

18

Comunicação em Saúde

BIBLIOTECA DIGITAL DO CONASS



Tenha acesso a centenas de publicações sobre
a gestão do SUS, disponíveis gratuitamente na
biblioteca digital do Conass.
É só baixar e compartilhar!





Os desafios da Comunicação em Saúde

O fortalecimento da saúde pública brasileira é um dos grandes desafios do SUS e está diretamente relacionado à comunicação, isto é, ao acesso da população a informações confiáveis, bem como à produção e disseminação de conteúdos de qualidade sobre essa temática. Um desafio não só para gestores, trabalhadores, pesquisadores, conselheiros e outros atores envolvidos diretamente na consolidação das políticas de saúde, mas de toda a sociedade. A comunicação voltada à promoção do diálogo saúde-sociedade é tema que vem ganhando cada vez mais importância no contexto político e institucional brasileiro. Essa percepção foi potencializada durante o enfrentamento da grave pandemia de Covid-19 no País.

A comunicação permeia as políticas públicas de saúde e é decisiva para o sucesso da execução destas nos territórios. É necessária a construção de estratégias para que a população compreenda o papel e a importância do SUS, evoluindo o senso comum para o sentimento de apropriação dessa extraordinária política social.

É imprescindível que todos os envolvidos na construção do SUS, em especial os gestores, busquem desenvolver estratégias com ações em canais digitais e analógicos, de forma integrada, com a mesma linha de comunicação, mas respeitando as características próprias de cada canal de comunicação.

Desinformação e Fake News

A desinformação é um problema que, historicamente, afeta a sociedade. É uma forma de manipulação de informações que visa distorcer a verdade e enganar as pessoas.

A era digital trouxe consigo uma nova forma de disseminar informação: as redes sociais. Com o acesso à internet cada vez mais facilitado, qualquer pessoa pode criar um perfil em uma rede social e compartilhar suas opiniões com o mundo.

No entanto, essa facilidade também tem um lado negativo: as *fake news*. São informações falsas, elaboradas de forma intencional, geralmente com o objetivo de causar danos ou confundir as pessoas. Elas podem ser facilmente criadas e compartilhadas nas redes sociais, e muitas vezes é difícil distingui-las de informações verídicas. Além de causar desinformação, geram medo nas pessoas e têm o potencial de influenciar a

tomada de decisão, como observado na pandemia da Covid-19.

Para evitar que as *fake news* na saúde causem danos, é importante a atuação proativa das SES com o desenvolvimento e permanente atualização de canais de comunicação com informações confiáveis e de fácil entendimento pela população.

É importante destacar que esses canais de combate à desinformação devem utilizar-se de linguagem acessível e que sejam aplicados métodos de indexação do conteúdo nas ferramentas de pesquisa na internet, como o Google, para que pesquisas simples possam apresentar o link de acesso à informação confiável.

A imprensa tem papel fundamental no processo de combate à desinformação, mas é imprescindível que as SES possuam canais de informação na internet e que estes tenham prioridade no planejamento da comunicação das Secretarias, com mecanismos que facilitem o compartilhamento de informações e a presença de contas oficiais nas principais redes sociais.

Além disso, é importante criar ações de comunicação específicas para educar as comunidades locais sobre o problema da desinformação e ensinar as pessoas a serem críticas com as informações que recebem.



O Agendamento Institucional e a Comunicação Proativa na Gestão do SUS

Promover a inclusão de temas de interesse público na agenda midiática não é tarefa simples, mesmo quando falamos de programas ou políticas públicas que necessitam ser amplamente disseminadas e conhecidas pela população.

O trabalho de promover a inclusão de determinados temas na agenda midiática é classificado na Teoria da Comunicação como *agenda-setting*. Elaborada por McCombs e Shaw (1972), essa teoria defende a ideia de que os meios de comunicação têm a capacidade de inserir temas que serão objeto de discussão na agenda pública.

A Teoria do Agendamento busca explicar por que alguns temas ou fatos são alçados ao topo da visibilidade pelos veículos de comunicação e, a partir daí, passam a integrar a agenda pública, sendo exaustivamente discutidos e promovidos, enquanto outros temas, por sua vez, são ignorados e cobertos pela capa da invisibilidade. Dessa forma, não integram a agenda midiática e, consequentemente, não são discutidos e muito menos conhecidos pela população. O pressuposto fundamental da teoria do *Agenda-Setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos meios de comunicação.

Partimos do pressuposto de que com o desenvolvimento tecnológico e a revo-

lução da Internet, especialmente com a criação das redes sociais, houve uma ampliação no escopo da arena pública, refletindo novas relações entre os diversos atores sociais, permitindo que estes tenham mais chances de dar visibilidade a temas e questões que antes estavam sobre o domínio da mídia tradicional.

Nesse sentido, diante da necessidade de ampliar o acesso da população às informações relativas à saúde pública, propomos o uso da teoria do agendamento de forma inversa, isto é, em vez do clássico agendamento no sentido mídia > sociedade, lançar mão do que denominamos agendamento institucional, em forma de agendamento no sentido sociedade > mídia.

Dessa forma, acreditamos que por meio de rotinas, estratégias e instrumentos de agendamento institucional, a temática da saúde pública se torne objeto de discussão na sociedade e na arena política e, pela contribuição de diversos atores, se torne objeto de atenção da agenda midiática, superando pautas negativas ou polêmicas. Essa perspectiva contribui com a implantação de um novo paradigma de valores-notícia que priorize o protagonismo social e o interesse público. Além disso, a atitude proativa de pautar a agenda pública e midiática sobre temas de interesse público pode ser muito mais eficaz que uma atitude reativa de apenas responder a demandas impostas pela mídia.

Assessoria de comunicação ou assessoria de imprensa?



A Assessoria de Comunicação (Ascom) é uma atividade que tem como objetivo planejar, coordenar e realizar ações que visem à melhoria da imagem das SES e do SUS perante a sociedade, por meio da comunicação. As ações da Ascom devem ser transversais a todos os departamentos e áreas técnicas das secretarias, no desenvolvimento de campanhas publicitárias, relações públicas, mídias sociais, comunicação interna e externa. É importante que a equipe de comunicação tenha o perfil multidisciplinar, com profissionais da comunicação social (jornalistas, relações públicas e marketing), além de especialistas em design e em Tecnologia da Informação (T.I.), especialmente *web designers*.

Já a assessoria de imprensa tem como objetivo divulgar as ações das SES e esclarecer fatos importantes junto às empresas de jornalismo, veículos de comunicação de massa, que produzem e difundem informações para o grande público. As principais ações dessa assessoria são de atendimento a demandas, propondo pautas e organizando eventos, como as coletivas de imprensa. É importante a criação de fluxos de atendimento à imprensa e a identificação de porta-vozes da SES, com capacitação específica.

O planejamento estratégico da comunicação das SES deve estar alinhado com as estratégias do governo estadual, por meio da Secretaria de Comunicação Estadual (Secom), mas devem considerar características específicas e típicas da comunicação em Saúde. Por isso, é recomendado que as SES tenham a assessoria de comunicação vinculada diretamente à gestão máxima da secretaria, com estrutura própria e com acesso próximo e facilitado ao gabinete do(a) gestor(a) da SES. As atividades da assessoria de imprensa devem ser incorporadas pela Ascom.

A importância da rede de comunicadores

Dentro da estratégia de comunicação em saúde no estado, é relevante a criação de uma rede que congregue todos os profissionais de comunicação das instituições ligadas às SES, direta ou indiretamente, em fórum permanente com reuniões periódicas e educação permanente.

É recomendável o envolvimento dos comunicadores das instituições do estado e dos municípios, especialmente dos Cosems, das capitais e dos municípios polos, além dos Agentes Comunitários de Saúde. Essa integração potencializa as campanhas e ações de comunicação.

Integração e articulação SES e Conass

O Conass tem como missão institucional promover a articulação e a representação política da gestão estadual do SUS, proporcionando apoio técnico às SES, coletiva e individualmente, de acordo com suas necessidades, por meio da disseminação de informações, produção e difusão de conhecimentos, inovação e incentivo à troca de experiências e boas práticas.

A partir desse preceito e por entender que a comunicação tem papel fundamental na consolidação e no desenvolvimento do SUS, o Conass instituiu, em 2006, a Câmara Técnica de Comunicação em Saúde (CTCS), composta por sua equipe de comunicação e pelos comunicadores das SES e do Distrito Federal. Desde então, são realizados encontros entre esses profissionais – reuniões, oficinas de trabalho e workshops – a fim de promover a troca de experiências e capacitar o grupo para o planejamento e a execução de ações comunicacionais.

É recomendável que os gestores indiquem a coordenação da Ascom das SES para membros titulares e suplentes da CTCS.



Para saber mais:

BRITO, Duarte Vital; GARCIA, Andreia. Comunicação e Saúde Pública no meio online: onde estão as Unidades de Saúde Pública?. XXV Encontro Nacional de Saúde Pública, 2019.

CONASS. Que Saúde Você Vê? Conass Debate N. 4. Brasília, 2015. Disponível em <https://www.conass.org.br/biblioteca/que-saude-voce-ve/>

CARDOSO, A. S. NASCIMENTO, M. C. Comunicação no Programa Saúde da Família: o agente de saúde como elo integrador entre a equipe e a comunidade. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 15, p. 1509-1520, 2010. Suplemento.

Coriolano-Marinus, Maria Wanderleya de Lavor et al. Comunicação nas práticas em saúde: revisão integrativa da literatura. Saúde e Sociedade [online]. 2014, v. 23, n. 4 [Acessado 02 Novembro 2022]. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902014000400019>. ISSN 1984-0470.

PINTO, Pâmela A.; ANTUNES, Maria João L.; ALMEIDA, Ana Margarida P. O Instagram enquanto ferramenta de comunicação em saúde pública: uma revisão sistemática. In: 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). [Internet]. 2020.

PITTA, Aurea da Rocha. Por uma política pública de comunicação em saúde. Saúde e Sociedade, v. 11, p. 85-93, 2002.