



## **As Relações Públicas e Suas Atribuições no Poder Público e na Saúde Pública<sup>1</sup>**

Lucas Soboleswki Flores<sup>2</sup>

Maria Lúcia Bettega<sup>3</sup>

Universidade de Caxias do Sul

**Resumo:** O profissional de Relações Públicas – RP dispõe de ferramentas e conhecimentos para o planejamento de programas sociais, voltados aos diferentes *stakeholders* (*partes interessadas*) podendo agir diretamente na aplicação e desenvolvimento de ações que visam o bem estar do cidadão. Este artigo pretende destacar a atividade do profissional de Relações Públicas junto ao poder público constituído, em especial a defesa da saúde pública. Busca, ainda, enfatizar que o RP pode melhorar a relação entre os poderes constituídos e aqueles que deles dependem para uma vida mais digna. Para finalizar, ele busca tecer algumas considerações a respeito da importância da implementação de uma comunicação eficaz na divulgação de políticas públicas compromissadas com o cidadão.

**Palavras – Chave:** Relações Públicas; Comunicação Pública; Poder Público; Saúde Pública

### **1 Introdução**

A comunicação no setor público tem por objetivo promover a troca de informações entre órgãos e a comunidade. Nesta realidade, cabe ao profissional de Relações Públicas a adoção de práticas que visam o bom relacionamento entre população e governo. Neste contexto, o profissional de Relações Públicas não atua como divulgador de ações do governo apenas, mas sim como elo entre este e a comunidade a qual representa.

A presença de um profissional de Relações Públicas em programas de governo é essencial para que estes tenham eficácia em seu desempenho total, pois as Relações Públicas, quando aplicadas na forma de comunicação comunitária, adota políticas voltadas para a transformação social.

Neste sentido, o presente artigo é fruto da revisão bibliográfica realizada para futura pesquisa a ser complementada para a conclusão do trabalho monográfico, cujo objetivo será verificar como a comunicação pode contribuir com a eficácia do Programa de Agentes Comunitários de Saúde (PACS) do município de São Marcos – RS.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Graduando do 8º semestre do curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UCS.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UCS



## 2 A Comunicação das Relações Públicas em Processos Organizacionais

A importância do profissional de Relações Públicas, nas organizações, vem sendo reconhecida, de acordo com a necessidade de evidenciar os relacionamentos humanos. As diversas funções desempenhadas por ele são justificadas por ser um profissional que recebe uma formação eclética que o possibilita atuar em diversas atividades e em diferentes áreas, especialmente na comunicação organizacional.

As Relações Públicas buscam planejar, promover, preservar e valorizar a imagem de órgãos perante seus públicos. Segundo Kunsch (2002, p. 90) as Relações Públicas tem o dever de “contribuir para o cumprimento dos objetivos globais e da responsabilidade social das organizações, mediante o desempenho de funções e atividades específicas”. Logo, no dizer da autora, esse profissional precisa estar engajado na organização de forma que possa conhecer a atuação da mesma em todos os âmbitos.

As organizações, como organismos vivos, estão inseridas em um sistema global e, além de objetivos econômicos, precisam de uma posição institucional, ou seja, definir e cumprir uma missão na sociedade qual fazem parte. De acordo com Simões: “*A atividade de Relações Públicas é a gestão da função política da organização*”<sup>4</sup>. (1995, p. 83).

O autor, ao focar a função política, defende que o espaço a ser ocupado pelo profissional de Relações Públicas, é o de ser o responsável por fazer com que a organização cumpra sua missão, ou seja, seu papel perante a sociedade.

Podemos observar que o profissional de Relações Públicas precisa dominar determinados temas como: comunicação, cultura, política, informação, relacionamento, estratégias, imagem, sociedade, opinião pública, comunicação interna, entre outros. Como bem observou Simões “dentre outras coisas, Relações Públicas pode significar o processo, a função, a atividade, o profissional, o cargo e a profissão.” (1995, p.45). Quer dizer que a expressão relações públicas é usada não somente para denominar a profissão, mas o profissional, a atividade, o setor e/ou as ações realizadas. Esta interpretação nos faz entender que as atividades de Relações Públicas são amplas e vão muito além da comunicação em sua essência, tendo importante papel na aplicação de

---

<sup>4</sup> O grifo é do autor



políticas públicas e, principalmente, ao definir as políticas sociais internas envolvendo seus diferentes públicos, sobretudo àqueles que têm como função o de ser um transformador social. Segundo Fortes, esta área, no contexto organizacional, ganha maior espaço a cada momento, pois a comunicação e as relações públicas:

[...] assumem uma posição política fundamental na moldagem empresa/públicos e públicos/empresa. Suas atividades elevam “o nível de entendimento, solidariedade e colaboração entre uma entidade, pública ou privada, e os grupos sociais a ela ligados, num processo de interação de interesses legítimos, para promover o desenvolvimento recíproco e da comunidade a que pertencem”. (2003 p. 41).

Por tal motivo, o profissional de Relações Públicas vem ganhando cada vez mais espaço e importância nas organizações, especialmente aqueles que são tidas como públicas e governamentais. Por meio de sua atuação, a comunicação dos órgãos com seus públicos requer uma prática que mostre o que são os programas públicos e que eles são produtos sociais e meios que promovam o bem estar do cidadão. Nesta realidade, o Relações Públicas exerce o papel de mediador entre as partes; os diferentes públicos.

Os públicos, de acordo com Andrade (1994), surgiram junto com atuação da imprensa e antes desta, havia apenas multidões e aglomerados. Os estudos das relações públicas começaram a ter importância a partir do momento que os profissionais da área entenderam que os públicos não eram todos iguais. Os públicos possuem interesses específicos e buscam satisfazer seus interesses de formas diferenciadas. Eles influenciam na missão e nos objetivos das organizações. Desta forma os profissionais de Relações Públicas devem colaborar para a efetividade da organização na medida em que a finalidade destes profissionais é construir relacionamentos com aqueles públicos que a afetam ou que são afetados por suas atividades.

É importante salientar que uma categoria de público é formada por pessoas, que mesmo não ocupando o mesmo espaço físico, compartilham dos mesmos pensamentos e opiniões. Esse público possui ambições e também interesses.

Os públicos então podem ter diferentes classificações, sendo formais, identificáveis e organizados como, por exemplo, os funcionários de uma empresa, os alunos de uma escola, os fiéis de uma igreja, os membros de um clube, etc. ou dispersos, como, por exemplo, as crianças em idade escolar, mulheres de classe média, idosos, etc.

Cada indivíduo atuante em uma sociedade tem uma parcela de participação da opinião do todo. Cada um contribui com ideias e pensamentos que dão origem a



chamada opinião pública. Apesar disto, Simões propõe outra forma de classificação para os públicos de uma organização. “Os públicos precisam ser compreendidos sobre outra ótica. É imprescindível identificá-los, analisá-los e referenciá-los quanto ao poder que possuem de influenciar os objetivos organizacionais, obstaculizando-os ou facilitando-os”. (1995, p. 131).

Seguindo a forma de classificação de públicos, proposta por Simões (1995), França (2004) classifica os públicos em interno, externo e misto.

Há ainda outra classificação de públicos chamada de *stakeholders*<sup>5</sup>, que são todos os públicos que são de interesse da organização. De acordo com França: “As pessoas são *stakeholders* porque situam-se em uma categoria afetada pelas decisões de uma organização ou porque suas decisões afetam a organização”. (2004, p. 59).

Para o autor (*idem*) essa nova categoria de público passou a ser amplamente empregada para descrever como as empresas são organizadas e administradas; usado ainda para definir como as ferramentas de gestão para gerar relacionamentos com os públicos de interesse. França propõe que ao se entender a função dos *stakeholders* se compreende as interações que ocorrem entre a sociedade e seus públicos.

Percebe-se, assim, que os *stakeholders* influenciam nas decisões da organização, são legítimos e possuem poder. Exemplos de *stakeholders* são os fornecedores da empresa, os consumidores de seus produtos e/ou serviços, a concorrência, sindicatos, a mídia, os empregados, etc.

Observa-se assim que há uma necessidade dos relacionamentos entre públicos diversos, os *stakeholders*, para que a organização atinja seus objetivos com êxito. França, através de um diagrama, ilustra a forma como uma organização se relaciona com seus públicos. A partir desta ilustração, pode-se compreender que o diálogo e a interação constantes com todos são fatores imprescindíveis para a construção de relações saudáveis e positivas.

---

<sup>5</sup> *Stakeholders* – termo idiomático inglês que define todas as pessoas que possuem interesse em relação às empresas, ou organização: *shareholders* (acionistas), o governo, os consumidores e os grupos ativistas de consumidores, funcionários, as comunidades representativas e as mídias. (CARROLL, 1998 p. 38 apud FRANÇA, 2004, p. 59).

## Gráfico 1 – Organização e Stakeholders



Fonte: (FRANÇA, 2004, p. 62)

## Gráfico 2 – Secretaria de Saúde de São Marcos e seus públicos

Com base em França (2004), é possível fazer um levantamento dos públicos que envolvem um órgão público utilizado como exemplo do modelo de comunicação, abordado neste trabalho, a Secretaria de Saúde do município de São Marcos –RS – Brasil.



Fonte: Diagrama elaborado pelo autor a partir das ideias de França (2004)

Neste exemplo, observa-se que os públicos que rodeiam a Secretaria Municipal de Saúde de São Marcos são: governos municipal, estadual e federal; a população beneficiada pelos programas e serviços da secretaria; os profissionais da área da saúde atuantes no município; representantes de segmentos da comunidade, como vereadores ou presidentes de bairros, por exemplo; estabelecimentos de saúde particulares contratados com recursos municipais para usufruto da população; a mídia local servindo para esclarecimento e exposição de fatos e serviços para os munícipes; a 5ª Coordenadoria Regional de Saúde de Caxias do Sul, responsável por regras e pactuações a serem adotadas pelos municípios da região Uva e Vinho da Serra Gaúcha;



o Conselho Municipal de Saúde, formado por profissionais da área que se reúnem quinzenalmente para a discussão de assuntos de interesse local; os demais órgãos municipais, como Conselho Tutelar, Fórum da Comarca de São Marcos, Brigada Militar, demais secretarias municipais, etc.; e os servidores municipais, assessores ou carreiristas, que atuam nas dependências do Centro Municipal de Saúde Nossa Senhora de Lourdes (onde fica estabelecido o setor administrativo, o posto de saúde central e a base municipal do SAMU<sup>6</sup>), dos postos de saúde dos bairros Industrial e São José e do distrito de Pedras Brancas.

Os públicos em geral são de demasiada importância por consistir a chamada Opinião Pública. Sobre a opinião pública, Andrade diz que esta:

[...] se forma no calor das discussões dos componentes do público e corresponde a uma situação em que se apresentam diferentes e contrárias atitudes sociais acerca de uma questão que interessa, de alguma maneira, à comunidade. Na sociedade moderna as controvérsias que se apresentam à discussão pública são muitas e complexa e a oportunidade de um debate demorado e exaustivo é bastante limitada. (1994, p. 18).

De acordo com a citação apresentada, pode-se dizer que a opinião pública é formada por ideias das pessoas quem compõem os públicos, independente de sua classificação e de suas características. Estas pessoas podem ter suas ideias modificadas de acordo com as informações recebidas ou serem persuadidas de alguma forma a pensar de modo diferente sobre determinado assunto. O profissional de comunicação, desta forma, pode contribuir indiretamente para a formação da opinião pública, sobretudo na formação de imagens de pessoas ou de organizações.

### **3 Poder Público e Saúde Pública**

O Poder Público ou a Administração Pública podem ser entendidos como o conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado, bem como os demais órgãos coletivos públicos, (tais como as autarquias), além dos braços<sup>7</sup> que a administração pública possui, como é o caso da Saúde Pública. Esses órgãos visam assegurar a satisfação das necessidades coletivas variadas, tais como a segurança, a cultura, a saúde e o bem estar das populações. Assim, Poder público ou administração pública, para Waldo (1971 s/p)

---

<sup>6</sup> Serviço de Atendimento Móvel de Urgência

<sup>7</sup> A expressão braços aqui empregada designa a ação de comandar ou governar determinada área. Ou seja, quer dizer que a área da saúde pública é de responsabilidade do Poder Público, é um dos braços desse poder.



é “[...] a organização que gerencia homens e materiais para a consecução dos propósitos de um governo.” (apud TENÓRIO e SARAVIA in MARTINS e PIERANTI, 2006 p. 111). Ou seja, é o Poder que tem a incumbência de planejar e administrar os recursos disponíveis visando o bem comum a todos os cidadãos de determinada localização geográfica.

Já a Saúde Pública, de acordo com Campos, é um serviço que está inserido dentro das competências do Poder Público, onde os governantes têm a responsabilidade de assegurar aos cidadãos a saúde e o bem estar que visa promover a convivência pacífica dos indivíduos de determinada localidade. O autor ainda afirma que a Saúde Pública é “[...] entendida como um instrumento coletivo de defesa da vida [...]” (CAMPOS, 2006, p. 31), tornando-se assim de interesse geral das comunidades, onde cada indivíduo é responsável por contribuir para o bem-estar geral.

No Brasil, o poder público divide-se em três diferentes aspectos, obedecendo a uma ordenação a partir das limitações territoriais de seu espaço físico. De acordo com Andrade (1982, p. 55), essa divisão tem como critério fundamental “[...] o da generalidade do interesse (União), interesses regionais (Estados) e interesses locais e peculiares (Município).” Ainda segundo o mesmo autor “A discriminação dessas competências se encontra na Constituição Federal, Constituições Estaduais e Lei Orgânica dos Municípios”. Observando esta citação, entende-se que certos assuntos de grande abrangência e interesse geral cabem aos representantes do poder que estão na união, já assuntos de competências regionais e locais aos representantes dos Estados e Municípios respectivamente. Dessa forma, o poder público brasileiro é dividido em três modalidades de classificação: Executivo, Legislativo e Judiciário.

### **3.1 A comunicação no Poder Público e na Saúde Pública**

Entende-se que a comunicação pública é um processo cujo foco está no cidadão, não lhe garantindo a informação apenas, mas estimulá-lo ao diálogo e a participação das decisões de interesse geral. Novelli diz que o consumidor da comunicação pública:

[...] é um receptor ambivalente. Ao mesmo tempo em que ele é usuário do serviço público, é o eleitor de seus dirigentes e o contribuinte de seu orçamento. Nessa perspectiva, a população não desempenha o papel cliente do serviço público, e sim de cidadã. Ela compreende que é corresponsável pelo desempenho das instituições públicas e sua participação passa a ser um pré-requisito para o sucesso



e a legitimidade das políticas públicas a serem implantadas. (in KUNSCH, 2009 p. 486).

Observa-se que o povo se sente responsável pelas ações tomadas pelos governantes, pois foi ele quem colocou os representantes no poder. Dessa forma, estar ciente do que acontece nos órgãos públicos é poder cobrar por aquilo que achar necessário que seja feito; é um direito e ao mesmo tempo um dever. E, esta troca entre cidadão e poder público somente acontece se a comunicação é eficaz e possa ser um canal de ligação das duas partes.

A comunicação pública pode ser considerada de interesse coletivo, porém, mesmo tendo caráter transformador, ela por si própria, não gera mudanças. O processo de comunicação pública só será eficaz quando a comunidade, poder constituído e os profissionais envolvidos atuem em sinergia, formando elos integradores que atuem como importante instrumento de comunicação que objetiva trazer benefícios aos cidadãos. Luiz Gushiken, ex-secretário de Comunicação do governo Lula, enumerou em um evento de pesquisa “oito princípios da Comunicação Pública”<sup>8</sup>:

- 1) o cidadão tem direito à informação, com base para o exercício da cidadania;
- 2) é dever do Estado informar;
- 3) deve haver zelo pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social;
- 4) a Comunicação Pública não deve estar centrada na promoção pessoal dos agentes;
- 5) deve promover o diálogo e a interatividade;
- 6) estimular o envolvimento do cidadão com as políticas públicas;
- 7) os serviços públicos precisam ser oferecidos com qualidade comunicativa; e
- 8) a Comunicação Pública deve se basear na ética, transparência e verdade.

Os princípios sugeridos por Luiz Gushiken reafirmam a importância de se estabelecer uma boa comunicação entre os poderes constituídos e as comunidades. Com base nos princípios propostos por Gushiken propõem-se oito itens norteadores de ações de comunicação que visam interligar o cidadão, à sociedade com o poder público. São eles:

- 1) a comunicação é essencial para que a cidadania possa ser exercida de forma plena, pois o desconhecimento sobre os direitos e deveres dos cidadãos dificulta muito a cobrança de melhorias ao poder constituído. O profissional de comunicação pode

---

<sup>8</sup> Dados retirados da coluna do jornalista Luiz Antonio no portal Paraná Online. Disponível em: <http://www.parana-online.com.br/colunistas/195/26605/> Acesso em novembro de 2012.



contribuir para que a população esteja ciente daquilo que lhe é de direito, bem como, as formas de cobrá-los dos governantes;

2) Os governantes têm a obrigação de expor para a população seus projetos e planos de governo e, até mesmo o que foi planejado e não pode ser executado. Entende-se que a sociedade pode saber as razões pelas quais os projetos não foram colocados em prática. Essa postura baseada na transparência pode estabelecer uma relação de confiança entre as partes. Para que a comunicação seja levada a todos os cidadãos, diversos meios podem ser utilizados para informar a população como um todo;

3) O Estado deve ter consciência da importância da comunicação na esfera pública e zelar para que a mesma seja bem trabalhada. A comunicação não só informa, mas também orienta e educa. Exemplo disso são as campanhas de vacinação, campanhas contra a AIDS, campanhas para prevenção de acidentes de trânsito, etc.;

4) Muitas vezes há equívocos ao se praticar a comunicação pública. Políticos de má fé ou sem conhecimento sobre a importância de informar podem usar desse poderoso instrumento para promoção pessoal ao invés de buscar o bem comum. Isso pode ser bastante evidenciado em cidades com populações menores, onde a comunicação informal é mais comum do que grandes campanhas nas mídias. O profissional, assessor<sup>9</sup> ou de carreira (servidor)<sup>10</sup>, atuante na esfera pública pode orientar os políticos no sentido de mostrar a importância da comunicação e de o líder político estar próximo ao povo;

5) É importante que órgãos públicos e a comunidade tenham um bom diálogo, não visto como prestação de contas do governo apenas, mas sim, como a interação entre ambas as partes para que haja entendimento mútuo e desenvolvimento de ações de melhoria. Ainda, entende-se que o diálogo deve ser constante e não somente em épocas propícias<sup>11</sup>;

6) É dever do comunicador atuante na esfera pública promover ações para que os cidadãos se sintam parte do governo e se envolvam nas atividades do mesmo;

7) Os servidores públicos não devem ver o cidadão como cliente, e o cidadão não pode ver o servidor público como empregado. Deve-se haver um bom relacionamento entre

---

<sup>9</sup> O termo assessor, neste caso, refere-se aos profissionais contratados por determinada gestão para atuar em cargos de confiança.

<sup>10</sup> Profissional de carreira ou servidor é geralmente aquele funcionário público escolhido através de concurso. Este profissional não pode ser exonerado de seu cargo, exceto seja de sua vontade.

<sup>11</sup> Épocas propícias, neste caso, diz respeito aos períodos eleitorais, onde, tanto nas esferas municipais como estaduais e federais, os cidadãos escolhem seus representantes por meio do voto secreto. Governantes de má fé podem usar do diálogo com os munícipes nesse período apenas para promoção pessoal, obtendo assim um melhor resultado nas urnas.



as partes e os servidores devem estar preparados para responderem a questionamentos não sobre sua área apenas, mas sobre tudo o que se passa no órgão onde trabalha;

8) É importante ressaltar que valores como a ética e a transparência das ações são essências para uma comunicação eficaz. Não é possível fazer distinção entre as pessoas, pois perante a lei todos têm os mesmos direitos, independente de sexo, raça, cor ou preferência partidária. O poder constituído deve agir com transparência, de forma que, sempre deve estar pronto para responder a questionamentos, pois todos colaboram direta ou indiretamente, através de impostos, para a realização dos serviços prestados.

É sabido que o Poder Público depende muito do apoio popular, pois os representantes do mesmo são por diversas vezes alvos de críticas e incompreensões, originadas muitas vezes pela falta de comunicação entre as partes.

Fazer a mediação entre representantes do povo e o próprio povo pode ser considerada uma das principais atividades do profissional de comunicação neste segmento. De acordo com Andrade:

O importante num programa de Relações Públicas Governamentais está na sinceridade das informações, pois o governo deve dizer tudo o que fez, inclusive seus erros e as medidas que foram tomadas para corrigi-los. Muito embora a responsabilidade da informação governamental fique a cargo de um serviço ou de profissionais especialmente contratados, é preciso não esquecer que todos os servidores públicos devem contribuir para a execução desse trabalho, mas para isso eles precisam ser informados e treinados. (1982, p. 88-89).

Dessa forma, o profissional de comunicação que atua no Poder Público deve orientar os representantes e servidores sobre a forma como devem se comunicar com os cidadãos, visando sempre a ética e a transparência e o cumprimento dos deveres que o Estado tem para com as comunidades. É direito do povo saber o que se passa nos órgãos públicos, e é dever da administração pública mantê-lo informado.

A comunicação pública não só informa, mas também faz com que o cidadão se sinta parte do governo e tenha consciência da importância de seu papel para a história e os futuros rumos do país.

Por se viver em um país onde a desigualdade social é muito grande, é comum que pessoas menos favorecidas tenham mais dificuldade para obter acesso às informações e ao que se passa em seu município ou comunidade. É importante que o comunicador tenha consciência disso e trabalhe de diversas maneiras para que este público também seja atingido.



Nesse sentido, Duarte diz que:

Cartazes, uniformes, *sites*, prédios, crachás transmitem alguma informação. Atendentes, motoristas, recepcionistas, dirigentes, telefonistas, técnicos, terceirizados, representam uma instituição aos olhos do público externo. Tudo e todos comunicam. Cada integrante de uma organização é um agente responsável por ajudar o cidadão a saber da existência das informações, ter acesso fácil e compreensão, delas se aproximar e ter possibilidade de dialogar e participar em busca da transformação de sua própria realidade. (2009, p. 68).

A partir de Duarte, pode-se observar que a comunicação entre o poder constituído e a população está não só em grandes campanhas publicitárias de televisão e rádio, mas também em pequenos detalhes presentes no dia-a-dia das instituições públicas. Assim, cabe ao comunicador gerenciar todos estes instrumentos e cobrar para que cada profissional envolvido seja eficaz ao informar ou comunicar algo aos cidadãos.

Em outro âmbito, o profissional de comunicação atuante no Poder Público, também tem como função zelar pela imagem do mesmo, visto que, muitas vezes por falta de informação, é fortemente corroída. Andrade diz que:

A maioria dos Governos locais tem sido acusada de ineficaz, de tentacular e de distribuidora de empregos. Essa acusação, que não corresponde a verdade, é resultante de verdadeiros estereótipos, que se mantêm em face do desconhecimento das diretrizes e funções municipais, por parte dos cidadãos. Ademais, o desenvolvimento científico e tecnológico tornou os órgãos municipais paulatinamente mais complexos e menos compreensíveis para o leigo, exigindo assim a presença de especialistas de Relações Públicas Governamentais para explicar e esclarecer o valimento e o modo de operar desses serviços públicos. (1982, p. 137)

Conforme dito por Andrade, também é papel do profissional de comunicação esclarecer a falsidade de certos estereótipos ou de mitos que a sociedade estabelece a respeito de serviços e servidores públicos. Estereótipos<sup>12</sup> e/ou mitos<sup>13</sup>, estes, muitas vezes gerados pela falta de informação e conhecimento.

Outra atividade importante que o profissional de comunicação pode desenvolver, no setor público, é a organização de reuniões de participação popular, cujo objetivo é ouvir do povo aquilo que deve ser melhorado na comunidade. No que diz respeito ao

---

<sup>12</sup> Neste contexto estereótipo significa um padrão estabelecido pelo senso comum de um pensamento compartilhado e baseado na ausência de conhecimento sobre o assunto em questão.

<sup>13</sup> Aqui o mito significa algo que não existe, mas que muitos acreditam ser real.



planejamento participativo, Kunsch diz que: “Governos chamam a população para participar de audiências públicas, para definir orçamento participativo etc., [...] Se os grupos sociais envolvidos não forem suficientemente esclarecidos, podem ser facilmente manipulados por um coordenador ou articulador do processo”. (2009, p. 456).

Assim, percebe-se com clareza a necessidade de um profissional que esclareça a população a importância de sua presença nestes eventos, e que juntos todos podem chegar ao consenso e cobrar das autoridades as melhorias necessárias. Muitas vezes, o cidadão comum, apesar de ser representado por governantes eleitos por voto direto, sente demasiadamente afastado das decisões da localidade onde reside.

Percebe-se que, e em se tratando de comunicação comunitária<sup>14</sup>, o modelo de Relações Públicas norteador é o simétrico de duas mãos, pois este modelo, de acordo com Kunsch (2002) equilibra os interesses das organizações e dos públicos, estabelece a compreensão mútua e o diálogo, e ainda é ideal, ético e justo. Grunig defende que a comunicação de duas mãos “é baseada na pesquisa e utiliza a comunicação para administrar conflitos e aperfeiçoar o entendimento com públicos estratégicos.” (in GRUNIG, FERRARI e FRANÇA, 2009, p. 32).

Em se tratando da comunicação na área da saúde, pode-se dizer que ela é útil para a efetivação de mudanças do comportamento humano para que enfermidades sejam prevenidas e ocorram ações de promoção à saúde e a hábitos saudáveis, bem como fazer a mediação entre os hospitais ou postos de saúde e seus diversos públicos (pacientes, familiares de pacientes, profissionais da área da saúde, etc).

Mailbach (2005, s/p) classifica a comunicação para a saúde pública como: “[...] o uso de técnicas de comunicação e tecnologias para (positivamente) influenciar indivíduos, populações e organizações no propósito de promover condições planejadas para a saúde humana e ambiental”. (apud PESSONI, 2006, p. 9).

O profissional de comunicação, desta forma, pode agir estrategicamente para promover a saúde da comunidade onde atua. De acordo com Kunsch:

Os movimentos sociais e as comunidades têm de orientar-se por uma política que privilegie o estabelecimento de canais efetivos de ligação com os diferentes setores da comunidade, abrindo caminhos para a sua efetiva mobilização e articulação. A comunicação deve constituir-se de uma estratégia nessa direção, agregando valores, facilitando

---

<sup>14</sup> Comunicação comunitária, de acordo com Peruzzo in Kunsch e Kunsch (2007) é aquela baseada na participação popular.



processos interativos e viabilizando as necessárias mediações (in KUNSCH e KUNSCH, 2007, p. 296).

Numa outra esfera, o profissional de comunicação pode também orientar médicos, enfermeiros e outros profissionais da saúde que possuem contato direto com o público a terem um bom relacionamento com os mesmos. Neste sentido, diz Silva: “Já ficou comprovado que os doentes reclamam entre si e reprovam o médico que ‘não é franco’, ‘não diz direito o que a gente tem’, ‘não fala tudo o que está pensando’”. (2006, p. 14)

Ainda, ao se falar em serviços públicos de saúde, ou seja, aqueles que são de responsabilidade do governo e oferecidos gratuitamente a população, deve-se ter um cuidado ainda maior no tratamento dado às pessoas por meio da comunicação oral ou não. Muitas das pessoas que procuram esses serviços são carentes, algumas vezes solitárias e além de atendimento médico buscam alguém que lhe dê atenção, que converse e interaja consigo. O profissional de comunicação pode trabalhar em treinamentos para que os profissionais que realizam o acolhimento<sup>15</sup> de pacientes possam romper as barreiras comunicacionais existentes, e assim, fazê-lo de forma mais eficaz. Ainda citando Silva:

É necessário resgatar a função de *entrevistador*, inúmeras vezes exercida pelo profissional de saúde, mas que pode ser melhorada pela tomada de consciência de suas falhas na comunicação. As mais comuns são as *barreiras pessoais*, que causam impedimentos naturais na comunicação: a linguagem (uso de termos técnicos, palavras que sugerem preconceitos, impaciência, mensagem incompleta), impedimentos físicos (surdez, mutismo), fatores psicológicos (personalidade, sentimentos, emoções), diferenças educacionais (formação profissional ou cultural) e barreiras organizacionais (status das pessoas de uma determinada organização). (2006, p. 16).

É sabido que em se tratando de saúde pública, ou seja, das competências do Sistema Único de Saúde, há uma oferta de serviços menor que a demanda, e que alguns procedimentos podem levar semanas ou até meses para serem realizados. Questões como essas acabam gerando a insatisfação dos usuários e, conseqüentemente, a uma imagem negativa tanto do SUS quanto das próprias entidades responsáveis pela oferta dos serviços. Andrade salienta que:

---

<sup>15</sup> Entende-se por acolhimento o atendimento inicial que o paciente recebe ao chegar a uma unidade de saúde. Geralmente este procedimento é realizado por enfermeiros ou técnicos em enfermagem que verificam os sinais vitais, fazem perguntas sobre possíveis sentimentos de mal-estar e, se necessário, encaminham o paciente para um médico clínico geral ou da especialidade a qual se faz necessária.



Se o povo de uma cidade não compreender a Administração Pública local, é quase certo que ele terá um conceito errado dos fatos. E se ele não tiver oportunidade de julgar os fatos e a política estabelecida, ele reagirá aos rumores. A população de uma comunidade é capaz de analisar e entender os problemas de um Governo municipal, mas é necessário que ele tenha acesso às mesmas informações básicas que devem ter os vereadores e funcionários municipais. (1982, p. 138).

Neste sentido o profissional de comunicação atuante na saúde pública pode trabalhar de forma a informar aos pacientes de que a demora para a realização de exames médicos ou de consultas especializadas nem sempre é de responsabilidade da administração local, visto que esta, muitas vezes, fica de mãos atadas, por depender de ordens superiores, como dos governos de municípios vizinhos, governo estadual e até mesmo, em alguns casos, do governo federal.

#### **4 Considerações Finais**

Por meio do estudo realizado, foi possível perceber que o profissional de Relações Públicas pode auxiliar na busca de uma comunicação eficaz entre o poder público constituído e a população de determinada localidade. Pode, ainda, elaborar um planejamento estratégico de comunicação voltado para as características internas de órgãos públicos e, da mesma forma, envolvendo as comunidades representadas por estes.

No que se refere à comunicação pública, buscou-se elencar oito princípios, a partir de ideias do ex-secretário de comunicação do governo Lula, Luiz Gushiken, como consta na página 8 deste trabalho. Acredita-se que seguindo estes passos, o comunicador atuante nesta esfera poderá garantir uma melhor relação do governo com a comunidade.

Percebe-se ainda, que o profissional de Relações Públicas pode atuar no setor de saúde pública orientando médicos, enfermeiros, técnicos de enfermagem, e demais profissionais que atuam diretamente com a população, com o uso de uma comunicação que contemple a realidade social, econômica e cultural de cada grupo social, beneficiado pelos programas e pelas políticas públicas. Dessa forma, resgatam-se os princípios de cidadania e os atendimentos passam a ocorrer de forma mais humanizada para uma população que não é cliente, mais sim contribuinte e consumidora de recursos que ela mesma, através da arrecadação de impostos, ajuda a construir.



## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Administração de relações públicas no governo**. São Paulo: Loyola, 1982
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1994
- CAMPOS, Gastão Wagner de Sousa. **A saúde pública e a defesa da vida**. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2006
- DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009
- FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica**. 2.ed. São Caetano do Sul, SP: Yendís, 2008
- GRUNIG, James E; FRANÇA, Fábio; FERRARI, Maria Aparecida. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Nova ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Summus, 2002
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007
- MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna. **Estado e gestão pública: visões do Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: FGV, 2006
- PESSONI, Arquimedes. **Comunicação & saúde: parceria interdisciplinar**. São Paulo: CESCO, 2006
- SILVA, Maria Júlia Paes da. **Comunicação tem remédio: a comunicação nas relações interpessoais em saúde**. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2005
- SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política**. 5.ed. São Paulo: Summus, 1995