



Assessoria de Comunicação ao Hospital das Clínicas da Unesp-Botucatu¹

Mariana Reginato Dias LORENCINHO²

Taís Dias CAPELINI³

Ítalo de Pádua CARVALHO⁴

Renan FRANÇA⁵

Carlos Henrique FUZATTI⁶

Gabriel GOMES⁷

Mariah Venturi Navarro LIMA⁸

Taís Moura MACHADO⁹

Célia Maria Retz Godoy dos SANTOS¹⁰

Dalva Aleixo DIAS¹¹

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO:

O trabalho apresenta o processo de interação das ações comunicativas desenvolvidas pelo Grupo AGR para o Hospital das Clínicas da Unesp de Botucatu, como assessoria de comunicação. Essa assessoria foi sistematizada em torno das necessidades do público interno do Hospital, a fim de estruturar os instrumentos, reconhecer os meios de comunicação e desenvolver estratégias de comunicação que melhor se adequasse a este público. Partindo do diagnóstico organizacional e da estrutura comunicacional vigente no espaço, desenvolveram-se ações de comunicação visando potencializar a ação dos veículos existentes e superar a pluralidade dos públicos internos que limitam a prática do diálogo. O foco do estudo foi estruturar a gestão da comunicação interna, na perspectiva das relações-públicas para o desenvolvimento de boas relações entre a organização e seus colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas; Assessoria de Comunicação; Pesquisa Qualitativa; Comunicação Interna.

INTRODUÇÃO

O processo de assessoria comunicacional ao Hospital das Clínicas da Unesp-Botucatu vem sendo realizado pelo Grupo Ação, Gestão e Responsabilidade(AGR),

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Relações Públicas, modalidade Assessoria de Comunicação Governamental.

² Aluna líder e estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP, e-mail: malorencinho@hotmail.com

³ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: tais_capelini@hotmail.com

⁴ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: c_italo@hotmail.com

⁵ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: rfdsr@hotmail.com

⁶ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: cahefuzatti@gmail.com

⁷ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: gomes.gbrl@gmail.com

⁸ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: mariah_venturi@hotmail.com

⁹ Estudante de graduação do 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP e membro da equipe de trabalho, email: taismmachado@gmail.com

¹⁰ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP, email: celiaretz@faac.unesp.br

¹¹ Co-orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da FAAC-UNESP, email: daleixo@faac.unesp.br



composto por oito estudantes de Relações Públicas, desde 2009. Inicialmente, o trabalho estava vinculado diretamente à Campanha de Aleitamento Materno e à obtenção do selo “Hospital Amigo da Criança”, criado e oferecido pela UNICEF. Esse selo é conquistado por hospitais referência no atendimento materno-infantil que cumpram dez passos voltados para o sucesso do aleitamento materno e que minimizam os riscos de mortalidade infantil. Após uma pesquisa quantitativa para obtenção de dados, a fim de orientar e mensurar as ações da Campanha, o Grupo diagnosticou diversos problemas em relação à comunicação interna do Hospital, que comprometiam não apenas o processo de comunicação, mas também a integração entre o público interno e o engajamento deste na iniciativa.

O Hospital das Clínicas da Unesp-Botucatu, até 2010 - data do início desta assessoria de comunicação - estava diretamente ligado à Faculdade de Medicina da Unesp¹², que juntos reuniam 284 docentes e 1.475 servidores. É importante destacar que o HC é um hospital de referência em toda a região de Botucatu, realizando um amplo atendimento gratuito nos mais variados campos de atuação da medicina, abrangendo cerca de dois milhões de pessoas e 68 municípios.

Tendo como base os dados apresentados pelo Grupo após a realização da pesquisa quantitativa –a qual detectou falhas no processo de comunicação da Campanha de Aleitamento Materno –houve interesse por parte do Hospital em compreender se tal entrave também se demonstrava em outros aspectos da comunicação do público interno.

Entender a dinâmica das relações interpessoais e do processo comunicacional dos seus variados públicos internos – que vão desde os setores de manutenção do Hospital, até o mais alto cargo administrativo, passando por médicos, docentes e alunos – torna-se uma tarefa complexa. Porém, essa compreensão é essencial quando se pensa na qualidade de vida do público interno do Hospital das Clínicas, já que esta se reflete na humanização do atendimento com os pacientes. Lembrando que, segundo o relatório de Gestão do Ministério da Saúde, qualquer trabalho de gestão “somente tem sentido se estiver a serviço de uma atenção ao paciente melhor e mais humanizada”.

Na área da saúde, o interesse pelo conceito de qualidade de vida é recente e parte de novos paradigmas que têm influenciado as políticas e as práticas do setor nos últimos anos. Levando-se em consideração que o processo doença-saúde é complexo e multifatorial, a qualidade de vida (QV) tem sido alvo constante de melhoria em resultados no setor de prevenção de doenças, nas práticas assistenciais e políticas públicas de saúde. Indicadores

¹² Em março de 2011, o Hospital das Clínicas de Botucatu transformou-se em uma autarquia.
http://www.unesp.br/aci_ses/unespinforma/acervo/16/hospital-das-clinicas-e-autarquia

como eficiência, eficácia e impacto no tratamento de pacientes clínicos são levados em consideração. Partindo desse pressuposto, a conceituação do termo na área da saúde é identificada sob dois aspectos, sendo um genérico e outro mais específico à saúde.

O conceito de QV genérico admite uma acepção mais ampla sofrendo influência sociológica, que teve base para o estudo da Organização Mundial da Saúde (OMS), o qual foi usado como uma perspectiva transcultural e internacional. Esta foi definida pela *World Health Organization Quality Of Life Assessment* como “a percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, no contexto da cultura e dos sistemas de valores nos quais ele vive, e em relação a seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações”(p.1405).

Já o termo qualidade de vida na saúde apresenta-se geralmente nas literaturas associados diretamente às enfermidades ou às intervenções na saúde. Segundo Guiteras e Bayés (1993), o termo refere-se à valoração subjetiva que o paciente faz de diferentes aspectos de sua vida, em relação ao seu estado de saúde.

De acordo com o Ministério da Saúde a qualidade é fundamental no atendimento dos pacientes. Tendo em vista a missão voltada exclusivamente em favor do indivíduo humano, tem como comprometimento a gestão baseada na qualidade, proporcionando a integração de todas as áreas do Hospital, como “áreas médica, tecnológica, administrativa, econômica, assistencial e, se for o caso, das áreas de docência e pesquisa”.¹³

A partir da necessidade de se conferir efetividade da comunicação interna no Hospital das Clínicas e assim promover qualidade no trabalho junto aos colaboradores, foi proposto um trabalho de assessoria de comunicação que compreendeu um estudo exploratório, uma pesquisa qualitativa e outras ações de relações públicas, com vistas a compreender a situação da comunicação interna do Hospital, para tornar possível realizar melhorias efetivas na área. Essas melhorias resultariam também no próprio relacionamento humano entre funcionários, contribuindo para aprimorar a efetividade da Campanha de Aleitamento Materno e o atendimento aos pacientes.

1 - OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma assessoria de comunicação a partir da análise dos cenários do Hospital das Clínicas e da Faculdade de Medicina da Unesp de Botucatu com o intuito de melhorar a comunicação e a rede de relacionamentos da organização e seus colaboradores.

¹³ Relatório de Gestão – Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo, 2007



1.1 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analisar os meios de comunicação internos existentes, quanto a sua abrangência, eficácia e eficiência; definir as relações comunicacionais entre os diversos setores do Hospital em relação à comunicação formal e não formal; verificar se as falhas de comunicação do HC e da FMB interferem na prestação de serviços oferecidos e no ambiente de trabalho; buscar a melhoraria da qualidade de vida no trabalho dos funcionários do HC além da integração dos mesmos e levantar sugestões do público interno e apresentar novas diretrizes para melhoria da comunicação interna.

2 - JUSTIFICATIVA

Com base nos dados levantados na pesquisa quantitativa realizada pelo Grupo ao final de 2009 e também com o auxílio do setor de Assessoria de Comunicação de Imprensa do Hospital, diagnosticou-se varias carências em relação à comunicação interna, visto que os meios utilizados foram considerados insuficientes ou inadequados.

Essas falhas, por sua vez, refletem também na dificuldade de relacionamento interpessoal entre o público interno do HC, bem como na falta de integração entre os setores da organização. Sendo assim, desenvolver um processo de assessoria de comunicação que busque sanar essas carências comunicacionais foi considerado de fundamental importância para melhorar o ambiente de trabalho e os serviços oferecidos. Como destaca Kunsch:

A comunicação interna seria um setor planejado, com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas de comunicação institucional e até da comunicação mercadológica. Assim, a comunicação interna corre paralelamente com a circulação normal da comunicação que perpassa todos os setores da organização, permitindo seu pleno funcionamento (Kunsch, 2003, p. 154).

Entendida em seu sentido mais amplo como uma atividade responsável pela construção de relacionamento, as relações públicas se inserem neste processo tentando ordenar e administrar as diretrizes e mensagens adequadas a cada um dos públicos de interesse. Assim, o Grupo constatou que a estratégia mais eficiente para compreender a funcionalidade dos meios de comunicação existentes na organização seria a realização de uma pesquisa qualitativa. Somado a isso, foi considerado o fato que esse tipo de pesquisa poderia contribuir para detectar de maneira mais aprofundada quais as possíveis soluções



para os problemas destacados, em virtude de seu caráter exploratório, estimulando os entrevistados a debaterem sobre o tema estabelecido. Segundo Neves:

A escolha de cada meio/canal/veículo é uma decisão que exige muito conhecimento das técnicas de comunicação, dos públicos envolvidos, do mercado e do negócio em si. Disponibilidade de tempo e dinheiro, frequência desejada, adaptação à mensagem, inserção dentro da programação global, tudo isto tem que ser considerado. Em nenhum outro lugar, se aplica melhor a afirmação de que os fins justificam os meios, (Neves, 2003, p.101).

Com a efetuação dessa pesquisa, foi possível formular uma proposta de comunicação mais coerente, capaz de contemplar as necessidades do público interno do Hospital de forma mais direta e funcional com vistas a atingir os objetivos destacados anteriormente. Além disso, este trabalho se justifica na medida em que, como sendo estudantes de relações-públicas, encontramos a oportunidade de poder vivenciar um processo de comunicação que é muito mais que a simples ação de comunicação.

4 - MÉTODOS E TÉCNICAS

O diagnóstico iniciou-se por um estudo exploratório sobre temáticas como a comunicação pública, a comunicação interna e o papel das relações públicas no âmbito da saúde.

Segundo Brandão (2007), comunicação pública é um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania. Para o autor a comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona o seu trabalho provocando fundamentalmente o debate público. Sabendo-se que a partir da consolidação desse debate é possível compreender as diversas problemáticas e dificuldades enfrentadas pelo setor público, também é possível desenvolver ações para atingir um objetivo comum.

Nesse sentido, os profissionais de relações públicas são capazes de cumprir sua função social no que tange a estruturação e planejamento dessas ações, buscando aplicar princípios estratégicos da comunicação com vistas a despertar interesse da sociedade a respeito dos problemas enfrentados. Em suma, a comunicação vinculada aos conceitos de relações públicas pode ser um importante viés para a transformação de uma realidade e melhoria da qualidade de vida da população.



No presente trabalho, foram utilizados os conceitos de comunicação pública/governamental e de relações públicas voltadas para o setor da saúde, esta última pensada em seu sentido mais amplo. Ou seja, entendida no que toca tanto as questões locais do ambiente, quanto os aspectos mais gerais que afetam a saúde pública como um todo.

Com a finalidade de descobrir quais estratégias comunicacionais deveriam ser utilizadas para melhoria da comunicação interna no Hospital, realizamos uma série de visitas ao local com o intuito de efetivar um estudo exploratório. A partir desta etapa optou-se por uma pesquisa de opinião junto aos segmentos de colaboradores, a fim de perscrutar as demandas e impressões deste público.

O método escolhido foi a pesquisa qualitativa, já que esta, segundo Godoy (1995), considera o ambiente como fonte direta dos dados e o pesquisador, somente como instrumento chave. Este tipo de pesquisa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise destes, apenas envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

Uma das tipologias da pesquisa qualitativa é o grupo focal, o qual está apoiado no desenvolvimento das entrevistas grupais. Morgan (1997) define grupos focais como uma técnica de pesquisa que coleta dados por meio das interações entre o grupo, buscando discutir um tópico especial sugerido pelo pesquisador.

Os grupos focais são orientados pelo moderador, que assume um papel de facilitador do processo de discussão dando ênfase no jogo de influências que compõe a formação das opiniões dos participantes sobre um determinado assunto. É importante ressaltar que a definição dos perfis, locais de aplicação do grupo, recurso para análise dos dados, número de participantes e postura do moderador podem influenciar nas discussões abordadas.

Outro fator fundamental para a pesquisa é a elaboração do roteiro para a entrevista em profundidade que o moderador seguirá. O papel do moderador nesse processo, segundo Morgan (1997), deve ser abrangente, procurando cobrir a máxima variedade de tópicos relevantes sobre o assunto e promover uma discussão produtiva.

5 - DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para conseguir contemplar as diferentes tipologias de públicos internos do Hospital, optou-se por segmentá-los em três grupos focais segundo os setores que trabalhavam e



cargos na organização. O primeiro grupo focal foi formado por servidores de cargos mais baixos, que incluem faxineiros, auxiliares de forma geral, copeiras, auxiliar de cozinha, entre outros; o segundo foi montado pelas chefias desses setores e alguns funcionários de cargos administrativos; e o terceiro formado por médicos e docentes da Faculdade de Medicina. Essa divisão ocorreu devido às grandes diferenças hierárquicas presentes entre os funcionários, constatadas no estudo exploratório.

As sessões de entrevistas em profundidade nos três grupos realizados no Hospital das Clínicas de Botucatu tiveram duração de aproximadamente uma hora e trinta minutos cada, sendo compostas por um moderador, um apoio logístico, quatro observadores - membros do Grupo AGR - e de até oito participantes do segmento observado.

O tipo de entrevista realizada foi a semiestruturada que permite ao entrevistado discorrer sobre o tema sugerido sem que o entrevistador fixe metas ou direcionamento às respostas. Os grupos focais foram gravados com uma filmadora digital, o que possibilitou um rico material para posterior análise do processo.

Além disso, para o registro dos dados utilizou-se da observação sistemática com fichas de observação individual e coletiva. Entre os aspectos observados estavam: a identificação do funcionário (nome, sexo, idade, profissão, setor), os meios de comunicação preferidos para se informar, os tipos e de comunicação entre os setores do Hospital e sua frequência, os laços de amizade, a satisfação no trabalho, os relacionamento no trabalho, os meios de comunicação do Hospital (jornal, email, ofício, intranet, interpessoal e telefone) e os problemas e as sugestões de melhorias para a comunicação.

A fim de dinamizar as discussões nos grupos focais foram aplicadas dinâmicas de grupo e as sessões foram divididas em três blocos. Cada bloco de discussão tinha um objetivo: no primeiro eram feitas as apresentações dos funcionários e de seus setores do Hospital, bem como o relato do relacionamento interpessoal; o segundo bloco abordava o conhecimento sobre a comunicação interna do Hospital, opiniões sobre a qualidade dos relacionamentos entre funcionários, os meios de comunicação mais utilizados e suas falhas; já o terceiro levantava as dificuldades de acesso ou de informação sobre o Hospital e as sugestões para a melhoria da comunicação interna.

Em síntese os resultados dos grupos focais foram os seguintes: o primeiro composto por oito servidores da Faculdade de Medicina de Botucatu caracterizou-se pela baixa escolaridade e os cargos operacionais dos participantes. A maioria dos integrantes era da cidade de Botucatu e trabalha no Hospital pelo menos há 15 anos. Em relação aos meios de



comunicação utilizados no local de trabalho a predominância foi comunicação interpessoal, já que quase todos declararam que recebem ou passam informações diretamente aos interessados. Os ruídos acontecem devido às diferenças e distanciamento dos interlocutores.

O segundo grupo, composto por sete servidores, quase todos os funcionários com cargos de chefia, tinham escolaridade superior. A maioria desses integrantes trabalha há pelo menos dez anos no Hospital. Todos conhecem os diversos setores do Hospital e se comunicam em maior ou menor grau com eles. Os meios utilizados para a comunicação variam de acordo com o setor que se pretende estabelecer contato, mas prevalece a intranet e o telefone como os mais utilizados.

O terceiro grupo analisado foi formado pelos docentes da Faculdade de Medicina, no qual foi possível reunir cinco participantes devido às especificidades do trabalho que desenvolvem. A opinião deste grupo sobre os meios de comunicação interna é complexa, pois apesar de terem conhecimento dos meios utilizados e das atividades do Hospital, não dá a devida importância, o que compromete o processo de comunicação de forma geral.

Deste modo, foi possível constatar diversos aspectos falhos nos meios de comunicação, a saber: o jornal FMB não atinge todos os setores do Hospital e não é interessante a todos os públicos (principalmente funcionários de cargos mais baixos); a internet possui acesso limitado e em alguns setores este meio não é disponibilizado; os e-mails são vistos como *spam* (duplicidade de e-mails) e algumas informações chegam com atraso; os telefones têm muitas vezes seus ramais ocupados dificultando a comunicação imediata os ofícios muitas vezes são “engavetados” ou entregues a terceiros; os murais foram retirados devido à má utilização e ao risco de contaminação.

Quanto à comunicação visual do campus da Unesp, a sinalização é falha provocando dificuldades ao público externo para encontrar os diferentes setores. No que diz respeito ao relacionamento dentro do Hospital, detectou-se na pesquisa que o mesmo é satisfatório entre funcionários de cargos hierárquicos semelhantes, entretanto há problemas de relacionamento entre os cargos de chefia ou entre servidores e médicos.

Ao final do processo de pesquisa foi elaborado um relatório completo para o setor de Assessoria de Comunicação. Este continha, detalhadamente, as análises, pontos levantados, resultados obtidos e sugestões apontadas. O relatório foi apresentado e entregue na reunião do Conselho Gestor do Hospital das Clínicas, do qual participam funcionários de variados setores do HC de Botucatu, para analisarem as possíveis mudanças.

Vale ressaltar que a comunicação como um processo fundamentalmente bilateral, interativo e participativo foi o nosso objetivo. Por isso o Grupo AGR elaborou uma



assessoria que teve como finalidade diagnosticar, planejar e executar planos, estratégias, projetos e ações de comunicação para os diversos públicos da organização assessorada, observando a filosofia, o perfil e a cultura da mesma.

CONSIDERAÇÕES

O processo de assessoria realizado e a posterior apresentação do relatório final para o Conselho Gestor contribuíram para trazer mudanças significativas em alguns pontos fundamentais da comunicação interna do HC.

No que tange as partes envolvidas, houve um estreitamento de laços entre três instituições governamentais: Universidade Estadual Paulista, Unesp de Bauru, Unesp Botucatu e Hospital das Clínicas de Botucatu. Esta parceria foi fundamental na realização e execução de todo o projeto.

Com as ações realizadas no âmbito comunicacional, constatou-se um maior interesse e participação por parte dos funcionários nas diversas mídias e veículos de comunicação existentes. Isso desencadeou um maior estímulo à participação dos colaboradores nas demais atividades desenvolvidas pelo Hospital.

Em resumo, em relação aos meios de comunicação observados, podem-se destacar as seguintes modificações:

A intranet aumentou sua produtividade e eficiência na geração de conteúdo, contando também com a participação dos próprios funcionários por meio de um mural online. Com esta ferramenta é possível aos colaboradores publicar novidades ou notícias, as quais, posteriormente, podem ser publicadas no jornal.

O Jornal FMB passou a ser direcionado e nomeado ao ser entregue nos setores, facilitando a distribuição e o acesso ao mesmo, uma vez que, anteriormente, era distribuído de forma genérica. Também está sendo realizada uma reestruturação em seu layout, a fim de torná-lo mais atrativo e com espaços para inserção de conteúdos voltados aos servidores.

Como alternativa funcional surgiu a idéia de implantar no Hospital a ferramenta “*spark*” (*chat* interno), a fim de resolver o problema acentuado dos ramais de telefones ocupados.

Outro impacto decorrente foi à contratação temporária de mais um profissional para a área de comunicação social, devido a necessidade constatada na pesquisa. Até a realização deste projeto, bem como a apresentação de seus resultados, havia somente um profissional de jornalismo encarregado de todas as ações da Assessoria de Comunicação e Imprensa do Hospital. Este profissional, embora efetuasse importantes ações, ficava sobrecarregado e



não conseguia suprir toda demanda. Com a realização da assessoria de comunicação pelo Grupo AGR, constatou-se que seriam necessários outros profissionais de comunicação social para trabalhar no HC, visando suprir a defasagem no processo comunicacional e tornando-o multidisciplinar.

Diante disso, deve-se destacar a importância do relações-públicas estar inserido na área governamental, visto que o mesmo é apto a lidar com instituições públicas, como aquelas ligadas ao âmbito da saúde. Além disso, vale ressaltar que lidar com pessoas e suas relações faz parte do universo das relações públicas.

O processo de realização da assessoria de comunicação foi de grande valia para o grupo. Estar envolvido diretamente com o bem estar e saúde do indivíduo, atrelados a responsabilidade profissional, foi um processo enriquecedor ao atuar na área.

Pôde-se perceber que a comunicação não se restringe aos meios de comunicação e transmissão de informações, mas deve ser um estímulo à participação e integração do público envolvido. Esse fator reflete diretamente na conduta e comportamento profissional, que por sua vez proporcionam uma melhoria na qualidade de vida do ambiente de trabalho.

REFERÊNCIAS:

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público / Jorge Duarte, organizador. – São Paulo: Atlas, 2007.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, Abril,1995.

GUITERAS A.F., BAYÉS R. Desarrollo de un instrumento para la medida de la calidad de vida en enfermedades crónicas. In: Forns M, Anguera MT, organizadores. Aportaciones recientes a la evaluación psicológica. Barcelona: Universitas; 1993.

KUNSCH, Maria Margarida K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MORGAN, D. L. Focus groups as qualitative research. 2ª Ed. Londres: Sage University Paper, 1997.

NEVES, Roberto de Castro. Imagem empresarial: Como as organizações e as pessoas podem proteger e tirar partido do seu maior patrimônio. 3ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

The WHOQOL Group. The World Health Organization quality of life assessment (WHOQOL): position paper from the World Health Organization Soc Sci Med, 1995.