando são bem atendidos, reconhecem seu empenho de atendente?**

Os colaboradores que responderam sim totalizaram 12, o que corresponde a 42,85%. Já a maioria, que responderam não, 16 colaboradores, correspondendo a 57,15%. Isso denota que a maioria não possui ainda um bom uso de técnicas para solucionar, encantar e interagir com os atendidos.

Outra pergunta que vem à tona foi a de número sete:

**7) Você está satisfeito com o retorno (feedback) das pessoas ou famílias atendidas por você?**

Responderam que sim 53,57% dos entrevistados, enquanto 46,43% que não. Constatou-se que o processo de comunicação dentro do setor da saúde não possui uma estrutura sólida, pela falta de planejamento adequado para tratar desse processo. Foram verificadas contradições entre atendentes e atendidos,

principalmente sobre os meios de comunicação utilizados e ocorrência de ruídos dentro da empresa.

De acordo com a analista de comunicação interna, os programas e ações de comunicação são de grande importância em diversos contextos, inclusive quando o intuito é o de promover o comprometimento com a qualidade.

## **10 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Lidar com a comunicação é algo habitual, afinal, todos comunicam. Até mesmo pessoas com algum tipo de deficiência trocam informações e conhecimento. Porém, para muitas pessoas e setores, essa tarefa se torna um grande desafio, traduzindo-se muitas vezes em uma barreira na vida profissional. Mas o que a princípio parece ser apenas um problema individual, na verdade se manifesta em outros âmbitos, tais como o familiar, o profissional e até o social. Este problema ocorre devido ao fato de muitas pessoas serem vulneráveis ao discernimento da informação e do entendimento, comprometendo assim o processo entre atendentes e atendidos.

Neste contexto, para evitar que situações como as descritas ocorram, pôde-se observar ao longo desta pesquisa que uma importante ferramenta é a comunicação. A maioria, senão todos os autores sobre comunicação pesquisados neste trabalho ressaltam que o homem é um ser social. Daí sua necessidade de comunicação, seja como emissor ou como receptor de mensagens. Para que haja comunicação, é necessário que ele utilize um sistema qualquer de sinais devidamente organizado.

Com esse estudo foi possível verificar a importância da comunicação entre atendentes e atendidos como estratégia de gestão das organizações. O assunto pesquisado identificou que, sem uma comunicação eficaz, as empresas não conseguem atingir seus objetivos. Em decorrência disso, e com base no estudo de caso, ela passou a ser considerada de vital necessidade para as corporações. Sua importância é tal, que essa ferramenta vem sendo valorizada e reconhecida como vantagem competitiva.

Com o intuito de responder o problema de pesquisa, este artigo não só buscou apontar a importância da comunicação, mas também mostrou como esta é

um instrumento essencial para lidar com a minimização de conflitos no setor de saúde pública.

Em virtude das peculiaridades da comunicação, estar informado a respeito do tipo de comunicação, contexto e elementos, faz com que as pessoas exerçam resultado e tenham anseio no objetivo final, fazendo com que a discussão tenha foco e rapidez. Dessa maneira, compreende a perspectiva da outra pessoa, acarretando em benefícios para atendentes e atendidos.

O SUS é um dos alvos críticos do governo, pois lida diretamente com o quadro de saúde dos brasileiros e que tanto tem se adotado medidas para aprimoramento do mesmo. Assim, com as táticas apresentadas no artigo, espera-se o interesse e a adoção pelas pessoas, a fim de contribuir com uma maior disseminação do tema, aumentando o número de referências do mesmo no meio acadêmico e profissional.

Por fim, observou-se que a Comunicação tornar-se-á, sem dúvida, um instrumento estratégico para benefícios no setor de saúde e, conseqüentemente, o sucesso da organização.

## 11 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**BRASIL.** Ministério da Saúde: Disponível em: <[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/sus/perguntas\\_respostas.php](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/sus/perguntas_respostas.php)>. Acesso em: jan. 2016.

**BULGARI, Mônica, et al. Atendimento a cliente:** buscando a excelência. Disponível em: <<http://www.atendimentoacliente.com.br/atendimento-a-cliente-buscando-a-excelencia/>>. Acesso em: dez. 2015.

**DAMANTE, Nara. Bem tratado, mal atendido.** Disponível em: <<http://www.pellegrino.com.br/en/node/43931>>. Acesso em: jan. 2016.

**FARIA, Lyrian. Mas isto é um problema de comunicação.** Disponível em: <<http://www.dynamicaconsultoria.com.br/publicacoes/sub-menu-artigos/116-portugues/publicacoes/artigos/item-artigo/171-mas-isto-e-um-problema-da-comunicacao-maio-de-2012>>. Acesso em: dez. 2015.

**GROSS, Marcos. Blog do Marcos Gross.** Disponível em: <<http://mcgross.blog.uol.com.br/>>. Acesso em: jan. de 2016.

**LOGULLO, Flávio. Os 6 princípios do bom atendimento ao cliente.** Disponível em <<http://controlefinanceiro.granatum.com.br/dicas/os-6-principios-do-bom-atendimento-ao-cliente/>>. Acesso em: dez. 2015.

**LÚCIA, Carmem. Grave doença organizacional: Falha na comunicação interna.** Disponível em: <<http://carmen-fonseca.blogspot.com.br/2012/04/grave-doenca-organizacional-falha-na.html>>. Acesso em: jan. de 2016.

**MACHADO, Geraldo Magela. História da comunicação humana.** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/historia-da-comunicacao-humana/>>. Acesso em: dez. 2015.

**MATOS, Gustavo Gomes de. Comunicação sem complicação: como simplificar a prática da comunicação nas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

**OLIVEIRA ED SÁ, Ângela Sueli. A influência do líder na motivação de sua equipe.** Disponível em: <<https://psicologado.com/atuacao/psicologia-organizacional/a-influencia-do-lider-na-motivacao-de-sua-equipe>>. Acesso em: jan. 2016.

**PASSADORI, Reinaldo. Problemas Mais Comuns De Comunicação.** Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/recursos-humanos/Problemas-Mais-Comuns-De-Comunicacao-.htm>>. Acesso em: dez. de 2015.

**REGO, Francisco G. T.do. Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002.

**TÍBURCIO, Jussara Santana; SANTANA, Lídia Chagas de. A comunicação interna como estratégia organizacional.** Disponível em: <[http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2\\_COMUNICACAO\\_INTERNA ESTRATEGIA A.pdf](http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2_COMUNICACAO_INTERNA ESTRATEGIA A.pdf)>. Acesso em: dez. 2015.