



Uma Experiência Em Assessoria De Comunicação Para A Maternidade Nossa Senhora De Lourdes em Goiânia¹

Ana Carolina Rodrigues De Deus²

Gustavo Toledo Sobreira³

Isabel Carolina Dias Garcia⁴

Sthella Luíza Bernardes Sobrinho⁵

Silvana Santos Pereira Coleta⁶

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Importante em qualquer organização, seja ela pública ou privada, a assessoria de comunicação é uma atividade cada vez mais presente nas diversas instituições. O trabalho a seguir resume um projeto experimental da área de assessoria de comunicação, implantado em uma maternidade pública do Estado de Goiás como trabalho de conclusão de curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG).

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria; Comunicação; Organização; Saúde.

INTRODUÇÃO

A comunicação permeia toda atividade humana e as variadas formas do ser humano se organizar. Nas últimas décadas, a comunicação passou também a ser vista como uma ferramenta de destaque na Gestão Organizacional, participando diretamente dos processos de mudança e da busca por melhores resultados para os negócios das organizações.

Os gestores, que antes investiam pouco nos departamentos de comunicação, de forma gradativa têm reconhecido a necessidade de um gerenciamento comunicacional nas organizações. De acordo com Eraldo Carneiro (2006, p. 52):

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria V – produção editorial e produção transdisciplinar em comunicação, modalidade O – Plano de Comunicação Integrada.

² Graduada no curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, em 2010, pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: anadedeus@hotmail.com

³ Graduado no curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, em 2010, pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: gutschcomunik@hotmail.com

⁴ Graduada no curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, em 2010, pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: isabeldias1@hotmail.com

⁵ Estudante do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: sthellabernardes@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás e assessora de imprensa da mesma instituição. E-mail: silvanacoleta@gmail.com



[...] a Comunicação tornou-se um dos centros propulsores de resultados. Também na implantação de novos modelos de gestão, no desenvolvimento de equipes e nos esforços de melhoria da ambiência interna, o envolvimento dos comunicadores tem sido decisivo para o sucesso das iniciativas.

Em tempos de globalização, de discussão acerca da consolidação dos direitos sociais e da cidadania, o conceito de comunicação organizacional não cabe apenas às empresas da iniciativa privada, mas aplica-se a todo tipo de organização, inclusive às organizações públicas. O direito da população de “consumir” um serviço público de qualidade prescinde de uma política de comunicação que se orienta pelas necessidades do cidadão.

Nesse contexto, não se pode ignorar a imagem negativa que os órgãos públicos carregam consigo, além das deficiências e limitações que lhes são impostas. As dificuldades se acentuam nas unidades de saúde, que lidam com pessoas sensibilizadas pela dor e com necessidade de atendimento imediato. O imaginário coletivo traz uma ideia de ineficiência, o que acaba ofuscando a importância da saúde pública e os bons projetos desenvolvidos por funcionários do Sistema Único de Saúde (SUS).

Assim, as assessorias se mostram de suma importância para as unidades do SUS, pois podem divulgar o lado positivo dessas organizações e a importância de seu trabalho. A comunicação ainda pode contribuir para que o atendimento seja mais eficaz, o que também traz mais qualidade de vida para os usuários do SUS.

De acordo com Kunsch (2003), as organizações modernas, diante dos desafios da complexidade contemporânea, precisam planejar, administrar e pensar estrategicamente a sua comunicação. Essa perspectiva guiou a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de graduandos do curso de Comunicação Social – Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG). O projeto experimental consistiu no desenvolvimento e execução de um plano de comunicação para a Maternidade Nossa Senhora de Lourdes (MNSL).

A MNSL é uma instituição integrada ao Sistema Único de Saúde que possui relevante papel social em Goiânia - GO e cidades circunvizinhas. A unidade fornece atendimento médico em várias áreas da saúde e seu público é composto principalmente por mães e crianças oriundas de famílias de baixa renda. Realiza cerca de cento e oitenta partos e novecentas consultas de emergência mensalmente. Considerando que a saúde é um direito social previsto na Constituição de 1988, a maternidade tem o dever de acolher todos os cidadãos que procuram os seus serviços. Essa obrigação vem acompanhada do desafio de se



oferecer um atendimento de qualidade, o que pode ser em parte solucionado por uma equipe de comunicação.

2 OBJETIVO

A criação e execução de uma assessoria de comunicação na Maternidade Nossa Senhora de Lourdes teve como objetivo melhorar o ambiente organizacional, o relacionamento entre os diversos públicos, a imagem institucional, além de contribuir para que os funcionários e usuários do SUS tenham maior acesso à informação relacionada à saúde pública e outros temas.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha pelo desenvolvimento do projeto experimental na Maternidade Nossa Senhora de Lourdes nasceu da valorização atribuída ao papel que exerce um setor de comunicação nos diversos tipos de organização, inclusive nos hospitais públicos. Além disso, a saúde pública, por se tratar de um direito social, exige uma política de comunicação eficaz, tanto no ambiente interno dos órgãos de saúde quanto no relacionamento com o público externo e com a imprensa.

A articulação entre comunicação e saúde, de acordo com José Carvalho Teixeira (2004), diz respeito “ao estudo e utilização de estratégias de comunicação para informar e para influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoverem a sua saúde.” Para Teixeira (2004, p. 615-616), a comunicação é um tema com relevância em diversos contextos na área da saúde, como:

na relação entre os técnicos de saúde e os utentes; na disponibilização e uso de informação sobre saúde [...]; na construção de mensagens sobre saúde e de programas de promoção e prevenção da saúde; no tratamento dos temas de saúde nos meios de comunicação social, na Internet e outras tecnologias (CD ROM, DVD); na educação dos utentes com a finalidade de melhorar a acessibilidade dos serviços de saúde; [...] nas relações interprofissionais; [...] na comunicação interna das organizações de saúde;

Diante da importância que os processos comunicacionais assumem no setor da saúde, compreender o que é o SUS e os princípios que norteiam suas atividades auxilia a construir um modelo de comunicação que fortaleça a democratização da saúde e incentive a participação social nos fluxos de informação das instituições públicas.

A MNSL não possuía um departamento responsável pela comunicação interna e externa e a divulgação dos seus serviços e programas de promoção da saúde ficava centralizada na Secretaria de Estado da Saúde de Goiás (SES).



À equipe de comunicação da SES, formada apenas por sete jornalistas e dois fotógrafos, cabem as tarefas de abastecer o site da Secretaria diariamente, desenvolver notas para a imprensa, colaborar com eventos que possam ter repercussão midiática, coordenar a agenda do secretário de saúde, agendar entrevistas e coletivas de imprensa, dentre outras atividades.

Com essa equipe reduzida, havia muitas dificuldades para o setor de comunicação da SES em gerenciar a rede estadual de saúde. A ausência de um departamento específico nas unidades hospitalares para trabalhar a comunicação junto com a Secretaria, também dificulta a forma de lidar com os possíveis momentos de crise, principalmente no que diz respeito à saúde pública.

Tendo em vista todo esse contexto, a criação de uma Assessoria de Comunicação pode promover melhorias no atendimento à população, contribuir para o relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho e qualificar a gestão comunicacional na maternidade. A assessoria para a MNSL foi vista como o modo mais eficiente de viabilizar o diálogo entre os diversos públicos do hospital.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A história oral e pesquisa documental foram utilizadas para reunir e registrar o histórico da MNSL. Questionários foram aplicados para que fosse possível fazer um diagnóstico da comunicação da maternidade, além de uma auditoria de opinião tanto com o seu público interno, quanto com o público externo.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada a fim de dar fundamentação teórica ao projeto experimental; Por último, houve observação participante, uma vez que os responsáveis pelo projeto frequentaram cotidianamente, durante três meses, a organização em estudo, interagindo com os funcionários e fazendo parte do grupo de servidores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os estudantes de jornalismo se esforçaram para conseguir a autorização para a realização do trabalho junto à direção do hospital e à Secretaria de Estado da Saúde. Com o apoio dessas duas instâncias, a interação com os servidores e o levantamento das demandas comunicacionais foi o objetivo perseguido de início.

Com o diagnóstico em mãos, foi traçado um plano de comunicação para gerenciar os fluxos de informação e solucionar os problemas encontrados, a partir da elaboração de metas e ações para solucioná-los.

5.1- Comunicação Visual



As primeiras atividades realizadas foram a identificação dos setores por placas e a sinalização do solo com fitas coloridas indicando, com o apoio de banners, como chegar aos setores mais procurados. A poluição visual produzida por cartazes afixados de maneira aleatória e desorganizada foi combatida com a colocação de quadros de avisos em pontos estratégicos e nomeados de acordo com o público alvo.

5.2- Canais de Informação e Comunicação

Uma ação específica para os clientes foi a criação de dois quadros de avisos, denominados *Cliente Informado*, seguindo o que diz a Carta dos Usuários do Sistema Único de Saúde (2006, p.3):

As informações sobre os serviços de saúde contendo critérios de acesso, endereços, telefones, horários de funcionamento, nome e horário de trabalho dos profissionais das equipes assistenciais devem estar disponíveis aos cidadãos nos locais onde a assistência é prestada e nos espaços de controle social.

Um dos mecanismos que se encontrou para promover a comunicação pública e a participação popular na MNSL foi a reformulação de suas caixas de sugestões. Sendo assim, seguimos uma das propostas que Janine Cardoso (2006, p.49) faz para fortalecer o SUS e a participação social nas unidades de saúde:

[...] implementar as caixas de coleta de sugestões, críticas e opiniões que devem ser analisadas e respondidas pelo gestor e pelo conselho.

Resolveu-se substituir as antigas caixas de papelão por caixas de madeira pintadas com cor branca a fim de incentivar os usuários do hospital a expressarem suas críticas, sugestões e elogios aos serviços da maternidade. Também foi colocado ao lado das caixas um apoio de madeira, pintado de azul, e disponibilizados papel e caneta para escrever os bilhetes. Essas cores fazem referência à logo da maternidade.

O Jornal Mural mostrou-se, durante o desenvolvimento do trabalho, um veículo de informação extremamente importante, divulgando 40 notícias e alguns convites de eventos. Seu conteúdo era renovado por completo às terças-feiras, sendo que no decorrer da semana algumas notícias, que deviam ser divulgadas de imediato, eram substituídas por outras. O jornal foi dividido em quatro editoriais: MNSL e SES, Fique Ligado, Descontração e Extra.

Para garantir a participação de todos no jornal, criou-se uma caixa de sugestão específica para os leitores. A caixa de madeira foi batizada pelo nome “Leitor Ativo”, acompanhada de texto explicando que se trata de um espaço para comentar os textos publicados, sugerir matérias e também participar das promoções do jornal. Caso os recados

necessitem de respostas, essas são publicadas no próprio jornal em coluna aberta na editoria *Fique Ligado*.

Com a aquisição de um mural maior foi possível criar o *Canto da Comunicação* destinado aos colaboradores. Esse mural abriga do lado esquerdo o jornal mural e do lado direito o *MNSL em Foco*, uma espécie de quadro de avisos para afixar circulares, portarias, cartazes destinados a esse público. Tomou-se o cuidado de separá-los por uma fita branca e deixar espaço considerável entre eles.

Nesse espaço, pensou-se também em criar um mecanismo de comunicação ascendente dentro da maternidade. Para esse fim, foi criada a caixa *Alô, Diretoria!*, nos moldes da aqui citada *Leitor Ativo*, mas com objetivo diferente. Essa se destina a críticas e sugestões para a direção do hospital. Esse meio de comunicação permite aos servidores, principalmente da noite e do final de semana, interagir com os diretores do hospital, já que nesses horários a direção não está aberta.

Os recados são encaminhados aos diretores, os quais têm o prazo de uma semana para responder os questionamentos ou esclarecer as dúvidas. A resposta do hospital é publicada a cada nova edição do jornal, na editoria *MNSL e SES*.

5.3-Humanização do ambiente físico: decoração/identificação das enfermarias

A MNSL, em seu Regimento Interno, apresenta como uma das suas finalidades prestar assistência médico-hospitalar gratuita e qualificada. Esse quesito envolve um atendimento humanizado, no qual o paciente é o centro das atenções. Para atender esse propósito, pensou-se em uma maneira de melhorar os aspectos visuais das enfermarias e alegrar um dos momentos mais significativos na vida das mães.

Dessa forma, foram instalados adesivos decorativos, feitos de material próprio para hospitais, nas enfermarias. De acordo com a decoração, as enfermarias foram assim identificadas: tulipa, lírio, cravo, rosa, violeta e jasmin. A escolha dos nomes e a decoração de flores passam a ideia de que as enfermarias são o jardim da maternidade e as mães são as flores. A iniciativa teve boa repercussão entre as pacientes, funcionários e principalmente com a equipe de enfermagem.

5.4-Cartilha Educativa



Nas primeiras semanas de trabalho na MNSL houve uma conversa com médicos e fonoaudiólogos, em que foi detectada a necessidade de alguns produtos educativos. Os profissionais de saúde indicaram alguns temas que podiam ser trabalhados com as pacientes, como o incentivo à amamentação, o banho do bebê, os cuidados com o umbigo e a mastite.

Assim, iniciou-se a confecção do *kit mãezinha* que seria entregue como ação promocional para as primeiras 50 mães cujo parto tivesse sido realizado na unidade. Além da função educativa, esse kit teria a finalidade de fortalecer a imagem da maternidade como Hospital Amigo da Criança, sendo composto de uma boneca de biscuit (uma mãe amamentando seu bebê), uma cartilha sobre amamentação e o cartão de vacina da criança.

Quanto à cartilha, pensou-se em redigir uma história que fornecesse algumas dicas de amamentação e cuidados com a mama. As ilustrações, de uma forma descontraída, poderiam ajudar a repassar informações importantes para as mães que apresentassem dificuldades com a leitura. Depois de finalizado o roteiro, a história foi repassada para um desenhista, o qual a transformou em quadrinhos.

Outra função da cartilha foi trabalhar a imagem institucional da MNSL e por isso preocupou-se em personalizá-la, retratando as instalações internas e externas da unidade, informar telefone e endereço. Atualmente, a cartilha é entregue a todas as pacientes que dão a luz na maternidade.

5.5-Vídeos Educativos

Sabendo que há uma dificuldade de comunicação entre médicos/enfermeiras e pacientes, no que diz respeito ao modo de repassar as informações referentes à amamentação, banho do bebê e curativo do umbigo do bebê, foram criados vídeos educativos que mostram, de forma didática, o passo a passo de cada um desses assuntos. Os vídeos são transmitidos pelo circuito interno de TV, já existente na maternidade, em todas as enfermarias e na recepção. São veiculados de forma a contemplar todas as mães, sendo realizado um rodízio entre os três temas. Como a média de internação da paciente é de dois dias, ela assiste a cada um dos vídeos pelo menos uma vez. Assim como a cartilha, os vídeos também trabalham a imagem institucional da MNSL.

5.6 - Semana da Integração e Comunicação

Com o intuito de integrar os servidores e trazer a todos os funcionários o sentimento de ser parte importante para a manutenção dos serviços na maternidade, foi realizada uma semana voltada especialmente a esse público. Foram ministradas palestras motivacionais, cursos de capacitação, sessões de relaxamento, ginástica laboral, dinâmicas de grupo, sorteios de brindes e brincadeiras. Como ponto chave da semana foi realizado *media training* com diretores, chefes de setores e principais fontes para a imprensa.

Para a realização desse evento, a equipe decorou o auditório do hospital com balões nas cores rosa, azul e branco, com o escopo de lembrar as cores da logo (azul e branco) e o rosa que simboliza a ternura. Também foram fixadas na parede do local as peças de quebra-cabeça, emblemas do evento. A intenção era de remeter aos participantes a necessidade de união para a construção da imagem institucional, assim como a integração deles para o bom funcionamento organizacional.

A semana de comunicação e integração teve grande participação dos funcionários e atingiu seu objetivo de integração. Vale ressaltar que todas as palestras foram ministradas gratuitamente por profissionais qualificados que no mercado cobram valores em torno de R\$5.000.

5.7 Galeria Aberta

A assessoria de comunicação deu apoio ao *Projeto Galeria Aberto*, no qual artistas goianos têm a possibilidade de realizar exposições dos seus quadros nos corredores da maternidade.

Esse projeto é uma forma que a unidade de saúde desenvolveu para democratizar a arte e uma estratégia de “marketing cultural”. O termo, de acordo com Kunsch (2003), está relacionado com a produção e patrocínio da cultura e trata-se de um instrumento de comunicação institucional que visa promover e valorizar a cultura e bens simbólicos da sociedade, materializados na produção de obras de arte, entre outros.

A Maternidade Nossa Senhora de Lourdes já possuía esse projeto há algum tempo, porém era pouco divulgado e explorado. A assessoria de comunicação se incumbiu da tarefa de torná-lo mais conhecido e a partir de então organizá-lo. Durante o período em que foi realizado o trabalho houve uma exposição dos quadros da artista e auxiliar de enfermagem Deuseli Pires. A ação foi divulgada no site da Secretaria de Estado de Saúde do Estado de Goiás, no site Goiás Agora e teve boa aceitação pelos funcionários e visitantes.



5.8- Divulgação e relacionamento com a mídia

A Equipe de Comunicação da MNSL em parceria com a Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde de Goiás divulgou durante o trabalho os eventos e fatos mais relevantes que ocorreram. A decoração das enfermarias ganhou destaque na página da Secretaria e deu crédito aos estudantes pela iniciativa. A realização da Semana de Integração e Comunicação foi anunciada na coluna Xadrez na editoria de opinião do jornal O Hoje e ganhou espaço no telejornal da TV Brasil Central.

Em ocasiões em que a imprensa procurou a Maternidade para matérias negativas, a assessoria ajudou a esclarecer as situações. Em todos os casos, o que motivou o acionamento da imprensa por parte dos pacientes foi mal entendido na comunicação médico-paciente. Com a atuação da assessoria os equívocos foram esclarecidos e os repórteres consideraram a pauta sem validade.

5.9 - História da maternidade

Após pesquisa, foi desenvolvido um quadro contando história da MNSL, que é narrada em primeira pessoa pela própria maternidade. Esse quadro fica localizado em um corredor ao lado de fotos de funcionários, diretores, estudantes que passaram pela maternidade desde sua criação.

5.10 - Gastos

Como a maternidade é uma organização pública e os gestores da organização não haviam descrito o projeto no orçamento anual, grande parte do dinheiro utilizado para a realização do trabalho foi arrecadado por meio de uma rifa realizada pelos participantes do projeto experimental e outra parte foi doado pelos mesmos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas ações que a equipe planejou executar, como o boletim informativo, o plano de gerenciamento de crises, entre outras atividades, não foram concretizadas devido ao curto prazo de tempo e aos poucos recursos financeiros. Entretanto, ao fim dessas etapas os estudantes tiveram a consciência do que é vivenciar uma experiência de assessoria de comunicação.



Pode-se, dessa forma, responder à questão-problema que os instigou a desenvolver o trabalho. A Assessoria de Comunicação pode contribuir para que os problemas comunicacionais da MNSL sejam solucionados. Com isso, não há a pretensão de afirmar que todas as barreiras de comunicação sejam resolvidas pela implantação de uma Ascom. É perceptível que o trabalho é um processo em longo prazo, pois ele é resultado da mudança de comportamento de todo o corpo organizacional, quanto à importância de estabelecer uma boa comunicação, seja no âmbito interno ou externo.

Compreende-se que o trabalho de uma Assessoria de Comunicação não se limita aos três meses passados, ainda que em atividades diárias, na maternidade. Há muitas ações e melhorias a serem realizadas e que dependem de investimentos financeiros, de pessoal especializado na área de comunicação, como jornalistas, relações-públicas e publicitários, com o objetivo de realizar uma efetiva comunicação integrada.

Enfim, diante de toda a pesquisa e estudos desenvolvidos pela equipe, considera-se que o conceito de comunicação organizacional aplica-se muito bem ao objeto de estudo e que o planejamento estratégico da comunicação é de suma importância para os hospitais públicos, pois o que está em questão não é o atendimento de uma parcela da sociedade que tem condições financeiras para pagar um plano de saúde. Trata-se do direito que todos os cidadãos têm de receber assistência à saúde. Sem dúvida, a qualidade que se requer dos serviços públicos passa por uma gestão eficiente da comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brasil. Ministério da Saúde. **Carta dos direitos dos usuários da saúde** / Ministério da Saúde. – Brasília: Ministério da Saúde, 2006. 8 p. (Série E. Legislação de Saúde)

CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e Saúde: desafios para fortalecer o SUS, ampliar a participação e o controle social**. In: Ministério da Saúde. (Org.) Conselho nacional de Saúde. Coletânea de comunicação e informação em saúde para o controle social. BRASIL, 2006, p.45-55

CARNEIRO, Eraldo. **Fatores críticos para a gestão da comunicação**. In: Paulo Nassar. (Org.). Comunicação Empresarial: estratégia de organizações vencedoras. 1ª 10d. São Paulo: Aberje Editorial, 2006, p. 51-58.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4ª Ed. São Paulo : Sumus Editora, 2003.

TEIXEIRA, José A. Carvalho. **Comunicação em saúde: Relação técnicos de saúde – utentes**. Aná. Psicológica, set. 2004, vol.22 nº 3, p.615-620.