



9º Simposio de Ensino de Graduação

O PODER DA LINGUAGEM E A CONSTITUIÇÃO DE AMBIENTES SAUDÁVEIS EM UMA LANCHONETE UNIVERSITÁRIA

Autor(es)

PAULA HONORIO MARCONI

Co-Autor(es)

PATRICIA DE BARROS CAMILO
DENISE DE SOUZA OLIVEIRA

Orientador(es)

REGINALICE CERA DA SILVA

1. Introdução

A Fonoaudiologia ocupa-se da comunicação humana e atua em diversos espaços sociais. A disciplina Saúde Coletiva e Fonoaudiologia II - 4º semestre noturno do Curso de Fonoaudiologia da UNIMEP - propicia conhecimento da organização e funcionamento destes espaços, reflexão sobre as práticas discursivas ali construídas e elabora (recomendações voltadas à promoção de ambientes saudáveis. As Diretrizes Nacionais Curriculares (BRASIL, 2002), propostas para os cursos de graduação em Fonoaudiologia, propõem articular teoria e prática por meio de conteúdos relacionados com o processo saúde-doença do cidadão, da família e da comunidade para promover a Integralidade. Para atendê-las, o curso utiliza metodologias e cenários de aprendizagem inovadores a fim de formar sujeitos autônomos, críticos e reflexivos para atuar na realidade concreta (SILVA, 2006). Nesse sentido, uma lanchonete da Universidade foi escolhida para estudo por apresentar grande circulação de funcionários, discentes/docentes, própria para observar, refletir e analisar diferentes formas de comunicação, interação e o poder exercido pela linguagem. Além disso, enquanto usuárias, as alunas percebiam dificuldades na comunicação entre atendentes e consumidores, o que motivou a busca de compreensão deste espaço social.

2. Objetivos

Este relato objetiva mostrar resultados e estratégias propostas para aumentar a comunicação e qualidade de vida neste local e também apresentar os resultados do trabalho de observação realizado junto a lanchonete da Universidade para a disciplina Saúde Coletiva e Fonoaudiologia II.

3. Desenvolvimento

Para compreender a comunicação entre atendentes e consumidores, foram realizadas 08 (oito) observações de campo, com autorização escrita da proprietária e concordância das atendentes. As observações foram confrontadas com entrevistas abertas, registradas em papel, realizadas com duas funcionárias da empresa e 16 (dezesesseis) usuários para conhecer o ponto de vista destes

atores sociais sobre a organização do trabalho e suas motivações. A proprietária foi contatada por telefone e respondeu questionário por e-mail. Foi realizado também registro fotográfico das observações para ilustrar relatórios desenvolvidos com apoio de literatura relacionada ao atendimento e à linguagem em suas diferentes formas de interação. A busca ativa constituiu-se de textos relacionados ao atendimento ao cliente, marketing de bares e lanchonetes, Fonoaudiologia empresarial, aspectos da comunicação verbal e não-verbal e o poder da linguagem, que nortearam a análise dos achados.

4. Resultado e Discussão

O local observado oferece serviços de restaurante e lanchonete, no período diurno e noturno, e tem 22 funcionárias, das quais 14 trabalham à noite. Observou-se somente o funcionamento da lanchonete, à noite, onde pode ser constatado: ausência de preços dos produtos que exigia constantes esclarecimentos das atendentes; longas filas para fazer o pedido; demora para finalizar o atendimento; stress e interação dificultada pela comunicação gestual de insatisfação entre os sujeitos. As entrevistas com estudantes usuários revelaram: percepção de indiferença das funcionárias ao atendê-los, maior cordialidade delas no trato com os docentes, ausência de sorrisos e de contato visual que interpretavam como falta de receptividade, pouca vontade e desinteresse. No primeiro contato com as funcionárias houve certa resistência para com o trabalho proposto o que motivou a presença da professora da disciplina no contato seguinte. O “status de Professora” deu a ela a prioridade de ser atendida com mais cordialidade do que as alunas. Isso ocorreu, segundo GNERRE (1991), porque a linguagem, mais do que servir como veículo de comunicação, é instrumento na definição de status social. E também, ainda de acordo com o autor “as produções lingüísticas [...], adquirem valor se realizadas no contexto social e cultural apropriado.” Durante a entrevista, as atendentes informaram saber que, mesmo cansadas ou com problemas pessoais, deveriam atender bem os clientes, porém se queixavam que não eram correspondidas quando cumprimentavam. Tinham consciência que a lanchonete deveria oferecer flexibilidade, comodidade e adaptabilidade e de alguma forma satisfazer as necessidades dos usuários. Percebeu-se a consciência que têm em relação ao conforto e à comodidade do cliente quando afirmaram, por exemplo, a necessidade de ter as duas estufas funcionando para facilitar a visualização de produtos pelo cliente. Segundo MATOS (2004), para não fracassar, todo estabelecimento tem que proporcionar o bem-estar do cliente de forma. O local deve oferecer ao cliente flexibilidade, comodidade e adaptabilidade, de algum jeito o estabelecimento deve satisfazer as necessidades do cliente. Além da importância da estrutura adequada, o essencial é um bom atendimento. Para um cliente sair satisfeito, ele precisa ser bem atendido. Para isso acontecer, além de funcionários treinados para um bom atendimento, os clientes precisam estar satisfeito com as condições de serviço que lhes é oferecido.

Segundo DAVIS (1972), “a comunicação é o processo de passar informação e compreensão de uma pessoa para outra”. Ao dar oportunidade para explicarem por que agiam daquela forma e entenderem de que forma a organização do trabalho poderia contribuir para desfazer más impressões, aumentar a comunicação e promover saúde foi possível elaborar estratégias para atender as necessidades levantadas. Dentre elas cita-se: estufa com placas de identificação e preço nos salgados; caixa de reclamações/sugestões, identificação da sopa do dia na entrada do restaurante e no caixa para agilizar o atendimento; designar funções e setores para atuação de cada funcionária além de aumentar a variedade de cartões de pagamento para agilizar o fluxo da fila.

5. Considerações Finais

Os resultados obtidos com as observações mostraram a percepção dos usuários em relação ao atendimento e também a própria percepção das atendentes em relação aos clientes. No início houve dificuldade na interação com as funcionárias mas, no decorrer das observações, estabeleceu-se uma relação que permitiu que elas expusessem que não estavam gostando do trabalho que estávamos realizando e depois da situação da entrevista a primeira impressão sobre o trabalho havia mudado. Esta experiência ampliou conhecimentos sobre atuação da Fonoaudiologia em empresa, para além do tradicional conteúdo de voz/audição. Diferentes práticas discursivas/de linguagem estão presentes na lanchonete: fala, escrita, gestos e expressão corporal. Entretanto, em muitos casos não fluem bem, pois estão condicionadas pelas exigências da organização do trabalho e pela relação de hierarquia. O atendimento dos usuários deve ser igualitário e os direitos do cliente - valorização, respeito e seriedade - reconhecidos. No bom atendimento, o cliente fica sempre satisfeito mesmo quando a empresa não dispõe do que deseja. Por meio das observações e entrevistas fizeram-se recomendações de melhorias e ao término desta atuação, percebeu-se que essa relação começou a se modificar: há um quadro na frente da lanchonete informando a sopa do dia e as atendentes sorriem mais, indicativos que a intervenção contribuiu para aumentar a comunicação e tornar o ambiente mais saudável conforme pressupostos da Política de Promoção da Saúde. Tomar contato com o mundo do trabalho e relacionar com os conhecimentos específicos da Fonoaudiologia, nos semestres iniciais da graduação, contribuiu para o desenvolvimento acadêmico auxiliando na internalização dos conhecimentos teóricos aplicados na prática. Além disso, foi possível tomar contato com uma nova área da Fonoaudiologia, de pouca repercussão, a Fonoaudiologia Empresarial, um grande campo de atuação.

O objetivo dessa experiência foi alcançado, uma vez que foi possível construir uma perspectiva crítica sobre as práticas discursivas

dos espaços sociais do cotidiano.

Referências Bibliográficas

Pró-Concurso de Pernambuco. Relações Públicas. Disponível em: http://guiadosconcurseiros.net/apostilas/especificas/mte/Apostila_e_relacoes_Publicas_Prof.CleberDutra.pdf. Acesso em: 21 nov.2010

Matos, Antonio Carlos de. Bar e lanchonete / Antonio Carlos de Matos, Paulo Melchor, Sandra Regina Bruno Fiorentini – Brasília : Sebrae, 2004. 38p. :il. (Comece certo, 12). Disponível em: <http://www.redetec.org.br/publique/media/BARELANCHONTE-SerieComeceCerto12.pdf>. Acesso em: 21 nov.2010

CARRASCO, Maria do Carmo. Fonoaudiologia empresarial: perspectivas de consultoria, assessoria e treinamento. São Paulo: Lovise, 2001.

COHEN, David. A linguagem do corpo: o que você precisa saber / Tradução Daniela Barbosa Henriques. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GNERRE, Maurizio. Linguagem, Escrita e Poder. 3ª edição brasileira – São Paulo: Martins Fontes, 1991