

Comunicação Pública e Novas Mídias: uma Análise sobre as Matérias Veiculadas no Portal da Secretaria de Estado da Saúde de Sergipe¹

Ethiene Ribeiro FONSECA²

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

Este trabalho busca gerar reflexões sobre a comunicação pública no ambiente digital. Para isso, faz-se uma análise sobre as notícias veiculadas pela Secretaria de Estado da Saúde de Sergipe em seu *site* institucional. Utilizou-se como metodologia o estudo de caso de caráter exploratório, em que se buscou operacionalizar o conceito de hipertexto e de convergência a partir de Mielniczuk (2003). Ao todo, foram analisadas 20 matérias veiculadas no período de uma semana, de 26 de março a 1º de abril de 2023. A partir do que foi constatado, pondera-se que a instituição em questão não explora as potencialidades midiáticas das chamadas novas tecnologias, produzindo um conteúdo estático, essencialmente textual.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Saúde; Internet; Novas Tecnologias; Hipertexto.

INTRODUÇÃO

Dada a complexidade da vida na modernidade, as pessoas acabam consumindo um grande volume de informação, que serve para embasar decisões do cotidiano. Nesse cenário, destaca-se o papel da comunicação pública, principalmente no Brasil, em que grande parte dos serviços de relevância social são prestados pelo Estado.

Buscando dialogar com a população, muitos órgãos públicos vêm se utilizando cada vez mais das potencialidades trazidas pela internet, espaço que possibilita trocas comunicacionais mais horizontalizadas quando se toma como referência os meios tradicionais, a exemplo da TV e do rádio, que se baseiam em uma dinâmica em que os papéis de emissor e receptor são bem delimitados.

1 Trabalho apresentado na DT 5 - Comunicação Multimídia do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

2 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), especialista em Comunicação Organizacional e Marketing pela Universidade Tiradentes (Unit) e graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS), e-mail: fonseca.ethiene@gmail.com

Com as novas mídias, abrem-se outras possibilidades. Mas será que a administração pública está conseguindo explorar o espaço midiático digital forma efetiva? Essa é uma das questões que norteiam o presente estudo: averiguar a maneira como os órgãos públicos estão realizando comunicação pública na internet.

Para determinado fim, fez-se neste trabalho uma análise sobre as notícias veiculadas pela Secretaria de Estado da Saúde de Sergipe em seu *site* institucional. Antes, foram realizadas algumas reflexões teóricas sobre comunicação pública, direito à saúde e jornalismo *online*.

Utilizou-se como metodologia o estudo de caso de caráter exploratório, em que se buscou operacionalizar os conceitos de hipertexto e convergência a partir da proposta de Mielniczuk (2003). Ao todo, foram analisadas 20 matérias veiculadas no período de uma semana, de 26 de março a 1º de abril de 2023.

Com isso, espera-se compreender como a administração pública vem trabalhando a sua comunicação no ambiente virtual. Destaca-se que se considerou para a análise apenas os elementos que fazem parte da narrativa jornalística. Itens que integram a estrutura fixa do site, como abas no topo das páginas, não foram levados em consideração.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA

De acordo com Duarte (2007), é papel da comunicação pública proporcionar espaços de diálogo que permitam a participação dos cidadãos de forma mais ativa. Dessa maneira, espera-se que o sujeito passe a ocupar uma posição de destaque no contexto comunicacional, contribuindo com o diálogo.

Para Lopes (2004), a comunicação pública é fundamental para a formação da opinião pública e também para o exercício da cidadania tendo em vista que, através dela, os cidadãos podem ter acesso a informações com potencial de subsidiar suas escolhas e decisões.

Além do cidadão, não se deve perder de vista outro ator importante quando se fala em comunicação pública: o Estado. Haswani (2013) defende que, por conta da falta de transparência, há pouca participação popular nas políticas de Estado.

Os legisladores têm se voltado a essa questão. No Brasil, por exemplo, a Constituição de 1988 traz a publicidade como um dos princípios que rege a

administração pública. Com isso, busca-se garantir a prestação de contas por parte do poder público e o exercício do controle social por parte do cidadão.

SAÚDE, COMUNICAÇÃO E NOVAS MÍDIAS

Ao incluir a saúde como um direito fundamental, a Constituição Federal reconhece a relevância da promoção da saúde para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, afirma Oliveira (2018). O autor acredita que a saúde é um elemento essencial para o bem-estar e para a qualidade de vida dos cidadãos.

Dallari (2009) pondera que o direito à saúde depende da participação social. Nesse contexto, entende-se que a comunicação pública tem o papel de estabelecer uma ponte entre sociedade e Estado, facilitando o diálogo por meio de diversas ferramentas, como os portais da transparência e os *sites* institucionais, espaços destinados à divulgação de campanhas e serviços em saúde.

Para tal, destaca-se que os órgãos públicos costumam adotar algumas práticas no âmbito da comunicação organizacional, a exemplo da divulgação de material informativo por meio de suas assessorias. Apesar do caráter institucional desse material, ele geralmente é confeccionado através de técnicas consolidadas no jornalismo comercial.

O fazer jornalístico vem sofrendo alterações nas últimas décadas, principalmente por conta das mudanças trazidas pelas novas tecnologias. No que se refere ao jornalismo que é feito no ambiente digital, Mielniczuk (2003) destaca a hipertextualidade e a convergência como atributos que passam a caracterizar a notícia.

A hipertextualidade seria a possibilidade de colocar um texto dentro do outro, conectando-os através de *links*. Por meio desse recurso, disponibiliza-se conteúdos relacionados ao tema da notícia, permitindo ao leitor várias formas de explorar a informação.

Sobre a convergência, Mielniczuk (2003) explica que, no jornalismo *online*, é possível dispor de vários recursos midiáticos em uma mesma plataforma. As notícias no ambiente digital podem ir além do textual, apresentando conteúdos em outros formatos, como fotografias, infográficos, vídeos, áudios, etc.

ANÁLISE

Com base no que foi exposto, busca-se, neste estudo, averiguar como administração pública tem trabalhado a sua comunicação na internet, tendo-se como referência as potencialidades do jornalismo *online*.

A metodologia utilizada neste trabalho trata-se de um estudo de caso de caráter exploratório tendo em vista a necessidade de se elucidar a correlação entre novas mídias e comunicação pública, mais precisamente como a administração pública tem buscado introduzir em sites governamentais ferramentas de hipertexto e convergência, a partir da conceituação de Mielniczuk (2003)

Para isso, fez-se uma análise das matérias publicadas no portal da Secretaria de Estado da Saúde de Sergipe³ em um espaço temporal de sete dias, período compreendido entre o dia 26 de março e 1º de abril de 2023, totalizando 20 textos.

Tomou-se a precaução de a semana escolhida para a análise não ter nenhum feriado, tendo em vista que em dias não úteis a produção de notícias pode ser reduzida ou nula, o que pode interferir na qualidade do trabalho.

No que se refere à utilização de hipertexto, verificou-se uma iniciativa hipertextual em matéria que traz um *link* com *e-mail* da ouvidoria de um hospital público. Com exceção desse texto, não houve no universo analisado a ocorrência de outras tentativas de hipertextualidade dentro da própria narrativa jornalística.

No rodapé de todas as matérias aparece uma aba identificada como “Notícias relacionadas”, mas ela encontra-se vazia. Não há opção de textos que tratam de assuntos similares, que possam direcionar o usuário a outras informações visando complementar o seu conhecimento sobre determinado assunto.

Há no topo das páginas das notícias analisadas abas que direcionam o usuário para o "Início", "Programas e Ações", "Redes de Saúde", entre outras opções. Não se considerou esses links para a análise pois eles não são fruto do trabalho do repórter no sentido de buscar criar narrativas hipertextuais para o leitor. As abas são fixas no site. Não dependem da intervenção do profissional da comunicação.

O mesmo se pode dizer do botão “Escutar”, presente em todas as matérias do *site*. Quando ele é acionado, um sintetizador de voz começa a reproduzir o conteúdo do texto, recurso voltado a pessoas com deficiência visual.

³ É possível acessar o portal da Secretaria de Estado da Saúde de Sergipe no endereço <https://saude.se.gov.br/noticias/>

Como se trata de um item que faz parte da estrutura do próprio *site*, pondera-se que o recurso não é fruto do trabalho do repórter no sentido de tornar a narrativa mais completa. Por esse motivo, desconsidera-se o botão “Escutar” para análise. Ainda que seja um *link*, ele não é um elemento hipertextual próprio da narrativa jornalística.

Sobre a convergência, as matérias não apresentam nenhum arquivo de áudio ou vídeo, recursos que poderiam ser utilizados, por exemplo, de forma pedagógica, de modo a instruir as pessoas sobre assuntos relacionados à área da saúde, promovendo, de forma mais efetiva, a cidadania e o acesso à informação.

A única mídia encontrada nos textos são imagens. Das 20 matérias analisadas, 15 trazem fotografias. Destas, dez possuem imagens que não podem ser ampliadas, não sendo possível, por exemplo, olhar detalhes dos eventos ou fatos que estão sendo retratados.

Do universo analisado, constatou-se que cinco notícias trazem apenas conteúdo textual, sem imagem alguma. Entre elas, destaca-se uma matéria sobre a inauguração da ala pediátrica em um hospital público. Acredita-se que a informação visual contribuiria com o conteúdo do texto, sendo, inclusive, uma forma de prestar contas à sociedade sobre o trabalho feito pela Secretaria.

Até mesmo textos que não tratam de um evento específico, como a matéria sobre o balanço dos 100 dias da atual gestão governamental ou sobre o credenciamento de médicos, poderiam se beneficiar do uso de imagens ilustrativas, tornando o conteúdo mais dinâmico, ainda que se possa ponderar que a adição de fotos desse gênero não contribua substancialmente para a compreensão do assunto.

CONSIDERAÇÕES

Na análise, nota-se que a instituição reconhece a necessidade de se explorar as potencialidades midiáticas na *web* ao acenar para alguns recursos hipertextuais, como, por exemplo, a introdução da aba “Notícias relacionadas” nas matérias do *site* da Secretaria da Saúde de Sergipe.

Mas, apesar de fazer parte do *site*, o recurso não é utilizado. Ele apenas existe. Assim, não se concretiza, por exemplo, a intenção de se construir narrativas hipertextuais, em que se busque indicar ao leitor caminhos que ele possa percorrer caso queira se informar sobre determinado assunto.

Em relação à convergência, o único recurso que se verificou nas matérias foi a fotografia. Porém, pondera-se que a maneira como as imagens foram empregadas não contribui para o acesso à informação, tendo em vista que, em grande parte das matérias, as fotografias só podem ser visualizadas em tamanho reduzido. Não há a possibilidade de ampliá-las.

A comunicação pública pode ser um instrumento de promoção da cidadania se utilizada como forma de promover diálogos entre Estado e população. Ela inclusive pode contribuir para a proposição de políticas públicas mais participativas, com foco no cidadão, algo que é preconizado pela Constituição Federal de 1988.

Soma-se a isso o atual cenário midiático, em que as fronteiras entre emissão e recepção vêm se tornando cada vez mais tênues, o que abre possibilidades para a participação social nos mais diversos contextos comunicacionais. Nesse sentido, há um grande potencial por parte da administração pública para estabelecer relação mais próxima com o cidadão.

As chamadas novas tecnologias também trazem impactos na maneira como a informação é estruturada. É possível criar narrativas que congregam texto, imagem, vídeo, som, entre outros recursos. São muitas as possibilidades. Mas elas precisam fazer parte de um planejamento de comunicação para que contribuam de maneira substancial com o acesso à informação. Caso contrário, não passarão de adorno textual.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, de 05 de outubro de 1988.** Brasília: Congresso Nacional, [1988]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

DALLARI, Sueli Gandolfi. **A Construção do direito à saúde no Brasil.** Revista Direito Sanitário, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 9-34, Nov. 2008 /Fev. 2009.

DUARTE, J. **Instrumento de comunicação pública.** In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

HASWANI, Mariângela Furlan. **Comunicação pública: bases e abrangências.** São Paulo: Saraiva, 2013.

OLIVEIRA, Ricardo A. **O direito à saúde na Constituição Federal de 1988**. Revista de Direito Público, v. 20, n. 2, p. 75-87, 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Comunicação pública e cidadania**. In: Conexão - Comunicação e Cultura, vol. 3, nº 6, 2004.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246f. Tese (Doutorado em Comunicação). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.