

A comunicação no SUS

Mapeamento e diagnóstico em âmbito nacional

Autor(a): Inesita Soares de Araújo – LACES/ICICT/Fiocruz

Co-autores: Rodrigo Murtinho – LACES/ICICT/Fiocruz; Janine Miranda Cardoso – LACES/ICICT/Fiocruz; Pedro Gradella – LACES/ICICT/Fiocruz

Objetivo:

Apresentar resultados da pesquisa “Políticas e práticas de comunicação no SUS: mapeamento, diagnóstico e metodologia de avaliação” (LACES/ICICT/Fiocruz, apoio CNPq).

Questões da pesquisa:

Quem fala sobre saúde, para quem, de que modo, onde e quando?

Que matrizes do pensamento comunicacional estão presentes nesse pensar e fazer?

Procedimento metodológico:

Mapeamento de concepções, políticas, práticas e produtos de comunicação de instituições públicas, do controle social, terceiro setor e movimentos sociais em Belém, Brasília, Cuiabá, Porto Alegre, Recife e Rio de Janeiro. Entrevistas (150) com dirigentes e equipes de comunicação. Análise de documentos e materiais audiovisuais, impressos e virtuais.



Alguns Resultados: Identificados dois cenários não mutuamente exclusivos.

Cenário 1 - Abordagem e práticas antigas cristalizadas

- fragilidade das estruturas de comunicação;
- vinculação às determinações políticas e demandas produzidas por gestores;
- ausência de planejamento, atendimento a demandas pontuais;
- centralização das decisões e processos de produção;
- concepções e práticas transferenciais;
- foco na produção, descaso com a circulação;
- abordagens padronizadas, ignorando-se contextos locais;
- foco em campanhas ou em emergências epidemiológicas;
- ênfase em informação para prevenção;
- materiais convencionais, objetivos de informação e indução a comportamentos; dependência aos núcleos centrais;
- assessoria de comunicação ou imprensa como lugar institucional da comunicação;
- equipes de comunicação sem capacitação em saúde.

Cenário 2 - tendências

- forte presença da noção de mercado pautando a seleção das equipes de comunicação, o planejamento da comunicação e o discurso de dirigentes e equipes de comunicação;
- aumento da relação entre organizações de saúde e a mídia, como principal estratégia de visibilidade;
- uso de tecnologias de informação e comunicação, sobretudo associadas ao trabalho em rede;
- uso da Internet como recurso tradicional (lógica transferencial) ou potencializando a comunicação com a sociedade (fortalece a voz institucional, identificado com a noção de acesso) ou como articulação de um coletivo;
- presença de novas vozes, vindas do âmbito privado (associações médicas, sindicatos, planos de saúde, conselhos regionais), dos centros hospitalares e de movimentos de portadores de patologia;
- diferentes processos de gestão participativa concomitantes a experiências de maior centralização e verticalização da gestão da comunicação; novas modalidades de terceirização da comunicação;
- diversidade de perfis nas equipes de comunicação.

Pavilhão Haiti Moussatché Avenida Brasil 4365 - RJ - Cep 21045 900 Tel: 3865 3131 e-mail: icict@icict.fiocruz.br www.icict.fiocruz.br