

Site institucional da Secretaria de Saúde de Goiânia como comunicação estratégica¹

Serena Veloso GOMES²
Thamara Rocha Ribeiro FAGURY³
Kalyne Menezes SOUZA⁴
Silvana Coleta Santos PEREIRA⁵

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O presente trabalho ilustra como a internet pode ser uma ferramenta estratégica na divulgação de informações de uma organização. Aborda, ainda, a produção de notícias para site institucional, a divulgação de conteúdos de serviços e a transparência de ações da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia. Dentro da perspectiva de assessoria de imprensa em uma comunicação integrada, o site representa uma ferramenta fácil de ser construída e mantida e, principalmente, um meio eficaz na divulgação de dados.

PALAVRAS-CHAVE: assessoria de imprensa; jornalismo; notícia institucional; site institucional.

INTRODUÇÃO

Como aponta Lage (2001), os veículos eletrônicos são, atualmente, os principais transmissores de notícias. As páginas de Internet permitem a divulgação de dados e informações para diversos públicos sem necessariamente utilizar um meio físico (como a impressão gráfica). A facilidade de acesso em qualquer local onde se tenha um ponto de conexão com a web permite que as informações de uma instituição sejam disseminadas tanto para o seu público estratégico como para outros públicos em potencial.

Na comunicação estratégica, o uso da internet possibilita a convergência das áreas dentro de uma comunicação integrada. Como aponta Kunsch (2003), a comunicação integrada

¹Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar, modalidade website, como representante da região Centro Oeste.

²Aluna líder do grupo e estudante do 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, UFG, e-mail: seh.veloso@gmail.com.

³Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, e-mail: thamararrf@gmail.com.

⁴Jornalista formada pela Universidade Federal de Goiás, e-mail: mskalyne@gmail.com.

⁵Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, e-mail: silvanacoleta@gmail.com.

Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa que formam o mix, o composto da comunicação organizacional ... Esta deve constituir uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças e das peculiaridades de cada área e das respectivas subáreas. (KUNSCH, 2003, p. 150)

Roberto Seabra (in DUARTE, 2010) destaca que com a internet o processo, antes lento e desarticulado, de formação de públicos “pelo reconhecimento de problemas comuns e a organização para a ação descrita se acelera e se organiza rapidamente”.

As massas podem ultrapassar sua característica de “estarem espacialmente separadas”, achar interesses convergentes na Rede e formarem, instantaneamente, públicos motivados e bem maiores, nas infinitas salas virtuais de discussão disponíveis *a la carte*, fóruns e listas cada vez mais específicos, isto é, focados em um assunto particular. (SEABRA, in DUARTE, 2010 p. 373)

É importante ressaltar que o relacionamento de uma organização com todos os seus públicos ganha qualidade e intensidade com o desenvolvimento de sites específicos de Internet. Esse ganho aumenta na medida em que o site trabalha com informações de segmentos específicos. No caso da nossa experiência, na área da saúde e na comunicação institucional da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia (SMS), desenvolvemos essa segmentação por serviço, setor e assunto, através de expressões-chave e do layout de fácil visualização.

As novas tecnologias permitem além de dinamizar a comunicação, também integrar produtos que até então existiam de forma separada nas organizações. Assim, com a proposta do site institucional é possível trabalhar a comunicação integrada em várias vertentes: desde notícias até informações de como a instituição está organizada, processos administrativos, acesso a serviços, cursos, agenda e outros.

Isso implica em que cada organização saiba muito bem quem são seus públicos estratégicos e quais as informações que os mesmos necessitam ou precisam saber e as forneçam. Isso é algo que não pode ser mais ignorado, principalmente por aquelas organizações brasileiras e internacionais que pretendem ser líderes ou ocupam posições de destaque em algum setor ou área do conhecimento. (SEABRA in DUARTE, 2010, p. 375)

O jornalista surge como importante figura nesse processo de construção do site como instrumento eficaz de informação. A atividade jornalística e a sensibilidade para selecionar conteúdos relevantes para um público ou organização fazem com que o jornalista

se destaque como profissional essencial na dinâmica construtiva da informação. O contato direto com os públicos na produção noticiosa da SMS faz com que os profissionais e estudantes de jornalismo da instituição tenham mais sensibilidade para destacar e expor assuntos de interesse público.

OBJETIVO

A página eletrônica foi estruturada para ser uma via de comunicação interna e externa da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia com informações para o público que tem acesso à internet e faz parte do Sistema Único de Saúde – SUS, como usuário ou profissional de saúde. Pela página, a população pode ter acesso aos projetos dos departamentos, atividades, serviços, além de possibilitar um novo espaço, que é a divulgação interna das tarefas feitas pelos departamentos.

A página apresenta uma linguagem dinâmica, com textos específicos e curtos que divulgam para os internautas notícias, eventos, trabalhos e as adaptações das reportagens produzidas para o jornal *Saúde Goiânia*. O intuito do site é apresentar a SMS como uma instituição que se adapta às novas possibilidades de comunicação vigentes na sociedade contemporânea. Com a potencialidade do novo veículo, a intenção é expandir o conteúdo para que os usuários da rede municipal de saúde tenham conhecimento de todos os serviços e saibam como acessá-los.

JUSTIFICATIVA

A Internet possibilita a comunicação com diferentes públicos, localizados em diferentes regiões. Sendo um instrumento de acesso considerável e de facilidade na manutenção, o site não pode ser desconsiderado quando se trata de comunicação organizacional, já que os veículos eletrônicos, cada vez mais, se inserem no cotidiano da sociedade.

O site representa um grande potencial em comunicação, na medida em que não se atém ao caráter noticioso e fatos instantâneos, mas divulga pesquisas realizadas na SMS, eventos de comunicação interna, comemorações, dados técnicos de doenças, cartilhas de orientação à população.

A página eletrônica institucional da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia busca interagir com a população de diversas formas, desmistificando a função de ser apenas um órgão prestador de serviços de saúde pública. Mais do que isso, a SMS tem a função de informar visando à construção de um olhar crítico da população em relação ao conhecimento sobre saúde. Dentre seus valores institucionais e visão, também se inserem a formação em educação e saúde e a busca em se tornar uma organização de referência na qualidade dos serviços oferecidos e em pesquisa em saúde, especialmente em saúde pública.

Prova disso é a localidade dos acessos da rede, que não se restringem apenas ao público goianiense. Os acessos demonstrados nas estatísticas são oriundos de diversos estados do Brasil, como Bahia, Tocantins e São Paulo – que é o mais expressivo após Goiânia – e também de outros países. Observando as palavras-chave que direcionam ao nosso site, percebe-se que a SMS tem se tornado mais conhecida pelo seu papel de informar sobre saúde e sobre saúde pública. Os acessos buscam desde dúvidas na área médica até programas do governo.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com a necessidade de publicação de eventos organizados pela instituição junto à possibilidade de divulgação de notícias mais urgentes, a Assessoria de Comunicação Social da SMS compreendeu que um site institucional seria uma ótima opção para implementar a comunicação interna, além de um veículo que divulga o olhar da SMS sobre os fatos locais, registra eventos internos e para a sociedade, além de abordar assuntos de interesse geral.

Baseando-se primeiramente em levantamentos feitos com funcionários da SMS, a equipe de jornalismo viu a necessidade de divulgar mais as ações promovidas pelos próprios gestores da saúde. Assim, o veículo daria maior visibilidade ao órgão, mostrando os vários eventos que são realizados e que não fazem parte do foco da mídia local. Acoplada à divulgação de ações está o fator notícia. Dentro da lógica do site, cada evento promovido por diretores e gestores da saúde, tem a possibilidade de virar notícia, acompanhada e feita pelos jornalistas profissionais e bolsistas de jornalismo da Assessoria de Comunicação Social.

O universo de assuntos a serem abordados é muito amplo, por isso as publicações no site privilegiam a divulgação de acontecimentos acerca da SMS e de notícias e dados mais

específicos sobre saúde, deixando reportagens complexas para serem publicados no jornal da instituição.

O site é dividido em diversas seções, onde se sobressaem aquelas sobre o funcionamento e programas desenvolvidos pela SMS. Em sua página principal estão destacados assuntos dentro das seções *Secretaria* (informações principais sobre o órgão), *Prevenções* (informações sobre doenças) e *Serviços* (orientações ao leitor sobre funcionamento de certos ofícios da saúde). O link *Notícias* destaca as últimas informações dentro da saúde pública e *Saúde na sociedade* aborda assuntos gerais sobre saúde, retirados de outros meios de comunicação e de parceiros, como o portal do Ministério da Saúde.

Além disso, o site possui uma parte voltada à publicidade de campanhas municipais realizadas pelos diversos setores da SMS Goiânia. Também tem espaço reservado para cartilhas e publicações institucionais, como manuais e jornal do órgão.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O site da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia (SMS) foi criado em junho de 2011 com o objetivo de oferecer ao público goiano informações sobre a atuação do órgão. O conteúdo é direcionado ao público interno, caracterizado por servidores e funcionários da SMS que procuram notícias relacionadas ao próprio trabalho desenvolvido, e externo à secretaria (usuários do Sistema Único de Saúde e imprensa).

A página é um dispositivo utilizado para dar visibilidade e transparência das ações da SMS aos seus diversos públicos, bem como contrapor e esclarecer sobre fatos noticiosos divulgados na imprensa local que, diversas vezes, são distorcidos ou divulgados com informações incompletas. Em 27 de abril de 2012 a página da secretaria – www.saude.goiania.go.gov.br - já contava com mais de 102.047 acessos e 264.266 páginas internas visualizadas.

Inicialmente e com recursos escassos, a proposta do site visava somente a publicação de notícias sobre serviços oferecidos e ações da SMS. Com o decorrer do tempo, o endereço eletrônico foi adquirindo uma nova estrutura, com a inclusão de links de caráter institucional, onde são publicadas informações sobre serviços, prevenção de doenças, campanhas, informes, além da abertura de espaço para divulgação interna dos departamentos administrativos da SMS suas funções e projetos

Assim, este se consolida como uma nova fonte de informação facilitando a busca por dados antes encontrados somente a partir de telefone ou divulgação da mídia, e por assuntos específicos da saúde. Informações básicas como contatos e endereços de centros de saúde são bons exemplos de como o site tenta se aproximar não só da imprensa, como dos usuários do SUS. Através dessa ferramenta de interação, é possível constituir uma agenda da instituição (DUARTE, 2009, p. 305)



Figura 1: parte do site da Secretaria Municipal de Saúde de Goiânia (www.saude.goiania.go.gov.br)

Diante do bombardeio de notícias desfavoráveis sobre o sistema de saúde da capital, o site também surge como uma estratégia comunicacional visando melhorar e consolidar a imagem da secretaria frente à população. Além das seções de serviço, o portal possibilita a publicação de matérias que mantenham um foco não abordado pela mídia com mais eficiência e agilidade. Estas buscam divulgar as atividades e ações promovidas pela secretaria, de forma a pautar imprensa local quanto à imagem positiva da Saúde em Goiânia.

Em casos particulares, onde há necessidade de um posicionamento da secretaria de saúde, notas de esclarecimentos enviadas aos jornais locais e a coletiva de imprensa deixam de ser as únicas maneiras de resposta, já que pelo site é possível publicá-las mais rapidamente. Dessa forma, possibilita-se a ampliação do vínculo entre imprensa e secretaria, agora virtualmente.

...a notícia institucional deixa de ser simples “espelho da realidade”, perspectiva segundo a qual “os fatos estão lá”, nas instituições, bastando aos assessores de imprensa ou aos jornalistas dos veículos relatá-los, e passa a ser encarada como um processo de interação social e de uma série de negociações, o que empresta a ela um papel sociopolítico nas sociedades contemporâneas. (DUARTE, 2010, p. 117)

Através da estruturação em notícias, seções informativas sobre o funcionamento das equipes de trabalho do órgão, os serviços e prevenção, espaço para campanhas, para a imprensa e para o jornal Saúde Goiânia em versão eletrônica, se realiza a comunicação em diversos âmbitos. Além disso, o internauta pode interagir com a secretaria por meio do link Fale Conosco, onde é possível mandar reclamações, sugestões, perguntas sobre serviços e outras mensagens.

Outra diferença entre a grande imprensa e o jornalismo empresarial é a participação do público na definição das pautas e na avaliação do veículo, que pode ser ampliada no veículo comunicacional... é essa sintonia que vai garantir à publicação jornalística empresarial interesse e credibilidade. (DUARTE, 2009, p. 305)

Como o público-alvo é heterogêneo, a linguagem utilizada é de fácil compreensão, evitando o uso de termos técnicos e específicos da área, como por exemplo, em links relacionados à prevenção ou às coordenações da secretaria, nos quais se exige que os conteúdos sejam claros para o entendimento de qualquer leitor.

CONSIDERAÇÕES

Além de ser caracterizado como um meio de fácil acesso aos diversos públicos a que se dirige, o site institucional traz uma possibilidade de crescimento. Devido à grande demanda de informações internas específicas de cada setor da SMS, o formato atual não consegue atender todos estes serviços.

Pensando na importância de divulgação destas informações, bem como da crescente notoriedade do site, a instituição tem como proposta alterar o formato do site para o de um portal, capaz de atender a todas as demandas de seu público interno. Essa nova proposta vai potencializar ainda mais a comunicação do órgão com seus públicos, fazendo com que os inúmeros canais de informação da Secretaria de Saúde de Goiânia possam descarregar os todos os conteúdos especializados na internet.

Além de ser direcionado para os usuários do Sistema Único de Saúde, o site institucional também serve como meio de contato com a imprensa. Os eventos,

conferências e reuniões abertas são divulgados através da página, com o intuito de dar transparência às ações da instituição. Conseguir dar visibilidade ao portal por meio de notícias de relevância para a sociedade e para o público interno da SMS foi um processo gradativo que exigiu da equipe de jornalismo maior percepção dos acontecimentos no âmbito da saúde e do tratamento da informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUARTE, J (org.). *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia*. São Paulo: Atlas, 2010.

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento em Relações Públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

LAGE, N. *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001.

LAGE, N. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2006.