A IMPORTÂNCIA DA EMPATIA NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE UM HOSPITAL PÚBLICO DE ENSINO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Caroline Maiolini Mizael¹ | Ligia Mayumi Abe² | Rosemeire Keiko Hangai³ | Marisa Riscalla Madi⁴ | Ivisen Teixeira Lourenço⁵

INTRODUÇÃO

Design Thinking é uma abordagem inovadora centrada em descobrir soluções mais aderentes às reais necessidades das pessoas. Possui a capacidade de utilizar a empatia, de forma a colocar as pessoas no centro do desenvolvimento do projeto. Para isso, é preciso se aprofundar sobre os problemas enfrentados pela instituição e através do processo de empatia, identificar suas dificuldades e ganhos. Com a intenção de aplicar a empatia como uma abordagem para resolução de problemas gerenciais do hospital, a pesquisa foi proposta com foco na comunicação institucional.

OBJETIVO

Identificar o problema no processo de comunicação institucional aplicando a empatia como abordagem.

METODOLOGIA

Foi desenvolvida a etapa de imersão do *Design Thinking*. As ferramentas utilizadas foram: Mapa de Empatia e *Persona Canvas*.

ETAPAS DO DESIGN THINKING

RESULTADOS E DISCUSSÃO

ETAPA DE IMERSÃO

Acompanhamento de um dia de trabalho e entrevista com os colaboradores.

MAPA DA EMPATIA

Visualização do que os colaboradores veem, falam, escutam, fazem, pensam e sentem sobre a comunicação institucional.

PERSONA CANVAS

Criação de um personagem fictício para representar o colaborador: Técnica de enfermagem de 45 anos, trabalha na instituição há 15 anos, além de trabalhar em outro hospital. É introvertida, passiva e racional. Usa frequentemente o celular para redes sociais.

Foram apontadas 6 dificuldades e 6 ganhos sobre a comunicação institucional:

DORES

Muitos e-mails.
E-mails que não são da área/setor.
Informações desinteressantes e não atrativas.
Comunicação verbal ineficaz.
Poucas reuniões sobre assuntos institucionais.

GANHOS

Participar das discussões sobre estratégias.
Informações individualizadas e personalizadas.
Maior interação pessoal.
Se sentir mais valorizado.
Informações rastreadas.
Informações rápidas, simples e objetivas.

CONCLUSÃO

As ferramentas aplicadas possibilitaram o desenvolvimento de empatia com os colaboradores e, dessa forma, a proposição de melhorias que atinjam as principais dificuldades e ganhos sobre o processo de comunicação. É uma abordagem inovadora, ágil e econômica.

REFERÊNCIAS

MASSARI, V. L.; VIDAL, A. Gestão ágil de produtos com Agile Think Business Framework: Guia para certificação EXIN Agile Scrum Product Owner. Edição digital: Brasport, 2018.
VIANNA, M.; VIANNA, Y.; ADLER, I. K.; LUCENA, B.; RUSSO, B. Design Thinking: Inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

^{1 2} Aprimorandas do Programa de Estudos Avançados em Administração Hospitalar e de Sistemas de Saúde (PROAHSA).

³ Coordenadora de ensino do PROAHSA.

⁴ Diretora Executiva do Instituto de Radiologia do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (InRad).

⁵ Gerente de Inovação e Marketing do InRad.