



Fiocruz completa um ano nas mídias sociais

Data é comemorada com o lançamento de dois novos produtos nas redes





Com mais de 4 mil “curtidas” no Facebook e 16 mil seguidores no Twitter, a Fiocruz comemorou no dia 27 de fevereiro um ano de seu lançamento oficial nas principais redes sociais. Segundo o coordenador-geral da Comunicação Social da Fiocruz, Wagner de Oliveira, a decisão de se integrar às redes sociais fez parte de uma proposta estratégica mais ampla que prevê a ampliação de canais de comunicação junto à sociedade e o debate sobre o papel dessas mídias para o campo da saúde. “O advento e o crescimento das chamadas mídias sociais estão trazendo uma nova conformação para o campo da comunicação social, do controle social, da cidadania, do relacionamento dos governos com a sociedade, nas formas de produzir, distribuir e compartilhar diferentes conteúdos, nas possibilidades de ampliação e diversificação da participação coletiva. Não queríamos apenas aderir à moda do Twitter ou do Facebook. Nosso objetivo é fazer um trabalho sério de comunicação com foco no usuário e informação qualificada”, explica Oliveira.

A Coordenadoria de Comunicação Social gerencia, atualmente, um canal no YouTube (www.youtube.com/fundacaoswaldocruz), um perfil no Twitter (www.twitter.com/fiocruz), dedicado à divulgação de notícias e serviços de todas as unidades da Fiocruz, e uma página no Facebook (www.facebook.com/oficialfiocruz), com foco nas agendas, programas e ações da Fundação. No Twitter, os usuários também podem seguir a **Agência Fiocruz de Notícias** (www.twitter.com/agencia_fiocruz), um canal com perfil mais noticioso voltado para as últimas novidades das pesquisas desenvolvidas na Fiocruz.

Além das contas gerenciadas pela presidência, várias unidades da Fiocruz também já aderiram às redes com perfis independentes de forma a assegurar a comunicação com um público mais segmentado. “A aposta em uma aproximação maior com os nossos usu-

ários a partir desses novos instrumentos de comunicação vem ao encontro do conceito ampliado de saúde e do nosso compromisso com a consolidação do Sistema Único de Saúde (SUS) e na superação das desigualdades”, destaca o presidente da Fiocruz, Paulo Gadelha.

Para marcar a data comemorativa, a Fundação lançou dois novos produtos nas redes sociais: uma página no Facebook da Carta ao Cidadão (www.facebook.com/cartaaocidadao-fiocruz) e uma galeria de fotos no Flickr (www.flickr.com/photos/fiocruz).

Fan page da Carta de Serviços ao Cidadão

Na fan page da *Carta de Serviços ao Cidadão*, os usuários encontrarão informações sobre os serviços oferecidos pela Fundação, os compromissos com os resultados e as principais formas de contato com a instituição. Mais do que garantir o acesso a essas informações, a iniciativa de abrir mais este canal de comunicação com a população é incentivar ativamente o uso da *Carta de Serviços ao Cidadão* como instrumento de controle social e ampliar a participação dos usuários visando à melhoria dos serviços prestados. “A ideia é realmente ouvir o cidadão. Queremos informá-lo sobre os nossos serviços, encaminhar diretamente suas dúvidas, mas, acima de tudo, queremos ouvir críticas e sugestões de melhoria no atendimento. Elogios também são muito bem-vindos”, brinca a coordenadora de Mídias Sociais da Fiocruz, Pamela Lang.

A segunda edição da *Carta de Serviços ao Cidadão* elaborada pela Fiocruz foi lançada ainda em dezembro do ano passado. O instrumento define as prioridades e expressa o compromisso da instituição com a prestação de serviço de qualidade ao cidadão de acordo com as exigências do Decreto nº 6.932/2009, que dispõe sobre a simplificação do atendimento ao público. É um instrumento proposto pelo Programa Nacional de Gestão Pública e Desburocratização (GesPública) do Mi-

nistério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG) para apoiar as instituições públicas na melhoria contínua da qualidade da gestão pública.

Carta de Serviços ao Cidadão:

[www.facebook.com/
cartaaocidadao-fiocruz](http://www.facebook.com/cartaaocidadao-fiocruz)

Flickr

Na galeria da Fiocruz no Flickr é possível ter acesso a diversas imagens de eventos e dos espaços e das unidades da Fundação, incluindo laboratórios e áreas de produção de vacinas e medicamentos. Embora a galeria esteja aberta ao público geral, o foco desta iniciativa é facilitar o trabalho da imprensa, disponibilizando imagens institucionais de qualidade em diferentes resoluções. A galeria terá atualização permanente.

Flickr:

www.flickr.com/photos/fiocruz

Outros reconhecimentos na web

Embora a inserção da Fiocruz nas mídias sociais seja recente, sua atuação na web já tem uma história consolidada, com reflexo em visibilidade e credibilidade. Em julho de 2012, a Fundação alcançou a 57ª posição no *ranking* mundial de centros de pesquisa com maior visibilidade na web. Em relação ao continente americano, incluindo todas as instituições de pesquisa, a Fundação obteve a 28ª posição e, no *ranking* latino-americano, o 3º lugar. Dois anos antes, em 2010, em enquete realizada pela Folha de S. Paulo, o *site* da **Agência Fiocruz de Notícias** foi citado por pesquisadores de diversas instituições com uma das fontes mais confiáveis nas áreas de saúde e ciência.

