



Novas Tecnologias de Comunicação em Hospitais: a Internet como Estratégia para Gestão do Relacionamento com os Públicos¹

Profa. Dra. Maria Rosana Ferrari NASSAR
Pontifícia Universidade Católica de Campinas, São Paulo

Resumo

Este trabalho relata o desenvolvimento da pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, que teve como objeto o estudo da utilização das novas tecnologias da comunicação e da informação, especialmente da internet em hospitais, como ferramenta de gestão estratégica para aproximação dessas organizações com seus públicos. A pesquisa teve como objetivo verificar o impacto das tecnologias de informação, especificamente no que diz respeito à utilização da internet, nos hospitais da região metropolitana de Campinas; documentar o progresso das tecnologias da informação nas organizações hospitalares como etapas necessárias para a construção de uma proposta de utilização da internet como ferramenta de relacionamento com os públicos para o Hospital e Maternidade Celso Pierro (HMCP), situado na cidade de Campinas, SP.

Palavras-chave

Internet; Hospitais; Gestão Estratégica.

Introdução

Na década de 1960, Theodore Nelson concebeu a idéia de um documento em texto que continha ligações (*hyperlinks*), unindo uma fonte de informação à outra, denominado de hipertexto “para exprimir a idéia de uma escrita e leitura que trilhassem um caminho não-linear em um sistema de informática”. A idealização de Nelson foi mais tarde concretizada por Tim Berners-Lee, o criador da internet (NOGUEIRA, 2004, p. 12).

A *World Wide Web*, ou *web*, sistema desenvolvido por Tim Berners-Lee, na década de 80, tinha como finalidade específica gerar, com eficiência e rapidez, grandes e variadas quantidades de documentos, provocando uma revolução no mundo informacional. A internet tornou-se um grande repositório de informação, mudando significativamente a vida das pessoas e das organizações. Não há dúvida de que a internet propiciou facilidade ao acesso à informação:

[...] a idéia de que as tecnologias baseadas nos padrões da internet facilitam imensamente tanto a troca de informações entre as organizações, como aumentam as possibilidades de colaboração em modos síncronos ou assíncronos, independentemente de localização física. A Era da Informação permitiu, ainda, que fossem automatizadas tarefas repetitivas, conferindo maior eficiência e rapidez aos processos de trabalho (LIMA *et al.*, 2006, p. 19).

¹ Trabalho apresentado no NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, do VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



Tanto que a acessibilidade da tecnologia da informação passou a se constituir em um dos principais indicadores do nível de desenvolvimento ou de transformação de um país:

Um dos principais indicadores do desenvolvimento da sociedade da informação é a penetrabilidade das tecnologias de informação na vida diária das pessoas e no funcionamento e transformação da sociedade como um todo. Em âmbito geográfico, a penetrabilidade é medida principalmente pelo número de usuários da Internet em uma determinada população. No caso do Brasil, estima-se que, durante o ano 2000, mais de 6 milhões de brasileiros serão usuários da Internet e que, nos próximos cinco anos, poderemos chegar a 30 milhões. Estas cifras, apesar de muitos aquém do total da população brasileira ou das porcentagens de usuários relativas ao total das populações nos países desenvolvidos, constituem indicadores significativos do enorme impacto que a Internet está promovendo na sociedade brasileira. Em termos numéricos, estas cifras projetam o Brasil como um dos grandes mercados nacionais da Internet em nível mundial (MIRANDA, 2000, p. 80).

O impacto proporcionado pelo surgimento da internet teve repercussões de amplo espectro em toda a sociedade. As organizações não ficaram de fora. Atualmente as organizações não podem prescindir do uso das tecnologias da informação. No que tange às organizações de saúde, a utilização dessas tecnologias tem se mostrado um fator preponderante para o atendimento de qualidade. De fato, a utilização dos recursos tecnológicos nesse campo tem se constituído em sinônimo de eficiência da gestão da informação e conseqüentemente da gestão organizacional. Porém, o que se observa no campo dos prestadores de serviços em saúde, especificamente no que diz respeito aos hospitais, é que a utilização das tecnologias constitui-se realidade apenas no que diz respeito aos exames e recursos terapêuticos. Quanto à informação, há ainda um longo caminho a percorrer. Essa afirmação, por si, já causa algum incômodo quando se considera o contexto da Sociedade da Informação (SI), expressão engendrada para marcar a passagem do modo de produção industrial para outro, no qual produzir informação passou a ser a atividade definidora da geração de riqueza. O surgimento da SI aparece indelevelmente associado ao advento do pós-industrialismo.

Aliás, Mattelart (2005) reconhece a ambigüidade e a sinuosidade da idéia e da noção introduzida pela designação SI, o que demonstra que mesmo entre os estudiosos não existe consenso sobre o seu significado e limites. Há, entretanto, quem faça apologia desse novo momento vivido pela humanidade, fortemente apoiado no avanço das tecnologias, denotando uma crença cega no poder da ciência. É possível situar historicamente a origem dessa designação. Com efeito, os estudiosos são unânimes em reconhecer a década de 1960 como a data de seu aparecimento:

A expressão “sociedade da informação” passou a ser utilizada, nos últimos anos desse século, como substituto para o conceito complexo de “sociedade pós-industrial” e como forma de transmitir o conteúdo específico do “novo paradigma técnico – econômico”. A realidade que os conceitos das ciências sociais procuram expressar refere-se às transformações técnicas, organizacionais e administrativas que têm como “fator-chave” não mais os insumos baratos – como na sociedade industrial – mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações. Esta sociedade pós-industrial ou “informacional”, como prefere Castells, está ligada à expansão e reestruturação do capitalismo desde a década de 80 do século que termina. As novas tecnologias e a ênfase na flexibilidade - idéia central das transformações organizacionais – têm permitido realizar com rapidez e eficiência os processos de desregulamentação, privatização e ruptura do modelo de contrato social entre capital e trabalho característicos do capitalismo industrial (WERTHEIN, 2000, p 71-72).

Observa-se, assim, que a expressão sempre aparece associada à composição de uma nova fase do setor produtivo, do setor econômico, como superação do modelo de produção industrial. Isso equivale a dizer que a compreensão das condições históricas que propiciaram o nascimento dessa expressão está vinculada aos ciclos econômicos.

Depois do ciclo inaugurado pela Revolução Industrial com base na produção de bens de consumo passe-se à sociedade pós-industrial, quando o modo de produção desloca-se para a produção de serviços, a SI, caracterizada pela produção e troca da informação, propiciada pela revolução tecnológica, principalmente, em função dos computadores. Nesse novo cenário, informação e conhecimento ganharam centralidade, passando a ser tratados como elementos estratégicos para o desenvolvimento econômico dos países. Em dado momento histórico, portanto, identifica-se o surgimento de um novo setor econômico “que engloba em sua estrutura a produção, o processamento e a distribuição de mercadorias e serviços de informação, sejam eles mercantis ou não-mercantis” (CARVALHO; KANISKI, 2000, p. 35).

Foi Machlup (1992) quem produziu o primeiro estudo, envolvendo evidências empíricas lastreadas nos modelos teóricos de economia, de que existia uma nova categoria econômica de riqueza, que se sobressaía dos segmentos tradicionais da economia até então conhecidos. Nesses estudos, Machlup identifica uma elevada participação, no PIB norte-americano, de um novo segmento, que denominou de “indústria do conhecimento”. É este economista quem inicialmente fornece uma contribuição singular na ligação da informação e do conhecimento com a economia e alerta amplamente de que a informação já estava consolidada como processo no modo de produção capitalista (NOGUEIRA, 2004, p. 11).

Surgida pela primeira vez na década de 1960, somente em 1976 se consolidou, por intermédio de Porat:

A partir desse estudo, o conceito de sociedade da informação se consolida, passando, inclusive, a ser categoria de análise e mensuração adotada por instituições governamentais e instituições transnacionais como OCDE e ONU, bem como elemento de políticas públicas, envolvendo questões como



burocracia, formas de poder, privacidade, fluxo de dados transfronteiras, infraestrutura tecnológica e gerenciamento das atividades inerentes a própria produção da informação (MALIN, 1994 *apud* CARVALHO; KANISKI, 2000, p. 35).

De todo modo, as inovações tecnológicas tiveram impacto significativo em todos os setores produtivos e não produtivos, engendrando certa euforia, certo deslumbramento quanto ao poder redentor da tecnologia:

[...] abordagem ingênua e pouca crítica [em que] predomina o tom de deslumbramento em relação às novas tecnologias, como se fossem por si só capazes de revolucionar e produzir um inimaginável mundo novo, [mas esse] discurso totalizante e determinista não possui consistência. (TARGINO, 1995 *apud* CARVALHO; KANISKI, 2000, p. 36).

Nessa perspectiva, Werthein (2000, p. 72) adverte para as conseqüências que podem surgir quando se enfatiza o poder da tecnologia ou se crê ingenuamente no que denomina idealismo tecnológico, “segundo a qual as transformações em direção à sociedade da informação resultam da tecnologia”, de acordo com uma lógica técnica e neutra, além de entender que a SI constitui-se numa etapa natural do desenvolvimento, a que todos, indistintamente, chegarão. Essas conseqüências distorcem a análise do que esse novo contexto significa para os respectivos espaços geográficos, econômicos, políticos e sociais e conduzem a um discurso meramente contemplativo a respeito das mudanças sociais que as novas tecnologias de informação podem produzir. Essa afirmação mostra-se apropriada quando se considera a utilização dessas tecnologias em hospitais. De qualquer forma, mesmo diante de advertências desse tipo, a idéia da SI foi absorvida rapidamente no plano político no Brasil, muitas vezes sem a devida crítica, sem a necessária reflexão, a partir das considerações sobre as condições históricas do desenvolvimento econômico brasileiro. Em tal cenário, a tecnologia pode significar a redenção, mas também pode significar a ampliação da dominação:

Os países centrais que, ao longo da história da humanidade, sempre lutaram pelo domínio de espaços territoriais, pelo acesso e exploração de matérias-primas e da força operária barata, agora competem também pelo domínio do conhecimento científico e tecnológico, representado aqui pela acumulação, processamento, armazenamento, acesso e disponibilização de informações por meio de redes de telecomunicações, quando o índice de uso da telemática passou a ser fator diferencial entre países desenvolvidos (centrais) e países em desenvolvimento (periféricos), incluindo o tipo de informação veiculada por essas redes (CARVALHO; KANISKI, 2000, p. 36).

Em 2000 o Governo brasileiro lançou o “Livro Verde” revelando o compromisso governamental com a inserção do país no âmbito da SI. Entretanto, a universalização do acesso e do uso dos meios eletrônicos, entretanto, não é realidade. Essa universalização não depende unicamente dos esforços governamentais, mas também do posicionamento das organizações, em seus processos de comunicação, mediados pelo computador, como



modo de diminuir as distâncias geográficas e sociais com seus públicos de interesse (DALMONTE, 2007, p. 130).

O surgimento de novos instrumentos de Tecnologia de Informação (Internet, páginas eletrônicas; e-mail, salas virtuais de discussões; vídeos conferências, etc.) certamente alteram o desenvolvimento da comunicação nas organizações.

Nesse cenário, a comunicação organizacional assume novos contornos e amplia seu potencial estratégico na gestão. Com efeito, a comunicação organizacional compreendida como um conjunto de estratégias empregadas pela organização para difundir as informações entre seus públicos, precisa estar atenta às inovações tecnológicas e utilizá-las de modo adequado, visando aumentar a eficácia, eficiência e a qualidade. Para Gayeski (2001) a comunicação é um instrumento importante para as organizações, visto que possibilita a codificação e a decodificação de mensagens ambientais, mantendo-as em processo de constante relação com os demais sistemas e sub-sistemas ambientais de modo dinâmico, flexível às mudanças. Por sua vez, o ambiente organizacional é caracterizado por mudanças constantes, de modo que a prática da comunicação deve acompanhá-las.

Kunsch (2003, p.71) considera a comunicação organizacional como “um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações”. De tal modo, a comunicação organizacional implica na consideração dos aspectos internos e externos. Isso porque, embora seja habitual a distinção entre os públicos internos e externos, deve ser entendida dentro de seus limites, visto que a concepção de processo desvela a dinâmica em que o interno se reflete no externo e vice-versa. Entretanto, o cotidiano das organizações demonstra que comunicar não é uma tarefa fácil (BALERINI, 2003). A questão não se resume a garantir que as informações circulem pela organização. Vai além. É necessário cuidar para que sejam recebidas e compreendidas, que tenham sentido e significado para os públicos de interesse. As organizações nem sempre se comunicam de forma clara e objetiva com seus públicos. Nesse aspecto, as tecnologias de informação colocam-se como um instrumento importante na concepção de uma política de comunicação integrada, visto que redimensiona o conceito de distância, eficiência e rapidez. A utilização da Internet, por exemplo, proporciona interatividade, produtividade, atualidade, economia e globalidade, tornando possível a interação entre emissor da informação e o receptor (CRUZ, 2000).

Considerando esse contexto, a pesquisa realizada, que deu origem a este artigo, situa-se no âmbito da interface entre as novas tecnologias da informação e a comunicação nas



organizações hospitalares, especialmente no que diz respeito à utilização da internet, além de identificar as tecnologias disponíveis que podem contribuir para a comunicação mais eficiente e ágil, considerando a comunicação como elemento estratégico na definição da qualidade nos hospitais. Nessa perspectiva a internet, como ambiente comunicacional, representa uma ferramenta importante a ser utilizada de modo estratégico pelos gestores, tendo como referências a comunicação como uma dimensão do processo de humanização das relações entre as organizações hospitalares, no qual um projeto de comunicação explicita um vínculo social, pois interessa ao cotidiano das pessoas e da organização.

De modo geral, a medicina foi um dos setores que mais avançaram no campo de tecnologia. A utilização vai além, considerando as especificidades dos serviços de saúde. Porém, as organizações de saúde estão entre as que menos investem em recursos tecnológicos no Brasil, sob o argumento da falta de recursos financeiros.

Com efeito, gerenciar um serviço de saúde, significa cuidar dos aspectos organizacionais e funcionais, tal como em qualquer empresa. Isso quer dizer que gerenciar sistemas de saúde, requer lidar com aspectos administrativos como controlar estoques de materiais, equipamentos, gerir finanças, recursos humanos, etc., isto é, controlar elementos que representam as condições de organização e funcionamento dos serviços de saúde. Porém, também existem o aspectos gerados pela prática de saúde, isto é, aqueles decorrentes do atendimento prestado, do ato clínico, ao indivíduo ou à coletividade. Compõem obrigatoriamente os sistemas de gerência em saúde os sistemas informativos da condição do doente, de sua vida, do meio ambiente e de outros fatores que interferem no processo saúde-doença e que constituem os Sistemas de Informação em Saúde (SIS). Entretanto, em que pesem os avanços e a amplitude dos sistemas informativos nessa área, ainda são poucos os estudos que se detêm sobre a verificação do estado da arte, ou seja, sobre o estágio em que se encontra a utilização efetiva desses recursos pelos hospitais. Especialmente, no que tange ao trabalho de relações públicas, considerando que:

A própria natureza da rede mundial oferece características que favorecem o trabalho de relações públicas. A comunicação, por exemplo, deixou de ser um monólogo para transformar-se em um diálogo, aproximando-se do modelo mais efetivo de comunicação em relações públicas, como uma via dupla: emissor-receptor e receptor-emissor. As características de velocidade e de instantaneidade da Internet também são positivas, pois o profissional de Relações Públicas tem a possibilidade de responder de imediato a situações de crise, de reagir logo as notícias e de capitalizar rapidamente certas situações favoráveis. (PINHO, 2003, p.17).



Nessa perspectiva, há que se estar atento às possibilidades que as Tecnologias de Informação proporcionam às organizações hospitalares. Almeida; Mello (2004, p.10) consideram que:

O atual estágio da tecnologia permitiu que a informação fosse tratada de forma eficaz, rápida e precisa, otimizando a complexa teia de dados sobre as preferências dos consumidores em geral. O aumento considerável de dados à disposição dos gestores necessita de uma abordagem mercadológica para que decisões sejam tomadas eficazmente, a partir de informações relevantes, desconsiderando outras desprovidas de significado, para a construção de estudos sobre o consumidor e seus hábitos. Assim, as organizações em geral, incluindo as que atuam na área da saúde devem revisar e ajustar suas práticas gerenciais para identificar e desenvolver estratégias que melhor se relacionem com todos os seus públicos. Entretanto, o novo paradigma não reside somente no estabelecimento de estratégias para melhor conhecê-los, porque é crucial que as organizações saibam utilizar as ferramentas oriundas da informática com o fim de obter o melhor resultado no seu relacionamento com clientes diretos e indiretos.

As novas tecnologias oferecem possibilidades de racionalização dos procedimentos em todos os setores, tornando-os mais simples e seguros, representando um instrumento para melhoria da qualidade da prestação de serviço. A informática tornou-se uma ferramenta essencial para todas as áreas, oferecendo a possibilidade de controle mais eficiente sobre a atuação das organizações hospitalares, facilitando o planejamento, as aplicações criteriosas de recursos, reduzindo custos e o gerenciamento de informações, permitindo ao gestor uma visão dos processos, aproximando de uma perspectiva sistêmica da organização. Inúmeros autores abordam, desde o fim do século XX, a importância da internet e das novas tecnologias para as organizações, devido ao alcance, geograficamente ilimitado, que se pode ter com o uso das mesmas. Nessa perspectiva, pode-se afirmar com Dalmonte (2007, p. 130) que “os processos de comunicação mediados tecnologicamente estão intimamente vinculados às sociedades com base na possibilidade de interação entre instâncias geográficas e socialmente distanciadas”.

Portanto, também nas organizações, as tecnologias de informação e de comunicação podem romper a barreira de hierarquias de autoridade e de status da organização, “ao permitir que as pessoas se comuniquem diretamente, a qualquer hora e em qualquer lugar. Assim, a estrutura dominante começa ser fortemente moldada pela rede integrada de informações. As tecnologias da informação podem modificar profundamente o trabalho fora das organizações (PINHO, 2006, p. 324). É nessa perspectiva, pois, que se vislumbra o potencial democratizante e humanizante das tecnologias da informação.



Objetivos

A pesquisa teve como objetivo verificar o impacto das tecnologias de informação, especificamente no que diz respeito à utilização da internet, nos hospitais da região metropolitana de Campinas, São Paulo, como ferramenta de gestão estratégica da comunicação com seus públicos; documentar o progresso das tecnologias da informação nas organizações hospitalares como etapas necessárias para a construção de uma proposta de utilização da internet como ferramenta de relacionamento com os públicos para o Hospital e Maternidade Celso Pierro (HMCP), que desempenha um papel de extrema relevância para a região metropolitana de Campinas, embora ainda não tenha espaço na Internet para a divulgação de suas atividades e como um instrumento de comunicação com seus públicos de interesse.

Métodos

A investigação realizada caracterizou-se como qualitativa, exploratória, descritiva e interpretativa, subsidiada pela revisão bibliográfica feita, em particular, em torno do referencial teórico que orientou a investigação: sociedade em redes, sociedade da informação, internet, gestão da informação e comunicação e hospitais universitários.

O contexto da pesquisa foi limitado aos hospitais situados na região metropolitana de Campinas, São Paulo (RMC). O corte metodológico considerou a análise de conteúdo dos sites de 09 (nove) hospitais da cidade de Campinas, além do levantamento e análise dos sites de hospitais de cidades que compõem a região metropolitana, com população acima de 100 mil habitantes. Assim, foram considerados 05 (cinco) municípios: Sumaré, Americana, Santa Bárbara, Hortolândia e Indaiatuba. Tal número de habitantes foi considerado como pressuposto de que os hospitais desses municípios deveriam estar preparados para o atendimento de uma demanda variada por serviços médicos. Para essa etapa da pesquisa, a Internet constituiu-se no instrumental de coleta de dados sobre os hospitais da região.

A cidade de Campinas tem um total de 20 hospitais. Desses foram escolhidos 09 (nove) deles para análise.² Da RMC foram escolhidas as cidades com mais de 100 mil habitantes (Sumaré, Americana, Santa Bárbara, Hortolândia e Indaiatuba). Dessas cidades, Americana é o município com maior número de hospitais, 06 (seis) unidades, sendo que mais da metade conta com site na Internet, enquanto as cidades de Hortolândia e Santa Bárbara têm apenas um hospital cada e nenhum deles dispunha de

² Fonte: www.campinas.sp.gov.br. Acesso em: novembro de 2007.



página na internet. Assim, nessas cidades da RMC foram analisados 04 (quatro) sites de Americana, 01 (um) de Indaiatuba e 01 (um) de Sumaré. Foram, ao final, considerados 13 (treze) sites de hospitais da RMC. Para coleta de dados junto ao HMCP foi aplicada a entrevista, semi-estruturada, a sujeitos que ocupam a função de gestores em áreas estratégicas do Hospital. Construiu-se um roteiro com 07 (sete) questões semi-estruturadas. Foram ouvidos 08 (oito) sujeitos pertencentes à hierarquia administrativa do HMCP.

Análise e Discussão dos Resultados

A investigação realizou-se em duas frentes. Na primeira delas procurou-se analisar os sites dos principais hospitais de Campinas, São Paulo, e de algumas outras importantes cidades da RMC, bem como o levantamento teórico sobre os aspectos institucionais e sociais dos hospitais universitários, colhendo informações a respeito de conceitos e formas de operação em suas atividades de ensino e pesquisa, tendo em perspectiva a concepção de princípios de comunicação específicos. Para o desenvolvimento desta etapa, foi necessário definir alguns critérios a serem observados, de modo a fornecer subsídios para a análise. Assim, estabeleceu-se que seriam avaliados os seguintes aspectos dos sites analisados: conteúdo, interatividade, visual, informações sobre o hospital e o corpo clínico e o material jornalístico disponibilizado. Esse passo mostrou-se importante, pois a análise das *home pages* das organizações podem dizer muito sobre a identidade, conforme ensina Nassar (2006, p. 157).

De modo geral, todos os sites analisados apresentaram boa organização, trazendo informações sobre algumas doenças (como Aids e Hepatite, por exemplo), campanhas, notícias, eventos e imprensa, além de disponibilizar programas de instalação para melhor navegação. Todas apresentaram estruturas simples, sem muitos efeitos, utilizando-se de cores e figuras, trazendo em sua apresentação informações sobre a história da organização, missão, estatuto, equipe, diretoria, cadastro, localização. Apenas um dos sites pesquisados, oferecia informações sobre odontologia, terapias, psicologia, fonoaudióloga, área clínica, artigos, farmácia e galeria de fotos. Observou-se, ainda, que os textos geralmente eram claros, de tamanho médio a longo (escritos de quatro parágrafos a mais). Dentre as possibilidades de utilização da internet, apenas 03 (três) dos sites colocavam à disposição dos usuários o serviço “fale conosco”; 03 (três) ofereciam o serviço de ouvidoria, apenas 01 (um) tem setor de Relações Públicas e 01 (um) apenas tem serviço de atendimento ao consumidor (SAC), dispositivos simples



que possibilitam a constituição de uma linha direta entre o público e a organização, formas simples de utilizar o grande diferencial possibilitado pela web, sua capacidade interativa, visto que na comunicação digital o retorno tende a ser mais rápido.

Essa etapa da pesquisa permitiu inferir que a utilização dos recursos existentes ainda não é significativa, considerando que a grande maioria dos hospitais utiliza a Internet apenas para divulgação da organização, disponibilizando informações básicas, quando há tantas outras possibilidades: publicações digitais, comunidades, blogs, ferramentas de busca, chat, pesquisa, enquetes, sondagens, salas virtuais, atendimento *on line*, *links* patrocinados, justamente quando o pleno domínio dessas novas ferramentas e técnicas tendem a determinar o grau de eficiência e qualidade do serviço. A reforçar esse entendimento, tem-se que de todos os sites pesquisados apenas 01 (um) oferecia ou disponibilizava links para resultados de exame de laboratório pela Internet; 01 (um) permitia acesso ao berçário virtual. Dentre os hospitais pesquisados, aqueles pertencentes ao segmento privado, ainda que não tenham fins lucrativos, são os que mais investem em ações de aproximação com seus públicos pela Internet. Apenas 02 (dois) deles, situados no município de Campinas, são mais ousados nesse sentido.

Enfim, a pesquisa e análise dos sites evidenciou (ou reforçou) a defasagem brasileira quanto à utilização das novas tecnologias de informação e comunicação, quando comparado aos países desenvolvidos. Do mesmo modo, destaca-se à questão da acessibilidade dos públicos a esses recursos como uma necessidade a ser pensada, quando se propõe como diretriz a democratização das relações entre os públicos.

A segunda etapa da pesquisa compreendeu a entrevista com pessoas da administração do HMCP. Nessa fase foram entrevistados 08 (oito) profissionais que ocupavam funções de assessores, diretores de área de enfermagem, médica, gerente de informática, coordenador de serviços de qualidade e gerente de recursos humanos: 06 (seis) dos profissionais entrevistados têm cursos de especialização em gestão de saúde, planejamento em saúde e gestão hospitalar. 03 (três) são médicos; 02 (dois) em enfermagem; 01 (um) em administração; 01 (um) em análise de sistemas; 01 (um) em engenharia.

Quanto à análise dos dados obtidos, utilizou-se a ordenação e a classificação das respostas nas seguintes categorias: gestão da informação e da comunicação; utilização da internet como ferramenta de gestão da informação e da comunicação, sistemas de gestão utilizados pelo Hospital. As respostas dos entrevistados permitiram inferir alguns consensos e dissensos a respeito. Há consenso, por exemplo, no que diz respeito à



gestão da informação e da comunicação, todos compreendem a gestão da informação como um processo fundamental, essencial para organização de dados e disseminação do conhecimento. Identificam necessidades informacionais internas e dos usuários (pacientes, profissionais, instituições). Porém, reconhecem a dificuldade de organizar a informação e a comunicação, tendo em vista as várias especialidades atendidas no mesmo local e também o nível sócio-cultural da maioria dos pacientes atendidos. Há quem reconheça e identifique os benefícios da existência de um site do Hospital, mas não há consenso sobre as razões de ainda não existir. Alguns atribuem às dificuldades financeiras, o que é compreensível quando se tem em consideração que os hospitais universitários apresentam altos custos para sua manutenção. Do mesmo modo, não há consenso quanto ao estado da informatização ou automação dos serviços e atividades já existentes no Hospital. Alguns informam que vários serviços já se encontram informatizados, outros dizem que o processo está apenas se iniciando, reconhecendo que poucos são os funcionários com acesso à internet, intranet e um sistema de gestão operacional que somente agora está em fase de implantação.

Um aspecto que não foi unânime na fala dos entrevistados foi a dificuldade de implantação de novas tecnologias que esbarra na falta de contato/habilidade (necessidade de treinamento) dos funcionários com o computador e a resistência dos médicos mais antigos. Contudo, há consenso sobre a necessidade de aperfeiçoar os mecanismos e as ferramentas de comunicação e informação, como um modo de possibilitar posicionamentos sobre a gestão do Hospital. Verifica-se, ainda, a dicotomia existente entre os serviços que são disponibilizados aos pacientes de convênios de saúde e aqueles destinados ao SUS. Essa fragmentação pode ser constatada em observações a respeito das condições sociais dos usuários como um obstáculo ao acesso à internet, por exemplo. Especificamente, os depoimentos dos sujeitos pesquisados permitem inferir que a estratégia de comunicação do HMCP, de modo geral, encontra-se em estágio incipiente, visto que não conta com ações sistematizadas e organizadas em torno das necessidades particulares do Hospital. Em certa medida, essa situação explica, além da falta de recursos, a inexistência de um site para a Instituição.

Essas inferências vêm ao encontro do que foi levantado no plano teórico sobre os aspectos institucionais e sociais dos hospitais universitários, sobre os conceitos e formas de operação em suas atividades de ensino e pesquisa, como campo de aprimoramento técnico de profissionais de pesquisa, de novos conhecimentos científicos e na formação de recursos humanos para a área da saúde, possibilitando o avanço da ciência médica,



além de prestar atendimento à parcela significativa da população de determinado território. De fato, em um hospital universitário atua acentuado número de pessoal técnico, constituído por profissionais de várias categorias, caracterizados por motivações, objetivos e interesses diversos, o que torna o ambiente organizacional bastante complexo dado a gama de relações que se estabelecem entre todos os públicos envolvidos. Os clientes/usuários a serem atendidos com suas exigências e expectativas quantitativas e qualitativas; os técnicos da saúde com suas exigências de recursos materiais modernos e mesmos sofisticados; a indústria da medicina, insistindo na aquisição de seus produtos permanentes e de consumo, cada vez mais potentes e sofisticados, torna necessária uma gestão planejada e com alto grau de eficiência nos aspectos informacionais e comunicacionais.

Por outro lado, a participação do hospital universitário no sistema de saúde, onde ocupa uma posição de destaque pelos serviços prestados, torna-o uma organização fundamental para a comunidade, visto que atua num segmento de interesse social, onde a ação do Estado, muitas vezes, deixa a desejar. Nessa perspectiva, a existência de políticas de comunicação torna-se uma necessidade imperiosa. Contudo, há que se observar que para a definição de uma política de comunicação eficiente todo o contexto, as características da organização, sua função social, a quem atende etc., deve ser considerado. Essa afirmação se aplica ainda com mais propriedade quando se reflete especificamente sobre a atuação dos hospitais universitários na formação do médico, portanto como um prolongamento do estabelecimento de ensino, no desenvolvimento de pesquisas científicas e por propiciar atendimento médico de maior complexidade a uma considerável parcela da população. Essa abordagem tem amplos reflexos e repercussões também na gestão estratégica dessas instituições quando se pensa em diminuir ou lidar com as tensões dos relacionamentos com os públicos, melhorar a sua atuação e atingir níveis de excelência em seu desempenho. À luz desse entendimento, a comunicação assume papel fundamental na gestão dessas organizações.

De tal modo, estudar mais detidamente os hospitais universitários representa um desafio para a área da comunicação organizacional e sua atuação na motivação de funcionários diante de um quadro de mudanças na cultura da organização; no gerenciamento da informação, intensificada, principalmente, pela utilização da Internet, e atuando na construção permanente da imagem e reputação da instituição. A comunicação eficiente é um ingrediente fundamental de sucesso no desenvolvimento de qualquer atividade e que falhas de comunicação na organização podem causar frustrações, mal estar e



problemas de toda ordem. Essa afirmação considera, ainda, a necessidade de desenvolver nas organizações instrumentos, mecanismos, tecnologias que possibilitem que o relacionamento entre as pessoas, a comunicação, de maneira formal e informal, possa ser produzida, processada e transmitida com eficiência. Como define Scroferneker (2007, p.9), “a virtualização dos processos comunicacionais das organizações redefine os relacionamentos nos espaços organizacionais internos e externos”. Portanto, torna-se de extrema importância que sejam estudadas a implantação das novas tecnologias de comunicação em hospitais, e a partir disso, levantar o impacto das mesmas para as instituições: “As tecnologias de informação e de comunicação aumentam a velocidade da comunicação, facilitando o acesso imediato à informação e permitem a troca de informação entre diferentes locais geográficos” (PINHO, 2006, p. 321). Porém, tratando-se de uma instituição relacionada à saúde, deve-se ter mais atenção: o relacionamento médico – paciente; hospital – públicos, por meio da tecnologia deve ser muito bem trabalhado.

Do ponto de vista da comunicação, é preciso não perder de vista que a tecnologia, por mais avançada que seja, ainda é parte da criação de pessoas. E isto é essencial na condução das relações internas e externas da empresa. No fim, quem se relaciona entre si não são as empresas, mas são sempre as pessoas das empresas. A tecnologia é apenas o vetor dessas relações. A comunicação de uma empresa voltada a produtos e sistemas que a diferenciam pelo estado da arte na tecnologia, não pode, jamais perder de vista a associação dos produtos, sistemas e serviços que fornece, como o bem-estar que eles geram para as pessoas (HOHL, 2005, p.27).

Os hospitais que estão engajados na tendência das novas tecnologias já perceberam que “quando essas organizações conseguem dar suporte permanente e competente às redes de relacionamentos e de pertencimento, elas criam, no caso de sites, fidelidade dos que os acessam e freqüentam” (NASSAR, 2006, p.151). Pinho (2006, p. 326), por sua vez, destaca que se deve ter muita atenção e cuidado na implantação desses sistemas, pois “uma das razões para o insucesso dos projetos de TI é a falta de preparo das equipes para aceitá-los, sendo imprescindível que o administrador esteja preparado para administrar seu impacto e promover o adequado treinamento do pessoal”. Um dos objetivos deste projeto foi encontrar elementos que subsidiem a criação de homepage, permitindo considerar a utilização a ser feita das novas tecnologias da informação e comunicação e também da internet, como um modo de melhorar a gestão dos serviços prestados e oferecer, simultaneamente, informação, agilidade, eficiência e qualidade no atendimento. Dalmonte (2007, p.138) defende o “uso social da internet enquanto ferramenta para a construção de uma nova cidadania”. As organizações que trabalham com saúde são de extrema importância ao sistema social do mundo todo. Assim, a



incorporação de novas tecnologias aos hospitais carrega consigo a responsabilidade de facilitar e democratizar o acesso à informação:

Pensar a comunicação alternativa hoje é pensar as relações complexas em duas vias: primeiramente, há que se propor uma comunicação que seja realmente uma alternativa sócio-cultural aos grandes meios e conglomerados de comunicação. É nesse sentido que a internet representa um campo vasto a ser explorado (DALMONTE, 2007, p.146).

Espera-se, a partir do que foi pesquisado, contribuir para o desenvolvimento ou o fortalecimento da utilização das tecnologias da informação, especialmente da Internet, em relação à melhoria da comunicação interna e externa e do relacionamento hospital-usuário/paciente, bem como os demais públicos para o HMCP, demonstrando a necessidade de utilização da internet parte de um processo amplo de democratização e comunicação, que deve ser iniciado e que os obstáculos apontados nesta pesquisa podem e devem ser superados, posto que resultantes de condições impressas na cultura organizacional e por isso são cambiáveis. Nessa perspectiva, os hospitais que estão engajados na tendência das novas tecnologias já perceberam que “quando essas organizações conseguem dar suporte permanente e competente às redes de relacionamento e de pertencimento, elas criam, no caso de sites, fidelidade dos que os acessam e freqüentam” (NASSAR, 2006, p. 151). As pesquisas sobre o uso das tecnologias contribuem para promover o debate, criar condições para que as organizações possam planejar seus programas e políticas de comunicação, a partir de uma perspectiva de gestão eletrônica e de acessibilidade digital. De outro modo, a divulgação dos resultados obtidos nas pesquisas é fundamental para a construção de uma base teórica para a interface entre comunicação e saúde, o que a pesquisadora espera fazer a partir da finalização deste trabalho em eventos científicos de ambas as áreas, além do encaminhamento de artigos para publicação em revistas acadêmicas.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, G. W. de; MELLO, R. C.. **Uso de Novas Tecnologias de Informação por Profissionais da Área da Saúde na Bahia**. In: Revista de Administração Contemporânea. v. 8, n. 3, julho/setembro de 2004.

DALMONTE, E. F. **Inovações Tecnológicas, Webjornalismo e Fluxos Informacionais: entre novas possibilidades e velhos ideais**. INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 30, n. I, jan./jun. 2007.

BALDISSERA, R. **Comunicação Organizacional: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem**. São Leopoldo: UNISINOS, 1998.

BALERINI, C. **Comunicação: chave para o sucesso**. Disponível no site: www.catho.com.br. Acesso em: 22 set. 2003.



- BIO, S. R. **Sistemas de Informação: um enfoque gerencial**. São Paulo: Editora Atlas, 1996.
- BURKE, P. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CARVALHO, I. C. L.; KANISKI, A. L. A sociedade do conhecimento e o acesso à informação: para que e para quem? **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 3, p. 33-39, set./dez. 2000.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: economia, sociedade e cultural, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- HERSCOVITZ, H. G. **A internet e o futuro dos jornalistas**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. XXVI. n.1. janeiro/junho 2003. São Paulo: Intercom, 2003.
- HOHL, C. R. A Comunicação na área de tecnologia. In: NASSAR, P. (Org.). **Comunicação Empresarial – estratégia de organizações vencedoras**. Vol.1. São Paulo: Aberje, 2005
- KUNSCH, M. M. K. **Relações Públicas e Modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.
- _____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- LAUDON, K. C. e LAUDON, J. P. **Sistemas de Informação**. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1999.
- LIMA, V. M. A. de. *et al.* **Gestão do vocabulário controlado da USP**. Transinformação. Campinas, v. 18, p. 7-25, jan./abr., 2006.
- MATTELART, A. **Sociedade do conhecimento e controle da informação e da comunicação**. 2005. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/ArmandMattelartPortugues.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2007.
- MIRANDA, A. Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos. **Revista Ciência Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, 2000.
- MORAES, I. H. S. **Política, Tecnologia e Informação em Saúde: a utopia da emancipação**. São Paulo: Casa da Qualidade, 2006.
- NASSAR, P. O uso das novas tecnologias de acesso ao virtual. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2ª ed. rev. São Paulo: Pioneira Tompson Lernig, 2006
- NEGROPONTE, N. **A Vida Digital**. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- NOGUEIRA, J.J. M. **A exclusão social no mercado da informação no Brasil na década de 1990**. Campinas, 2004. 76p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas.
- PINHO, J. B. **Relações Públicas na Internet: técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse**. São Paulo: Summus, 2003.



_____. Tecnologias de informação, de Comunicação e de Telecomunicações nas Organizações.
In: _____. **Comunicação nas Organizações**. Editora Universidade Federal de Viçosa: Viçosa, 2006.

_____. Aplicações das Tecnologias de Informação e de Comunicação nas Organizações.
In: _____. **Comunicação nas Organizações**. Editora Universidade Federal de Viçosa: Viçosa, 2006.

SARDENBERG, R. M. Apresentação. In: TAKAHASHI, T. (Org.). **Sociedade da Informação no Brasil**: livro verde. Brasília, Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0004/4795.pdf> Acesso em: 19 out. 2007.

SCROFERNEKER, C. M. **As relações públicas e os blogs organizacionais**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos. 29 de agosto a 2 de setembro. Santos: INTERCOM, 2007

WERTHEIN, J. **A sociedade da informação e seus desafios**. *Revista Ciência da Informação*. Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio / ago. 2000.