
Café com a Imprensa: estratégia de aproximação e transparência em um Hospital Universitário da Rede Ebserh¹

Wandilson Alisson Silva LIMA²

Williany Bezerra de SOUZA³

Mateus Gonçalves Ferreira dos SANTOS⁴

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Universidade Federal do Vale do São Francisco, Petrolina, PE

RESUMO

Diante das atividades desenvolvidas em Hospital Universitário que recebe pacientes via demandas espontâneas ou regulação assistencial, em uma macrorregião interestadual que abrange 53 municípios, os esforços comunicacionais e ações de relacionamento com a imprensa demonstram-se cruciais perante as necessidades que permeiam duas áreas de interesse público: educação e saúde. Sendo assim, o objetivo central deste trabalho é descrever a implementação do projeto “Café com a Imprensa” enquanto uma estratégia de aproximação e transparência no HU-Univasf a partir da mobilização de formadores de opinião e representantes de veículos de imprensa atuantes no Vale do São Francisco.

PALAVRAS-CHAVE: HU-Univasf; comunicação; imprensa; saúde.

INTRODUÇÃO

A gestão de um hospital universitário é cercada por fatores complexos que refletem diretamente na imagem institucional, tendo vista a necessidade de equilibrar demandas de atenção à saúde e de ensino, pesquisa e inovação, sobretudo em regiões com demandas reprimidas em diferentes níveis assistenciais, das básicas às de alta complexidade.

O Hospital Universitário da Universidade Federal do Vale do São Francisco (HU-Univasf), vinculado à Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) desde 2015, enfrenta desafios diários por se localizar em uma macrorregião interestadual de saúde que

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Administração pela UFBA, mestre em Administração pela UFBA e graduado em Administração pela UNIVASF, email: wandilson900@live.com.

³ Mestre em Estudo da Mídia pela UFRN e graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFS, email: williany.ufs@gmail.com.

⁴ Especialista em Gestão Pública Municipal pela UNIVASF e graduado em Comunicação Social - Relações Públicas pela UNEB, email: mateusgoncalves@live.com.

abrange 53 municípios nos estados da Bahia e Pernambuco, sendo unidade de referência para atenção de média e alta complexidade nas especialidades de traumatologia, neurocirurgia, cirurgia geral, entre outras.

Localizada em Petrolina-PE, cidade vizinha à Juazeiro-BA, a unidade hospitalar permanece constantemente com ocupação acima da totalidade de leitos, recebendo casos de urgências e emergências, sobretudo as decorrentes de sinistros no trânsito, em uma região cujo aumento populacional não prosseguiu sintonizado à oferta de serviços de saúde.

Em decorrência dos fatores mencionados, o HU-Univasf é constantemente pautado na imprensa local, seja pela fila de espera para a realização de procedimentos cirúrgicos, seja pelo desenvolvimento de pesquisas ou formação de novos profissionais no Vale do São Francisco.

O fato de ser uma unidade de referência o coloca em evidência sob diversas análises e posicionamentos pelos formadores de opinião pública. Neste sentido, é crucial estimular veículos de imprensa, formadores de opinião e sociedade a debaterem a saúde pública no Vale do São Francisco, ressaltando o papel do HU-Univasf como um dos atores da rede de saúde e não o único responsável por atender toda a demanda populacional.

Como estratégia de comunicação e para estreitar o relacionamento com os veículos jornalísticos da região foi criado o projeto “Café com a Imprensa”. A iniciativa do hospital universitário decorre da necessidade de conferir maior transparência às atividades institucionais frente aos desafios apresentados pela elevada demanda por atendimentos na Macrorregião Interestadual de Saúde do Vale do Médio São Francisco – Pernambuco e Bahia – PEBA, extrapolando a dimensão meramente instrumental da comunicação e mobilizando as esferas política, social e econômica.

METODOLOGIA

As ações de relacionamento com imprensa, no âmbito do HU-Univasf, foram planejadas, com base na Política de Comunicação Social da Ebserh, a partir de 2016, sendo fortalecidas ao longo deste período, com incremento de visitas às sedes dos veículos de comunicação locais e regionais, atualização de *mailing* e oferta de fontes especializadas para o desenvolvimento de diversas pautas na área da saúde.

Em 2022, foi realizado o primeiro encontro com representantes de veículos de comunicação, no modelo de coletiva de imprensa, para abordar o balanço das atividades desenvolvidas em 2021. Após o recebimento de feedbacks positivos pelos participantes, decidiu-se aprimorar a ideia e formatá-la em um projeto, intitulado Café com a Imprensa.

O convite para a primeira edição do Café com a Imprensa foi enviado para todo o *mailing list* constituído no âmbito da Unidade de Comunicação Regional 10, instância vinculada à Coordenadoria de Comunicação Social da Ebserh para atendimento às demandas comunicacionais do HU-Univasf, sendo disponibilizada ainda uma lista eletrônica para confirmação de presença.

Com presença do Colegiado Executivo do HU, composto pela Superintendência e gerências de Atenção à Saúde, Administrativa e de Ensino e Pesquisa, o evento foi realizado na manhã de 24 de janeiro de 2024, no auditório do hospital, contando com abertura e apresentação de dados relacionados ao balanço institucional de 2023, por parte da alta governança, e esclarecimentos de dúvidas também com auxílio de lideranças das áreas vinculadas às gerências institucionais.

Os conteúdos apresentados durante o evento tornaram-se pauta de diversos veículos, com destaque à inserção de entrevista ao vivo em um dos programas de rádio de maior audiência da região, repercutindo a expressiva produção hospitalar no que tange à atenção à saúde, bem como à formação de profissionais e desenvolvimento de pesquisas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A realidade hospitalar exige uma atuação comunicacional estratégica e proativa em busca de aliados para o enfrentamento de desafios que surgem diariamente. Neste sentido, de acordo com Cirino (2018), entre os públicos que possuem alto poder de influência estão os profissionais de imprensa, e

“enxergar os profissionais da imprensa como parceiros é essencial. A unidade hospitalar que se propõe a dar o primeiro passo para estruturar um relacionamento de ganhos múltiplos com a mídia está sendo coerente com toda a proposta de gestão da Comunicação. Além de todos os benefícios para a sociedade, essa relação é extremamente favorável para o hospital que se lança na jornada de comunicar-se com seus públicos” (CIRINO, 2018, p. 53)

Os esforços de comunicação empreendidos pelas organizações requerem um planejamento estratégico diante das incertezas globais e identificação de mudanças socioeconômicas. Conforme enfatiza Kunsch (2016, p.48), a respeito do fator contextual

das organizações na contemporaneidade: “como fontes emissoras de informações e ao se comunicarem com seu universo de públicos, não devem ter a ilusão de que todas as suas mensagens discursivas são recebidas positivamente ou automaticamente respondidas e aceitas da forma como foram intencionadas”.

Para além do desenvolvimento de processos que fomentem a coerência discursiva organizacional, é necessário considerar a vulnerabilidade presente na atuação em saúde pública. Conforme conceituam Grunig, Ferrari e França (2011, p. 143), tal vulnerabilidade está relacionada ao posicionamento da organização perante os eventos que afetam sua performance e o comportamento dos seus públicos.

PRINCIPAIS RESULTADOS

A compreensão do papel da assessoria de imprensa de uma instituição federal para as relações públicas é fundamental para a mediação entre essa entidade e a mídia, a fim de garantir que as informações sejam comunicadas de maneira transparente e eficaz. Desse modo, o atendimento à imprensa e o *follow-up* são elementos importantes para esse relacionamento. Para Hohlfeldt, Martino e França (2001), o *follow-up* contribui para que as informações sejam corretamente interpretadas e divulgadas pelos meios de comunicação. Já Ferré (2008) destaca que o atendimento especializado e a constante atualização das informações fornecidas são importantes para assegurar a relevância e precisão das notícias veiculadas.

Os hospitais universitários são definidos pelo Ministério da Educação (MEC) como “centros de formação de recursos humanos e de desenvolvimento de tecnologia na área da saúde”⁵. A iniciativa proporcionou não apenas o fortalecimento dos laços, em função do papel social de ambas as instituições, entre o HU-Univasf e a imprensa local-regional, mas também contribuiu para o entendimento, por parte dos veículos de comunicação, da dinâmica hospitalar e das ferramentas disponíveis para a coleta de dados, assim como o inverso também ocorreu. O evento “Café com a Imprensa” tornou-se um espaço democrático para compreender as principais necessidades da audiência desses veículos, o formato de conteúdo produzido e reafirmou o compromisso da instituição com a transparência de sua gestão. Ademais, a iniciativa permitiu o ajuste na dinâmica de solicitação e envio de notas de esclarecimento, a disseminação mais

⁵ Informação disponível em: <http://portal.mec.gov.br/hospitais-universitarios>.

frequente de releases como sugestões de pauta, o atendimento especializado aos veículos e a ampliação da diversidade de fontes de referência, a fim de contribuir também com a divulgação de serviços ofertados no hospital.

CONCLUSÃO

A implementação do projeto “Café com a Imprensa” sublinha a importância de um relacionamento estratégico com a mídia, essencial para enfrentar os desafios cotidianos de um hospital universitário de referência para atenção de média e alta complexidade, que atende a uma região com mais de 2 milhões de habitantes distribuídos por 53 municípios. Alinhado ao que já foi pontuado acima e em conformidade com o que pesquisadores na área da comunicação organizacional já enfatizaram, a construção de parcerias com os profissionais da imprensa local-regional é essencial para a criação de uma narrativa coerente e positiva. Ao promover encontros regulares e oferecer transparência nas atividades desenvolvidas e serviços prestados, o HU-Univasf fortalece sua imagem institucional perante a sociedade e contribui para melhorar a disseminação de informações precisas e relevantes para a população.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Í. C. S. DE; FREITAS, K. A. DE; BARBOSA, C. R. **Tecnologia da informação como apoio à participação social**. Revista Pretexto, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 55–67, 2019.
- CIRINO, J. A. **Gestão da Comunicação Hospitalar**. Brasil: Editora Appris, 2018.
- DA SILVA, P. S. T.; MONTE-MOR, D. S.; RODRIGUES, V. R. dos S. **A influência do nível de transparência da gestão pública na quantidade de disclosure informacional dos municípios Capixabas**. Revista Mineira de Contabilidade, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 18-31, set./dez. 2019. Disponível em: <http://revista.crcmg.org.br/index.php?journal=rmc>. Acesso em: 12 jun.2024.
- FARIAS, L. A. **Relações públicas estratégicas**. Brasil: Summus Editorial, 2011.
- FERRÉ, E. G. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Summus Editorial, 2008.
- HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., & FRANÇA, V. V. **Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências** (3ª ed.). Petrópolis: Vozes, 2001.
- KUNSCH, M. M. K. **A comunicação nas organizações: dos fluxos lineares às dimensões humana e estratégica**. In: KUNSCH, M. M. K (org.). Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016, p. 37-58.
- TORQUATO, G. **Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público**. Brasil: Summus, 2015.