

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS COMUNICAÇÃO E ARTES  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Larissa Rocha Ferreira Souza

**RELAÇÕES PÚBLICAS NO AMBIENTE HOSPITALAR:  
CENÁRIO DOS HOSPITAIS PÚBLICOS DE ALAGOAS**

Maceió

2021

LARISSA ROCHA FERREIRA SOUZA

**RELAÇÕES PÚBLICAS NO AMBIENTE HOSPITALAR:  
CENÁRIO DOS HOSPITAIS PÚBLICOS DE ALAGOAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas.

Orientadora: Dra<sup>a</sup>. Sandra Nunes Leite

Maceió

2021

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário Responsável: Valter dos Santos Andrade – CRB-4 - 1251

S729r Souza, Larissa Rocha Ferreira.

Relações públicas no ambiente hospitalar: cenário dos hospitais públicos de Alagoas /  
Larissa Rocha Ferreira Souza. – 2021.  
59 f.

Orientadora: Sandra Nunes Leite.

Monografia (Trabalho de conclusão de curso em Bacharelado em Relações Públicas) –  
Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.  
Maceió, 2021.

Bibliografia: f. 55-58.

Apêndice: f. 59.

1. Relações públicas. 2. Hospitais públicos – Alagoas. 3. Comunicação. I. Título.

CDU: 659.4

A Deus, que me deu muito mais do que mereço...  
A todos os meus familiares que foram meu  
suporte e me permitiram voar..

## **AGRADECIMENTOS**

Rendo todo o meu louvor a Deus, que é meu Pai e foi o primeiro a sonhar com essa graduação que estou concluindo, ao Espírito Santo que me conduziu e impulsionou nessa grande aventura e a Jesus Cristo por me dar colo, abrigo, e por ser minha base e sustento. A Virgem Maria que com seu amor de mãe foi meu consolo nesses cinco anos longe da minha família e da minha cidade natal. Agradeço a Milena, minha mãe por todo esforço empregado na realização dos meus sonhos, ao meu pai Roosevelt por seu apoio e intercessão constante, a Aguinaldo Júnior meu padrasto por sua paciência incansável e por não me deixar desanimar, aos meus avós Francisco de Assis, Erivane e Sílvia, que são meus maiores exemplos de integridade, persistência e honestidade. Aos meus tios George e Assiane, toda a minha gratidão por acreditarem em mim e não medirem esforços para me ajudar. As irmãs que ganhei na graduação, Mayra e Fabiana agradeço a amizade, parceria e por estarem e permanecerem comigo em todos os momentos. De modo especial, agradeço a família que formei em Maceió, por Evelyni, Giulia, Alcione, Sandra Nunes, Sr. Zé e todos os meus irmãos da comunidade Shalom, que me sustentaram por meio da intercessão, em especial a minha célula São João Paulo II e a minha formadora pessoal Natasha.

## RESUMO

Acreditamos que a comunicação tem um papel social e estratégico, podendo auxiliar na manutenção de direitos fundamentais. Nesse sentido, iremos focar nossa atenção na interface da Comunicação com a Saúde, buscando compreender qual a função das Relações Públicas (RP) no cenário das organizações públicas de saúde. Dado o universo amplo do Sistema Único de Saúde (SUS) iremos direcionar as nossas pesquisas aos hospitais públicos, tendo em vista a complexidade dos serviços prestados e da sua teia de relacionamento, faremos um recorte do cenário do estado de Alagoas, com o objetivo de identificar, descrever e analisar a atividade de RP nesse contexto. Neste percurso utilizaremos as metodologias de pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade e observações sistemáticas. A falta de visibilidade e de reconhecimento das RP influenciam negativamente as suas oportunidades de atuação nessas organizações, se configurando como um problema estrutural, do qual também iremos tratar. Esta pesquisa não tem como intenção esgotar as discussões sobre o tema, mas sim chamar atenção para a relevância dele e propor a reflexão e o debate.

**Palavras-chave:** Relações Públicas; Comunicação e Saúde; SUS.

## **ABSTRACT**

We believe that communication has a social and strategic role, can assist in the maintenance of fundamental rights. In that sense we will focus our attention on the interface of Communication with Health, seeking to comprehend the role of Public Relations (PR) in the scenario the public health organizations. Given the wide universe of the National Health Service we will direct our research to public hospitals, taking into account the complexity of the services provided and their web of relationship, making a clipping of the scenario of the state of Alagoas, with the objective of identifying, describing and analyzing the PR activity. In this course we will use the methodologies of bibliographic research, in-depth interview and systematic observations. The lack of visibility and recognition of PR negatively influences their opportunities to act in these organizations, configuring a structural problem that we will deal with later. This research is not intended to exhaust discussions on the subject, but rather to draw attention to the relevance and propose reflection and debate.

**Keywords:** Public Relations; Communication and Health; National Health Service.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRASCO	Associação Brasileira de Saúde Coletiva
ABRP	Associação Brasileira de Relações Públicas
AERP	Assessoria Especial de Relações Públicas
ALAIC	Associação Latino-Americana de Pesquisadores de Comunicação
ASCOM	Assessoria de Comunicação
ASCOM SESAU	Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas
C&S	Comunicação e Saúde
CACON	Centro de Alta Complexidade em Oncologia
CO	Comunicação Organizacional
CSN	Companhia Siderúrgica Nacional
Ebserh	Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares
Fiocruz	Fundação Oswaldo Cruz
HEA	Hospital de Emergência do Agreste
HEMOAL	Hemocentro de Alagoas
HGE	Hospital Geral do Estado Professor Osvaldo Brandão Vilela
HM	Hospital da Mulher
HMA	Hospital Metropolitano de Alagoas
HRM	Hospital Regional da Mata
HRN	Hospital Regional do Norte
HUPAA	Hospital Universitário Professor Alberto Antunes
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa
OMS	Organização Mundial da Saúde
OP	Opinião Pública
PNS	Pesquisa Nacional de Saúde
RP	Relações Públicas
RSB	Movimento da Reforma Sanitária Brasileira
SAMU	Serviço de Atenção Móvel de Urgência

SESAU	Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas
SGR	Sistema Regulador de Gestão
SISREG	Sistema Nacional de Regulação
SUS	Sistema Único de Saúde
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UNB	Universidade Federal de Brasília
UPA	Unidades de Pronto Atendimento
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>COMUNICAÇÃO SOCIAL</b>	<b>13</b>
2.1	RELAÇÕES PÚBLICAS	13
<b>2.1.1</b>	<b>Histórico</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Conceitos e Teorias</b>	<b>16</b>
2.2	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	20
2.3	COMUNICAÇÃO E SAÚDE	23
<b>3</b>	<b>SAÚDE</b>	<b>25</b>
3.1	SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE	26
<b>3.1.1</b>	<b>Sistema de Saúde</b>	<b>27</b>
<b>3.1.2</b>	<b>As feições do SUS na PNS/2019</b>	<b>28</b>
<b>4</b>	<b>A COMUNICAÇÃO NOS HOSPITAIS PÚBLICOS DE ALAGOAS</b>	<b>31</b>
4.1	HOSPITAIS	32
4.2	A COMUNICAÇÃO NESSAS INSTITUIÇÕES	37
4.3	RELAÇÕES PÚBLICAS NO AMBIENTE HOSPITALAR	44
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>50</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>53</b>
	<b>APÊNDICE — QUESTIONÁRIO</b>	<b>56</b>



## 1 INTRODUÇÃO

O processo de globalização e modernização tem impactado a área da comunicação. Com o avanço das redes sociais *online* e a democratização do acesso à informação, se ampliou o espaço e o poder de fala dos cidadãos, permitindo que haja mais debates acerca de temas de interesse público, tornando-os participantes ativos do processo comunicacional. É nesse cenário que as Relações Públicas (RP) vêm ganhando força por meio das estratégias de relacionamentos e responsabilidade social:

Hoje, pode-se dizer que os estudos são mais abrangentes e contemplam muitos assuntos em uma perspectiva mais ampla, como análise de discurso, tomada de decisão, poder, aprendizagem organizacional, tecnologia, liderança, identidade organizacional, globalização e organização, entre outros (KUNSCH, 2009, p.75).

Por ser uma área interdisciplinar, é comum observarmos as perspectivas de atuação do RP nas grandes empresas, nas instituições públicas, nas assessorias de comunicação, nos órgãos estatais, na política e nas organizações do terceiro setor. Contudo, percebemos que existe uma lacuna no que tange a sua associação com a área da saúde, são raras as abordagens que tratem diretamente dessa relação, tanto no que diz respeito à prática profissional nesses ambientes, quanto à literatura.

A liberdade de expressão e o acesso à informação são instrumentos importantíssimos no processo democrático. Partimos do pressuposto de que a comunicação é um direito que auxilia no estabelecimento e manutenção de outros direitos fundamentais, uma vez que a comunicação exerce um papel de mediação entre os públicos diante dos dilemas sociais. A Constituição da República Federativa Brasileira de 1988 prevê que a saúde é um direito fundamental, delegando ao Estado a obrigação de garantir o acesso de forma integral, universal e igualitário à toda a população.

Neste sentido, esta monografia é uma pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo que tem por objetivo refletir sobre o panorama das RP na saúde. Além de identificar, descrever e analisar a sua atuação nos hospitais públicos de Alagoas, considerando as precariedades do Sistema Único de Saúde (SUS) e como se dá a

participação do profissional nesse cenário. Devido aos desafios impostos pela pandemia do novo coronavírus, que impossibilitaram a pesquisa de campo, como forma de coleta de dados foram realizadas entrevistas em profundidade com profissionais que atuam em órgãos de comunicação nos hospitais do estado de Alagoas.

Partindo da grande área da Comunicação, no primeiro capítulo, intitulado *Comunicação Social*, iremos adentrar no contexto histórico do surgimento das RP, descrevendo a trajetória da área nos Estados Unidos e no Brasil, refletindo e fazendo ligações entre as teorias e conceitos da área. Traçaremos um paralelo entre RP e Comunicação Organizacional (CO), apresentando algumas perspectivas teóricas acerca dessa relação sob a perspectiva dos autores Ruão (2004), Kunsch (2009) e Leite (2018). Sendo a comunicação um elemento constitutivo das organizações e o enfoque deste trabalho as instituições da área de saúde, no final deste capítulo abordaremos essa relação.

No segundo capítulo abordaremos o conceito de saúde, estabelecendo a noção de saúde em toda a sua complexidade e não somente na associação direta à doença. Veremos, mais à frente, como se deu o processo de criação e implantação do Sistema Único de Saúde (SUS), seus princípios e diretrizes. Fazendo um panorama das suas feições na atualidade observamos que apesar de ser destaque e referência mundial, ele enfrenta inúmeros desafios, dado às dimensões continentais do país, a diversidade cultural e a disparidade socioeconômica, que exige esforços e investimentos maiores por parte do governo.

O último capítulo, que tem como título *A Comunicação nos Hospitais Públicos de Alagoas*, irá se dedicar à tentativa de mapear e compreender a cena interacional específica dos hospitais alagoanos, e como se dá a atuação dos profissionais de comunicação nesses ambientes. Faremos um levantamento dos principais hospitais públicos de Alagoas, trazendo, de forma sucinta, o histórico e a descrição das suas atividades. Buscando também compreender questões tais como: “existe um setor específico que lide com a comunicação? Se sim, como se estabelecem esses setores? Quais as atividades desse caráter desenvolvidas neles?”. Em seguida, analisaremos as informações coletadas, e abordaremos a perspectiva prática de atuação do RP diante das realidades encontradas.

A Comunicação é um instrumento de gestão, uma ferramenta que deve ser usada de forma estratégica a favor das organizações e de seus públicos, principalmente se tratando das instituições públicas o RP tem um papel social muito importante. Ao longo deste trabalho falaremos dos hospitais públicos, das suas complexas redes de relacionamentos e do desafio que é trabalhar no sentido de atender às demandas de todos os seus públicos. Veremos que a atuação do RP nesse ambiente, além de outros fins, tem uma perspectiva de manutenção de direitos.

Existe uma relação de interdependência entre as áreas de Saúde e Relações Públicas, sem que uma não sobreponha a outra, essa relação se estabelece na intersecção, no ponto de encontro entre elas. Esta pesquisa não tem como objetivo/intenção esgotar as discussões sobre o tema, mas sim chamar atenção para a relevância dele e propor a reflexão e o debate.

## **2 COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Partimos do pressuposto de que a comunicação é inerente ao ser humano, pois desde os primórdios a humanidade já exprimia essa necessidade de comunicar-se, seja através de pinturas rupestres, dos gestos ou de grunhidos. Com o passar do tempo, ampliou-se a noção de que o ato comunicativo não é um processo meramente intuitivo. Somos seres relacionais, vivemos em sociedade e nela estabelecemos interações por meio do uso da linguagem verbal (palavras escritas ou faladas) e não verbal (gestos, posturas, signos, músicas e etc.).

A Comunicação se apresenta como um campo dinâmico, que sofre influência dos meios de comunicação, das novas tecnologias e dos relacionamentos, que são norteados pelo contexto econômico, social e cultural. A grande área das ciências da comunicação surge dessa necessidade de estudar os elementos comunicacionais e estruturá-los por meio de métodos científicos. A partir da comunicação social surgem outras áreas: Jornalismo, Rádio e TV, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e novas subdivisões, como a Comunicação Organizacional e a Comunicação e Saúde, das quais trataremos neste capítulo.

### **2.1 RELAÇÕES PÚBLICAS**

#### **2.1.1 Histórico**

Falar do início das Relações Públicas (RP) é adentrar na compreensão da multiplicidade de contextos, histórias e apontamentos que envolvem e dividem opiniões sobre o tema, tanto no que diz respeito ao seu surgimento, quanto ao seu conceito e significado. Pode-se dizer que as atividades profissionais surgem a partir de necessidades, gerais ou específicas, das pessoas, governos e organizações. Muitos autores norte-americanos apresentam os Estados Unidos como o local de origem das RP, retratando que a realidade do país, na época, era marcada pelo capitalismo monopolista, pela luta de classes e pelo início dos movimentos sindicais.

É nesse cenário, permeado por conflitos e disputas de poder, que nos são apresentados os registros do marco inicial da área, para o qual é atribuída a famosa frase “O público que se dane”, proferida pelo magnata das estradas de ferro William H. Vanderbilt, que ao perceber a proporção negativa que tal declaração provocou, tentou desmenti-la. A atitude de Vanderbilt refletia o comportamento comum dos empresários que comandavam os principais monopólios industriais do país, frente à opinião pública. Por outro lado, dentro desses organismos empresariais, o corpo funcional passa a contar com a estruturação de movimentos sindicais, por meio dos quais são alardeadas a voz e a visibilidade dos trabalhadores, sendo a greve um instrumento bastante utilizado para tal.

Diante da efervescência dos movimentos sindicais, das greves e da cobertura da imprensa, as companhias não tinham mais forças para continuar com a mesma conduta aplicada até então, abafando as vozes dos seus empregados e encobrindo as péssimas condições de trabalho. Foi preciso mobilizar a opinião pública, por esta razão em 1903 o jornalista e publicitário Ivy Lee ganhou destaque como agente de imprensa, escrevendo artigos para jornais e propondo uma atividade direcionada aos relacionamentos das instituições com seus públicos. Em 1906 ele abre um escritório com atividades voltadas para a área de Relações Públicas, em Nova York.

Em abril de 1914, acontece nos Estados Unidos o Massacre de Ludlow, um episódio marcante e sangrento que deixa vários feridos e expõe, de forma explícita, a realidade dos trabalhadores da indústria da mineração. Naquela região havia cerca de 11 mil mineiros empregados da Colorado Fuel and Iron Company, empresa da família Rockefeller. Houve, por parte do sindicato dos mineiros, tentativas de diálogo com a empresa, que por sua vez, não só se negou a dialogar como os expulsou das casas que eram propriedades da companhia, e em meio à greve teve início o conflito armado entre a Guarda Nacional do Colorado e a Guarda da Colorado Fuel and Iron Company, que acabou incendiando todo o acampamento onde os mineiros e suas famílias estavam.

Diante disso, John D. Rockefeller contrata Ivy Lee para gerenciar a crise que abalava a sua imagem e a da sua companhia. Neste polêmico caso, Lee começa a atuar no sentido de melhorar a reputação do magnata e da sua organização.

Fundamentando seu trabalho em ações estratégicas de comunicação e relacionamento, uma das atitudes adotadas foi levar Rockefeller Junior pessoalmente para conversar com os mineradores. A escuta ativa humanizou e gerou aproximação com os públicos, uma mudança impactante e meticulosamente planejada que atraiu os olhares da imprensa. O trabalho desenvolvido por Lee teve bastante êxito, e assim a profissão foi se consolidando sob o cenário do mercado capitalista americano.

Muitas agências de RP foram abertas após a Primeira Guerra Mundial, e algumas passaram a ter cargos específicos para os profissionais, que atuavam junto à alta direção. Nesse mesmo período surge Edward L. Bernays, psicólogo e sociólogo responsável por associar um caráter mais técnico e científico à área, ele escreve *Cristalizando a Opinião Pública (Crystallizing Public Opinion)*, considerado o primeiro livro de Relações Públicas do mundo. Com tantas mudanças em nível mundial, o período entre guerras foi de expansão e crescimento para a área de RP.

No Brasil, as Relações Públicas ganham destaque com a chegada da empresa canadense The Light and Power Co, em 1914, que criou o departamento de RP, chefiado pelo engenheiro alagoano Eduardo Pinheiro Lobo, posteriormente conhecido como patrono das Relações Públicas. Até então, a prática de RP estava restrita a poucas empresas internacionais, foi em 1951 que tivemos o primeiro departamento de RP em uma empresa brasileira, a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN). O país vivia um momento de desenvolvimento industrial, e com a ascensão das multinacionais as RP cresceram como atividade empresarial.

Seguindo a mesma tendência dos EUA as RP surgem no Brasil, primeiro como atividade profissional, até que se desenvolvam as bases teóricas, cujo marco é o lançamento do primeiro livro de Relações Públicas, *Para entender Relações Públicas*, de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, em 1962. Em 1954 foi criada a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), que lutou para institucionalizar a profissão. Mais tarde, em 1967 ocorre a regulamentação da profissão, por meio da lei nº 5377/67, e em seguida, no mesmo ano é criado o primeiro curso de graduação, na Universidade de São Paulo. Andrade foi um dos fundadores do curso e tornou-se referência na área no Brasil, destacando-se no meio científico.

Durante a ditadura militar, muitas técnicas de RP foram utilizadas pelos governantes, no intuito de promover o regime militar, censurar a imprensa e controlar a opinião pública. Em 1968 foi criada a Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), que na verdade era um setor de propaganda política, que mascarava, por meio da censura, o que realmente estava acontecendo no país. Após esse episódio tão triste da história, as RP ficaram com a imagem negativa perante a sociedade, que a associava a toda dor e tortura vivida na ditadura militar. Somente nas décadas seguintes, com as mudanças na economia e o processo de redemocratização, as RP foram tendo novamente oportunidades de crescer e de expor aquilo que ela tem a oferecer, se utilizada para os fins corretos, pautados na ética e no direito.

É natural que busquemos marcos fundantes, que nos auxiliem na legitimação e na memória de uma área profissional, e no caso das Relações Públicas consideramos que mais importante do que a disputa de qual teria sido o marco histórico é compreendermos o cenário, o panorama histórico que influenciou e segue influenciando a atividade. Percebe-se que a atuação profissional desponta primeiro e o conhecimento científico vai acompanhando, encarregando-se do desenvolvimento de bases teóricas que direcionem os estudos acadêmicos e o mercado de trabalho. Como afirma Grunig (1992), a fusão da prática com a teoria é o que garantirá a excelência das Relações Públicas.

### **2.1.2 Conceitos e Teorias**

Muitas são as teorias que buscam fundamentar e conceituar as Relações Públicas, que por ser um termo polissêmico, torna-se mais difícil englobar todos os sentidos em um único conceito uma vez que apresenta diferentes perspectivas, tanto na profissão, quanto nos cargos e atividades. Situada no campo das ciências sociais aplicadas, tem seu foco nos relacionamentos entre os mais diversos públicos. A falta de um consenso conceitual interfere na legitimação da profissão, buscaremos aqui trazer algumas teorias que nos ajudem a refletir sobre o conceito e a prática das Relações Públicas.

As Relações Públicas, enquanto área científica, se constitui por elementos da política, sociologia, psicologia e da comunicação, o que confere à mesma vários enfoques que convergem em um objetivo central: o relacionamento entre os públicos. Simões (1995) apresenta uma perspectiva das RP enquanto disciplina teórica, chamando atenção para seu caráter interdisciplinar e trazendo a ideia do que ele chama de programas de Relações Públicas, que contam com quatro etapas: diagnóstico, prognóstico, assessoramento e implementação de projetos. O autor ressalta a necessidade de se conhecer bem a organização e seus públicos, para que os programas sejam eficazes e atendam às necessidades de cada instituição. Tal proposição deu forma às etapas do planejamento de comunicação.

Tomando como base o Paradigma sistêmico das Relações Públicas, Grunig e Hunt (1984) desenvolveram quatro modelos sistemáticos da prática moderna de RP, os quais são identificados: 1) Agente de Imprensa; 2) Informação Pública; 3) Assimétrico Bidirecional e 4) Simétrico Bidirecional.

Nos dois primeiros modelos a comunicação se dá de forma unidirecional, sem participação do receptor, não leva em conta as necessidades do público, e tem fins de propaganda. Eles classificam o terceiro e o quarto modelo como um sistema aberto, bidirecional, pautado na pesquisa dos públicos. O modelo assimétrico bidirecional traz o uso da pesquisa como forma eficiente de se conhecer o público ao qual será destinada a comunicação, e assim adotar a melhor estratégia, e ainda existe nele um forte apelo à persuasão. Já no Simétrico Bidirecional, a pesquisa continua presente mas de forma menos instrumental, apresenta a noção da interferência e relevância do público no ato comunicativo.

Sendo uma atividade que lida com relacionamentos humanos, não há como dissociar os estudos de RP dos enfoques psicológicos e sociológicos. Esse foi um dos principais legados de Edward L. Bernays, influenciado pelas teorias da Opinião Pública (OP) de Walter Lipmann (1922), tendo em vista sua abordagem, e também, poderíamos dizer, da teoria da psicanálise, do seu tio Sigmund Freud. Ocupou-se de estudar o papel do RP na construção e manipulação da OP, sua abordagem e teorias foram consideradas controversas, tal qual sua afirmação na obra *Opinião Pública*

(1997, p.53): “A manipulação consciente e inteligente dos hábitos organizados e das opiniões das massas é [sic] um elemento importante na sociedade democrática”.

Dado o destaque da área, mesmo sua imagem não sendo sempre associada a acontecimentos positivos, as RP estavam em pleno desenvolvimento, mas faltava uma base normativa que orientasse as práticas profissionais. Nos anos 90, em um cenário de constante mudança econômica e política, Grunig lidera um estudo, ao longo de 10 anos, que estabelece um modelo normativo das “relações públicas excelentes” a partir da análise e descrição da realidade pesquisada nas organizações com relação à prática de RP. O modelo era baseado em dez princípios genéricos que segundo os autores, poderiam ser aplicados em qualquer organização. São eles:

1. Envolvimento das Relações Públicas na gestão estratégica;
2. Autonomia das Relações Públicas na coligação dominante ao ocuparem uma posição em que reportam diretamente ao gestor sênior;
3. Função de Relações Públicas integrada;
4. As Relações Públicas são uma função de gestão separada de outras funções;
5. O papel do profissional de Relações Públicas;
6. O modelo simétrico bidirecional de Relações Públicas;
7. Um sistema simétrico de Comunicação Interna;
8. Potencial de conhecimentos para o papel de gestão das relações públicas simétricas;
9. Diversidade de recursos humanos em todos os papéis;
10. Ética e integridade.

Diante das diretrizes expostas acima podemos pontuar que o planejamento de RP fundamenta o modelo descrito, ideia que se consolidou e continua sendo bastante utilizada. Ele ressalta a preocupação com a construção e a manutenção dos relacionamentos, e a necessidade de conhecer e compreender cada um dos públicos da organização, estabelecendo que a profissão precisa ter autonomia na organização, além de propor a integração de todas as atividades em um único setor, ou a utilização de ferramentas de controle e coordenação das mesmas. Pontos como a gestão de

conflitos, a comunicação interna, a especialização e atualização dos profissionais aparecem dentre as diretrizes. Por fim, devido ao contexto de corrupção, dentro e fora das organizações, foi acrescentado o princípio da ética e integridade.

Acreditamos que as relações públicas devem ser praticadas para servir o interesse público, para desenvolver a compreensão mútua entre as organizações e os seus públicos e para contribuir para o debate informado na sociedade (Grunig, 1992, p.62).

Para atender às necessidades das organizações é preciso analisar os cenários e enxergar a complexidade dos públicos envolvidos, compreendendo suas especificidades. É papel do RP ter uma visão global, um olhar aprofundado e o pensamento estratégico, é essa a proposição da base normativa das “relações públicas excelentes”, rompendo com a perspectiva da manipulação da opinião pública e propondo a pesquisa, a investigação e a reflexão, que liberta à medida que informa. O público, que antes era entendido como altamente manipulável, passa a ser objeto de pesquisa, visando estabelecer estratégias que atendam às suas reais necessidades.

A produção científica com relação ao conceito de Relações Públicas no Brasil é bem limitada. O fato do termo comportar múltiplas definições e abarcar uma gama de sentidos e significados diferentes faz com que ao invés de se produzir teorias que clareiam o caminho, surjam embates metodológicos, levando mais à confusão e à subjetividade do que a proposições teóricas. Na concepção de Fábio França (2003) falta um olhar crítico diante do que é produzido em RP, uma mudança de comportamento que nos faça sair deste lugar de receptores passivos, que só consomem aquilo que é divulgado sem contestações, sem debate, sem senso crítico.

Parece que naturalizamos a controvérsia como característica da área, e diante da falta de aporte teórico, julgamos como natural e não buscamos refletir nem dedicarmo-nos a esse ponto. Se entre o meio acadêmico-profissional existe essa falta de clareza/unidade sobre o conceito de RP, como poderemos exigir do mercado, das organizações, e até mesmo da sociedade que reconheça o valor e o espaço das relações públicas? Esse tema certamente renderia um vasto e rico estudo, mas não é esse o propósito aqui, o nosso objetivo ao levantar tais questões é apresentar os

diversos aspectos, para que a partir deles possamos refletir criticamente a atuação das relações públicas.

Gestão e estratégia são duas palavras que estão na essência do exercício da profissão/atividade, e o RP é o gestor da comunicação, é o profissional que precisa ter um olhar do todo/global, conhecendo a organização e entendendo a sua estrutura, mapeando seus fluxos de relacionamento e conhecendo profundamente seus públicos. O conceito de Públicos também é muito utilizado em RP, e por ter características diversas, não seria suficiente tratá-los como público, no singular, nem como um grupo ou massa homogênea, como alerta Fortes (2003). Andrade (1996) os classifica em: Interno, Externo e Misto, e partindo dessas categorias podemos ir segmentando mais, desenvolvendo subgrupos dentro de cada grande grupo.

À medida que a comunicação foi sendo compreendida como uma ferramenta de gestão, houve a necessidade de incorporar profissionais capazes de lidar com essa demanda emergente, assim surgiram diversos cargos com diferentes nomenclaturas e funções, citando alguns: diretor de comunicação, assessor, técnico de relações públicas, conselheiro sênior, analista de comunicação, dentre outros. O setor de Assessoria de Imprensa foi dando espaço ao de Assessoria de Comunicação (ASCOM), na tentativa de englobar a comunicação como um todo, e não só o relacionamento com a mídia/imprensa.

As Assessorias de Comunicação estão cada vez mais presentes nas instituições, principalmente nas Públicas, atuando como órgão assessor da diretoria e pretendendo lidar com os relacionamentos com a mídia, com a comunicação interna, comunicação de crise, lobby e demais áreas de atuação da comunicação. No geral observa-se uma forte tendência informacional e mais voltada à propaganda, de cunho mercadológico e de divulgação de informações, movimento que nos aponta outra tendência do mercado de RP: colocar comunicação e informação como sinônimos, quando, na verdade, a comunicação se preocupa com o todo do ato comunicativo, que não se resume à informação, mas à forma, o meio, à linguagem, à compreensão e à produção de sentidos que determinada informação pode gerar.

## 2.2 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Ao longo do século XX a Ciência da Comunicação foi passando por um processo de fragmentação. Diante das transformações e mudanças da sociedade é natural que as disciplinas científicas criem essas “subdivisões” em vista de explicar, analisar e entender, de forma mais aprofundada, os fenômenos, nesse caso os fenômenos relacionados à comunicação. Muitas áreas da Comunicação se cruzam, inevitavelmente, como é o caso das Relações Públicas e a Comunicação Organizacional (CO), que enquanto área do conhecimento, está situada no campo das Ciências da Comunicação e nas Ciências Sociais Aplicadas, e tem sua origem atribuída aos estudos norte-americanos, que com o passar do tempo, foram amplamente difundidos em todos os continentes.

A CO entende que a comunicação seria o elemento constituinte das organizações, um estudo do fenômeno da comunicação humana nas organizações, que se preocupa com o todo organizacional, ou seja, com todos os aspectos que dizem respeito à estruturação e organização (RUÃO; SALGADO; FREITAS; RIBEIRO, 2014). No Brasil, a autora Margarida Maria Krohling Kunsch é uma das pioneiras nos estudos da área, ela nos orienta, acerca desse tema:

A Comunicação Organizacional precisa ser entendida de forma ampla e abrangente. Pode-se dizer que é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a Comunicação Organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos (KUNSCH, 2009).

Com o advento da tecnologia e a chegada da Era Digital muita coisa mudou, a velocidade e o acesso a informações transformou a forma de se comunicar influenciando até mesmo as relações de trabalho, e diante disso, as organizações tiveram que enfrentar um novo cenário, mais complexo e abrangente. Nele, as estratégias usuais já não atendiam às necessidades das instituições, sendo necessário um processo de adequação/atualização. Nesse sentido, a CO assume um novo papel levando em conta a pesquisa de opinião e de técnicas de comunicação. Diante disso, Kunsch (2009) propõe a “Comunicação Organizacional Integrada”, que seria a junção das quatro áreas da CO: Institucional, Administrativa, Mercadológica e Interna, a partir

de técnicas e objetivos específicos, unificando e trabalhando a comunicação nas organizações de forma mais coesa e harmônica.

A CO trouxe para as organizações a noção do real papel da comunicação no ambiente organizacional, em vários âmbitos. Conforme descritos acima, Ruão (2004) propõe que a CO seria uma macro área com vários pontos de estudo e as RP desenvolveriam suas ações focando em um ponto específico, que seria a gestão das relações entre a organização e seus públicos. Nesse contexto, ressaltamos que não existe, atualmente, um consenso sobre os limites entre as áreas de CO e RP. Uma vez que as RP atuam ativamente no contexto das organizações públicas, privadas e do terceiro setor, e para isso precisam adentrar no fenômeno comunicacional.

Podemos entender a CO como uma área de estudos que oferece subsídios teóricos e metodológicos para diversas outras áreas que compõem o todo organizacional, não se restringindo somente às RP, mas também ao Marketing, à Administração, ao Jornalismo, dentre outras. Esse movimento reflete uma tendência do próprio mercado, que vem alterando os paradigmas das profissões e buscando cada vez mais profissionais especialistas nesses novos nichos. No Brasil, a CO está ganhando espaço como curso de graduação a nível de bacharelado, sendo ofertada em duas Universidades públicas, a Universidade Federal de Brasília (UNB) e a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Traçando um paralelo da Comunicação Organizacional com as Relações Públicas podemos entender a CO como um fenômeno dotado de complexidade em seus processos, que ocorre nas organizações, e as RP seriam a gestão desses processos por meio dos subsídios da comunicação estratégica. Segundo a abordagem de Leite (2018), não há como dissociá-las, mas sim compreendê-las como um conjunto de circuitos que se conectam, provocam e são provocados ao movimento e às transformações.

Com os subsídios da CO e das RP iremos nos aprofundar na análise de uma estrutura organizacional em particular, a hospitalar, caracterizada como uma organização complexa, devido à sua estrutura, aos serviços oferecidos e às relações sociais que nela se estabelecem. As suas funções classificam-se em: preventiva, restauradora, ensino e pesquisa, podendo atender demandas gerais, ou especializadas,

como por exemplo, hospitais especializados em doenças específicas — câncer, tuberculose, doenças mentais e etc.. Com uma estrutura formal, burocrática e, no geral, altamente hierarquizada, os hospitais têm uma complexa divisão de funções e profissionais de diversas áreas.

É nesse contexto, de uma estrutura complexa e de enorme relevância para a sociedade, que iremos refletir, analisar e nos aprofundar na cena interacional dos hospitais públicos, assim como nos fluxos de comunicação que nele circulam e que se constituem a partir desse ambiente. Buscamos, assim, compreender qual o papel da comunicação nesse contexto e se as Relações Públicas poderiam contribuir no funcionamento e na melhoria dos serviços prestados aos usuários da rede pública de saúde.

### 2.3 COMUNICAÇÃO E SAÚDE

No Brasil, a Comunicação começa a ser associada à Saúde no início do século XX, com a criação do Setor de Propaganda e Educação Sanitária do departamento Nacional de Saúde Pública, em 1923, que tinha como objetivo inicial levar informações e atuar no sentido de conscientizar a população acerca dos hábitos de higiene e da prevenção de doenças. Ao passar dos anos, a comunicação em saúde foi adquirindo uma abordagem mais instrumental, enraizada no modelo Informacional (SHANNON; WEAVER, 1949). A comunicação era focada na transmissão de informações. Outra característica marcante deste período é a responsabilização do indivíduo por sua saúde, ignorando os fatores ambientais, políticos e econômicos, e a predominância dos discursos higienistas e preventivistas.

Em meados de 1990 se consolida como campo a Comunicação e Saúde (C&S), trazendo uma nova perspectiva para os estudos e práticas de comunicação na saúde, em um movimento que põe saúde e comunicação em uma estrutura de interdisciplinaridade, saindo do entendimento da comunicação como modelo estático, que pode ser aplicado em qualquer contexto sem que se analise o cenário e a realidade própria de cada instituição ou órgão de saúde. Estabelecendo-se na intersecção dessas

duas áreas consolidadas, a C&S deseja ampliar os enfoques e incluir novos aspectos de análise, tanto práticos quanto teóricos.

Nas últimas décadas a C&S teve um grande crescimento, foi ganhando espaço e sendo legitimada, passou a compor Grupos de trabalho e eixos temáticos em instituições importantes, como a Associação Brasileira de Saúde Coletiva (ABRASCO) e a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). No Brasil, foi criado o primeiro curso de pós-graduação *latu sensu* na Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Todas essas ações foram fomentando o campo e promovendo reflexão, debate e a proposição de novas teorias e formas de entender e analisar a comunicação no contexto das organizações de saúde.

Um dos grandes desafios da área é o desenvolvimento metodológico. Pesquisadores e interessados no tema recorrentemente esbarram nesse obstáculo, que não se restringe somente ao campo supracitado, mas permeia todas as áreas da Comunicação. Estabelecer metodologias que alicercem e orientem as pesquisas, e até mesmo as práticas comunicacionais, é uma das grandes demandas da área. Observa-se também a necessidade de atualização do diagnóstico da comunicação em saúde, no intuito de compreender como ela foi sendo incorporada, além de mapear a sua atuação, estruturas e atividades.

A Comunicação no Sistema Único de Saúde (SUS) ainda está embasada no modelo informacional, que entende a comunicação como um processo linear, unidirecional e bipolarizado, desconsiderando as dimensões que são alcançadas pelo ato comunicativo e o entendimento desse processo como via de mão dupla, reflexos de uma concepção de público como massa homogênea, conferindo exclusivamente aos emissores o direito de fala, desprezando a opinião do "decodificador". Não podemos excluir o fato de que vivemos um período de democratização do acesso à informação, no qual aumenta consideravelmente o uso da internet e das redes sociais, movimento que influencia diretamente o comportamento da população, inviabilizando a utilização dessa abordagem da comunicação.

### 3 SAÚDE

Ao ouvir a palavra saúde podemos fazer uma série de ligações, associando-a ao bem-estar, à ausência de doenças, a um modo de vida saudável, aos profissionais da área, a hospitais, medicamentos, dentre outras coisas, mas a ligação à doença é a mais comum. Alguns conceitos vêm mostrar uma perspectiva mais ampla, tirando o enfoque da relação pontual com a doença. A Organização Mundial da Saúde (OMS) define saúde como um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a mera ausência de doença ou enfermidade (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE, 2016). Na área científica muitos estudos debatem sobre a conceituação do termo e ressaltam a importância de aprofundamento nessas teorias. Para Hewerston Humenhuk (2002):

A saúde também é uma construção através de procedimentos. (...) A definição de saúde está vinculada diretamente a sua promoção e qualidade de vida. (...) O conceito de saúde é, também, uma questão de o cidadão ter direito a uma vida saudável, levando a construção de uma qualidade de vida, que deve objetivar a democracia, igualdade, respeito ecológico e o desenvolvimento tecnológico, tudo isso procurando livrar o homem de seus males e proporcionando-lhe benefícios.

De forma metafórica, poderíamos dizer que a saúde diz respeito ao ser como um todo, não devendo, assim, ser analisada a partir de um membro isolado, pois quando um membro está debilitado, o corpo todo sentirá. A saúde engloba um amplo contexto, que abrange aspectos do organismo (corpo físico), psicológicos (emocionais) e sociais, e por isso os debates e reflexões precisam ir além da relação saúde-doença, diagnóstico-paliativo e eliminação da doença. Utilizaremos essa abordagem do termo, que toca nas realidades sociais, econômicas, sanitárias e educacionais.

A Saúde é um direito fundamental, que deve ser assegurado a todos, sem distinções. No Brasil, tal direito é previsto na Constituição Federal, onde é atribuída ao Estado a responsabilidade de garantir que todos possam ter acesso a ela, tendo como princípios a equidade, universalidade e integralidade. Faz-se necessário, também, compreendermos que enquanto setor, a Saúde articula-se com os demais, influenciando e sendo influenciada pelas políticas públicas, pela gestão governamental,

pela educação e pela economia. Sua história, enquanto direito, passa pela luta de diversas classes e movimentos, como a Reforma Sanitária de 1960, que culminou na criação de um sistema unificado de Saúde.

### 3.1 SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE

No início da década de 1970 surge o Movimento da Reforma Sanitária Brasileira (RSB), que lutava pela democratização da saúde, formado por diversas categorias da sociedade, desde médicos e pesquisadores a estudantes e outras classes da sociedade civil. Após anos de esforço, os resultados das pesquisas, teses e conferências organizadas pelo movimento resultaram na criação do Sistema Único de Saúde (SUS), por meio da promulgação da Constituição Federal de 1988, que apresenta a saúde como um direito fundamental.

O cenário da saúde no Brasil, anterior à RSB é marcado pela assistência previdencialista, na qual o acesso à saúde estava relacionado a alguns serviços de assistência médica que as empresas ofereciam aos que tinham um vínculo de trabalho formal. Esse movimento foi fortalecendo a iniciativa privada, e despontando o que, futuramente, seriam os planos de saúde privados. Os governos, ao invés de ampliar a cobertura dos seus serviços, pagavam à rede privada, em uma espécie de terceirização, que perpetuava o fortalecimento dessa iniciativa/rede.

A Constituição Federal trouxe, em seu texto, as políticas sociais e econômicas como alicerces para a garantia do direito à saúde, e a abordagem dessa temática nos leva a um conceito de atenção integral à saúde, apresentando também algumas características que contribuíram na elaboração e estruturação do SUS, são elas:

- Universalidade: que leva em conta a diversidade da população brasileira, conferindo a todos o direito de acessar o sistema de saúde;
- Acesso Iguatário: garante que todos tenham acesso aos mesmos serviços de forma igual;
- Equidade: essa noção surge em paralelo, tendo em vista a desigualdade na distribuição de recursos e tem por meta alcançar a igualdade.

Apesar de abordar o tema da saúde com essa nova perspectiva do direito e da cidadania, a Constituição deixou algumas brechas no que diz respeito à relação da iniciativa privada nesse sistema, e ao detalhamento das diretrizes de funcionamento do mesmo. O SUS toma forma enquanto sistema por meio da Lei Orgânica da Saúde nº 8.080, de setembro de 1990, seguido pela Emenda Constitucional nº 29, de 13 de setembro de 2000, que estabelece uma administração de forma tripartite, orientando que os recursos devem vir da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios.

### **3.1.1 Sistema de Saúde**

Depois de vermos as bases nas quais o SUS foi estruturado e fazermos um breve histórico dele, passemos agora para a perspectiva do seu funcionamento e organização. Primeiro é importante partirmos do entendimento do que é um sistema de saúde. Paim (2009) resume dizendo que um sistema de saúde é o conjunto de agências e agentes que atuam tendo como principal meta garantir a saúde dos indivíduos e das populações.

As agências são compostas por organizações públicas ou privadas, governamentais ou não. É importante salientar que o sistema de saúde é algo amplo e abrange todas as agências que prestam serviços de saúde, sendo observadas as organizações privadas como parte desse conjunto. Os agentes são os profissionais, trabalhadores da saúde e de outras áreas, que atuam no sistema, que estabelecem uma relação importantíssima de vínculo e confiança com os usuários (do sistema).

Nesse complexo espaço, cada vez mais profissionais, de áreas distintas da saúde, são incorporados ao sistema, atuando de forma integrada, desenvolvendo atividades de grande relevância para o crescimento e manutenção do sistema. Apesar de ainda não terem um reconhecimento oficial como parte do sistema, cresce a procura e a contratação de profissionais de comunicação, engenharia, administração, arquitetura, ciências contábeis, que tenham especialização na área de gestão da saúde pública ou algum tipo de experiência nesse sentido.

A nível organizacional o SUS é um sistema em rede que se estrutura de forma regionalizada e hierarquizada. Adota-se a metodologia de dividir o território brasileiro em áreas delimitadas visando atender às necessidades específicas de cada sub-região e assim reduzir as desigualdades sociais e territoriais, tendo em vista a diversidade da população e a utilização dos recursos de forma racional e planejada, para atender melhor os cidadãos.

A gestão no SUS se dá de forma tripartite, existem gestores nas três esferas do Governo:

- Municipal: gestão é feita pela secretaria de saúde do município, que tem como atribuição programar, executar e avaliar ações de promoção de saúde;
- Estadual: os gestores são os secretários estaduais de saúde, eles têm a função de elaborar planos, tendo em vista as necessidades expostas por cada município, consolidando propostas que representem o estado;
- Federal: Ministério da Saúde, responsável por liderar o conjunto de ações, coordenando, formulando e exercendo o controle das políticas nacionais de saúde.

### **3.1.2 As feições do SUS na PNS/2019**

Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) realizada em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa (IBGE), 71,5% da população brasileira, o que equivale a mais de 150 milhões de pessoas, dependiam exclusivamente do SUS naquele ano, e cerca de 59,7 milhões possuíam algum plano de saúde médico ou odontológico. Ressaltamos que dentre os que possuem planos de saúde, não se exclui a possibilidade de também serem usuários do SUS, podendo fazer o uso de ambas as redes simultaneamente. Observamos que existe uma lacuna que marca a ocorrência de cidadãos que ainda não têm acesso aos serviços públicos de saúde. Mesmo assim, é possível perceber que ao longo dos últimos anos, o SUS tem concentrado esforços em cadastrar essa população no sistema.

Dentre os maiores desafios enfrentados pelo SUS, conforme pontua Paim (2009), estão: 1) a distribuição desigual da infraestrutura do sistema, que engloba um

número deficitário de estabelecimentos e de profissionais de saúde; 2) a demanda da população, que cresce a cada ano, em uma proporção muito maior do que a da capacidade estrutural e humana do sistema; 3) a falta de financiamento, de investimento de recursos no sistema, que é responsável por uma parcela dos problemas enfrentados; 4) a organização e a gestão do SUS, que são responsáveis pela outra parcela.

Podemos dizer que a descentralização do SUS trouxe vantagens e desvantagens, uma vez que a gestão participativa entre as três esferas de poder deveria beneficiar a população como um todo, já que cada região teria suas necessidades específicas atendidas. Contudo, quando analisamos a questão, percebemos que existe um despreparo e falta de unidade na gestão entre os municípios, os estados e o Governo. As questões políticas, o jogo de interesses e o *lobby* dos planos de saúde ainda exercem uma grande interferência na gestão do SUS, revelando o descaso e a falha do poder público, não só com o SUS, mas com cada cidadão que tem seu direito à saúde prejudicado.

Apesar de ser considerado mundialmente como uma referência em sistemas de saúde, a imagem do SUS no Brasil está cada vez mais atrelada às suas deficiências. As principais queixas são: as grandes filas de espera, pessoas madrugando ou até mesmo dormindo nas portas dos hospitais para realizarem marcação de consultas e exames, a descortesia no atendimento, a desatenção dos profissionais que fazem o primeiro contato com os usuários — recepcionistas, auxiliares, seguranças profissionais da saúde —, a superlotação — que ocasiona as cenas de corredores lotados, com macas e pessoas acomodadas de forma improvisada —, pacientes que precisam peregrinar de unidade em unidade em busca de vaga, entre outras coisas relatadas.

Em contrapartida, o SUS apresenta a proposta da política de Humanização da Atenção e Gestão do SUS, conhecida como HumanizaSUS. Esse conceito, que foi sendo amplamente difundido na área, levou a proposição de reflexão e de novas atitudes, nas diversas áreas da saúde e da gestão. Observando pela ótica das ciências humanas, pode-se considerar que, em algum momento, o comportamento deixou de ser humano, refletindo relacionamentos vazios, distantes, a falta de identificação e humanidade dos próprios indivíduos que compõem o sistema de saúde.

Apesar de todas as dificuldades enfrentadas nesses 33 anos de funcionamento, o SUS representa uma conquista do povo brasileiro, um avanço na democracia e no acesso à saúde pública. Segue como referência, oferecendo uma assistência integral e gratuita, na atenção básica e de média e alta complexidade, tratando também de doenças como Aids, câncer, tuberculose e hanseníase. Além de ser o maior sistema público de transplantes de órgãos do mundo e contar com o Serviço de Atenção Móvel de Urgência (SAMU) e o Programa de Saúde da Família.

É necessário unir esforços no sentido de defesa do SUS, buscar ferramentas de gestão mais eficientes, e uma melhor utilização dos recursos, conscientizar a população visando uma maior participação do povo na gestão, em todas as suas instâncias. Acreditamos que o acesso à informação e a comunicação sejam vias importantes para promover o fortalecimento do SUS, e que as Relações públicas tem muito a acrescentar nesse aspecto, desde um trabalho com o público interno que compõe o SUS até a construção e manutenção da sua imagem e reputação perante a sociedade, a mídia e as autoridades.

#### **4 A COMUNICAÇÃO NOS HOSPITAIS PÚBLICOS DE ALAGOAS**

No intuito de garantir a cobertura universal e o acesso à saúde, o SUS se divide em ambientes de baixa, média e alta complexidade. Na base do sistema temos a atenção básica, também chamada de Atenção Primária à Saúde, responsável pela assistência de baixa complexidade, que tem seus esforços pautados, principalmente, no Programa de Saúde da Família (PSF) e no Programa de Agentes Comunitários (PACS). As Unidades Básicas de Saúde (UBS) compõem a atenção básica, cuja gestão é municipal, e representam a forma mais próxima de acompanhamento aos usuários, atuando em diversos programas como: saúde bucal, alimentação e nutrição, saúde da criança e do adolescente, saúde do idoso, saúde da mulher, DST/AIDS, dentre outros.

Os atendimentos ambulatoriais e hospitalares são distribuídos nas redes de média e alta complexidade, que se estruturam por meio das Unidades de Pronto Atendimento (UPA) e dos hospitais. O atendimento especializado e a utilização de recursos tecnológicos para tratamento e diagnóstico são a principal característica do ambiente de média complexidade, que atende a demandas provenientes da atenção básica e alguns casos de urgência e emergência, que a depender da necessidade, podem ser encaminhados para hospitais de alta complexidade. Esses, por sua vez, caracterizam-se por desempenharem procedimentos que demandam tecnologias avançadas, profissionais especializados, e uma estrutura física adequada, o que implica em altos custos.

Os hospitais são responsáveis pela maior parte dos atendimentos de média e alta complexidade, prestando serviços de prevenção, promoção e restabelecimento da saúde. Entendemos que a atenção à saúde deve ser integral, todos os níveis de cuidado devem atuar de forma integrada, cada um com as suas funções e particularidades. Decidimos por nos deter à observação do ambiente hospitalar, tendo em vista os pontos ressaltados anteriormente, o grau de complexidade dos serviços ofertados e a sua importância para o sistema de saúde e para a sociedade.

## 4.1 HOSPITAIS

A partir do objetivo de identificar, descrever e analisar a atividade de Relações Públicas no ambiente hospitalar, percebemos que precisávamos adentrar nesse ambiente, buscando entender primeiramente se esse profissional está presente nas organizações hospitalares, e se sim, como se dá a sua atuação. Tendo em vista o formato do trabalho e as condições impostas pela pandemia do novo coronavírus, não sendo possível realizar a pesquisa de campo, decidimos delimitar um universo a ser pesquisado. Como o enfoque é o SUS, limitamo-nos a pesquisar os hospitais públicos do estado de Alagoas, que atendem 100% pelo SUS.

O primeiro passo desse processo foi o mapeamento de todos os hospitais da rede SUS de Alagoas, coletando informações gerais como nome, localização, responsáveis pela gestão e contato. Esse primeiro levantamento foi realizado por meio de pesquisa em sites de busca e nos sites institucionais de cada organização, e nessa etapa já foi possível identificar se existia um setor responsável pela comunicação. A gestão de média e alta complexidade é de responsabilidade do Estado e do Ministério da Saúde, o que explica a concentração da comunicação na SESAU, com exceção do HUPAA, que por ser um hospital universitário, tem a gestão vinculada à Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

Posteriormente, foi realizada a primeira tentativa de contato com as instituições, devido as restrições impostas pela pandemia, mas o atendimento presencial foi suspenso, bem como as atividades de pesquisa nos hospitais. Por esse motivo, tivemos que readequar a metodologia, nos utilizando dos instrumentos possíveis nesse contexto. Os contatos iniciais se deram por *e-mail*, pelos quais, inicialmente, foram apresentados a proposta e os objetivos da pesquisa, e encaminhado um questionário, que se encontra no apêndice deste trabalho.

Porém devido ao longo tempo de espera pelo retorno, passamos a tentar contato também por meio do telefone institucional. Na ASCOM-HGE tivemos sucesso e prontamente eles responderam a entrevista, por meio do questionário online. Já na ASCOM-SESAU só tivemos êxito após mais de um mês tentando contato por telefone, *e-mail* e pelo *WhatsApp*. Em ambos os casos foi dada a justificativa do grande volume

de demandas no âmbito da comunicação. A situação mais alarmante e desafiante foi a do HUPAA, pois o telefone informado no site não estava em funcionamento e por *e-mail* também não obtivemos retorno, sendo necessário recorrer ao gabinete da superintendência, que nos informou que a única profissional responsável pela comunicação estava de licença e o por isso o ramal telefônico foi desconectado.

Uma vez coletadas as informações, partimos para a tabulação e análise dos dados, reunindo tudo que foi obtido através do questionário e das pesquisas realizadas nos meios de comunicação digitais — sites institucionais, redes sociais e portais de notícias — e da pesquisa bibliográfica. Nos tópicos a seguir nos debruçaremos/aprofundaremos nessa etapa de descrição e análise crítica do que foi observado sob a óptica das Relações Públicas, partindo da sistematização das informações de cada hospital que compõem a rede SUS em Alagoas.

- **Hospital Universitário Professor Alberto Antunes (Hupaa)**

O Hupaa é um hospital de média e alta complexidade, localizado em Maceió, capital do estado de Alagoas, que presta serviços de assistência em saúde e tem como característica principal o ensino e a pesquisa. Ele é um órgão suplementar da UFAL e em 2014 passou a ser administrado pela Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH). Considerado referência no Estado, ele presta assistência 100% pelo SUS.

A história do Hupaa, de certo modo, acompanha a fundação da Faculdade de Medicina da UFAL, quando hospital surge da urgente necessidade de um espaço onde se pudesse exercer a prática e desenvolver a pesquisa, para assim se formar profissionais qualificados. Em 1972 é firmado um convênio entre a UFAL, o governo do estado e a Universidade de Harvard, que teve como resultado a vinda do navio norte americano HOPE, que contava com uma equipe multiprofissional de médicos, enfermeiras e cientistas, e trazia tecnologia avançada, fomentando a pesquisa e a capacitação profissional e impulsionando, também, a fundação e o início das atividades do Hupaa, que se deu em 1973.

O hospital presta assistência ambulatorial, hospitalar e serviços de apoio ao diagnóstico, conta com 209 leitos (164 leitos de internação nas clínicas, 10 leitos de UTI

Adulto, 10 leitos de UTI Neonatal, 20 leitos de UCI Neonatal e 6 leitos no Hospital Dia). Conta com mais de 40 especialidades médicas, além de diversos programas e serviços, como: Banco de Leite Humano, Banco de Sangue, Programa de tratamento de AIDS, hepatites virais e DST's, Serviço de doenças pulmonares crônicas, Centro de Alta Complexidade em Oncologia (CACON), Tratamento para Epilepsia, Maternidade 24 horas, dentre outros.

- **Hospital Geral do Estado Professor Osvaldo Brandão Vilela (HGE)**

O HGE foi inaugurado no dia 16 de setembro de 2008, sua construção foi uma parceria entre o Ministério da Saúde e o Governo do Estado de Alagoas, por meio do programa QualiSUS, que tinha como objetivo promover um atendimento mais humanizado e oferecer serviços de urgência e emergência para a população alagoana. Atualmente, o hospital é referência nessa categoria, tendo emergência clínica e cirúrgica nas seguintes áreas: vascular; otorrinolaringologia; ortopedia; clínica médica; pediatria; cardiologia; neurologia clínica; neurocirurgia; cirurgia buco maxilo; endoscopia; serviço de imagens (RX, ultrassom e tomografia); hemodinâmica; cirurgia plástica; cirurgia torácica; hematologia.

Até pouco tempo a maior parte dos casos de urgência e emergência eram encaminhados para o HGE, mas nos últimos anos, com a inauguração de outros hospitais e das Unidades de Pronto Atendimento (UPAs), o fluxo foi sendo melhor distribuído. Mesmo assim o hospital enfrentou, diversas vezes, o problema da superlotação, devido à alta demanda de atendimentos. Sua administração é feita pela Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas (SESAU) e seus recursos são totalmente provenientes do SUS.

- **Hospital de Emergência do Agreste**

O Hospital de Emergência do Agreste foi inaugurado em 2003, fica localizado no interior do estado, na cidade de Arapiraca. Por localizar-se próximo às divisas com os estados de Pernambuco, Sergipe e Bahia, acaba não atendendo somente às demandas

do próprio estado, como também de algumas cidades dos estados vizinhos. Classificado como um hospital de média e alta complexidade, é referência em emergências provocadas por causas externas, como acidentes de trânsito, queimaduras, atropelamento e afins.

- **Hospital Ib Gatto Falcão**

Localizado em Rio Largo, o hospital Ib Gatto Falcão foi inaugurado em fevereiro de 1987, com 59 leitos, passando por uma reforma em 2006, e atualmente conta com os setores de clínica médica, obstetrícia, RX, clínica cirúrgica, laboratório de exames clínicos e UCI Neonatal. Em parceria com a secretaria de Estado da Saúde e da Paz foi implantado, no hospital, o centro de desintoxicação de dependência química.

- **Hospital da Mulher**

Localizado na capital do estado, o Hospital da Mulher Dra. Nise da Silveira, foi inaugurado em setembro de 2019 e é considerado um marco para a saúde pública no estado por ser o primeiro hospital a atender exclusivamente a mulheres. Oferecendo os serviços de Maternidade, ambulatorios, rede de assistência especializada para as vítimas de violência sexual, 24 horas, além do ambulatório LGBT, que visa o acolhimento e cuidado integral à saúde das pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais. O Hospital da Mulher é administrado pela SESAU.

- **Hospital Metropolitano**

O Hospital Metropolitano está situado em Maceió. Administrado pela SESAU, ele é considerado um dos maiores investimentos da saúde pública do estado. Sua construção teve início em abril de 2017 e foi finalizada em maio de 2020. Inicialmente, o hospital iria contar com 180 leitos, sendo 10 de UTI adulto, 10 de UTI pediátrica, 10 de UTI neonatal, outros 10 de UCI neonatal e os demais distribuídos entre pediatria, clínica médica e cirurgia obstetrícia.

Porém, devido à pandemia do novo coronavírus, o governo decidiu abrir o hospital com 160 leitos e atendimento exclusivo a pacientes acometidos pela Covid-19, se estabelecendo como referência no enfrentamento à doença, e destacando-se pela humanização na assistência médica e multiprofissional. A projeção é que depois da pandemia o hospital passe a ser referência em procedimentos cirúrgicos nas especialidades de ortopedia, neurologia, vascular e cardíaca, além da área de exames, como videoendoscopia, exames de imagem, colonoscopia e ressonância magnética.

- **Hospital Regional do Norte (HRN)**

Localizado no município de Porto Calvo, inaugurado em julho de 2020, o HRN seguiu a mesma demanda do Hospital Metropolitano, que teve a sua abertura acelerada para atender os casos de pacientes com Covid-19, ou com sintomas. Devido à sua localização mais afastada da capital, o HRN representa um avanço para a população da parte norte de Alagoas, desafogando a alta demanda da capital e diminuindo a distância que tinha que ser percorrida para que se tivesse acesso aos serviços de urgência.

Inicialmente foram disponibilizados 60 leitos, entre enfermaria e UTI, e o planejamento é que após a pandemia o hospital se torne referência na área de urgência e atenda à população dos municípios da região Norte do estado, que engloba, além de Porto Calvo, onde está situado, Jacuípe, São Luís do Quitunde, Jundiá, Matriz do Camaragibe, Passo do Camaragibe, São Miguel dos Milagres, Japaratinga, Porto de Pedras e Maragogi.

- **Hospital Regional da Mata (HRM)**

Inaugurado em outubro de 2020, o HRM fica na cidade de União dos Palmares e pretende sanar as lacunas da saúde pública em mais essa região do estado, oferecendo, além dos serviços de urgência e emergência, ambulatorios, centro cirúrgico, unidade de internação e centro de diagnóstico e laboratório, funcionando 24 horas por dia. As especialidades que compõem os atendimentos ambulatoriais são:

vascular, ginecologia, clínica médica e cirurgia geral. O Hospital Regional da Mata é administrado pelo Governo do Estado de Alagoas.

- **Unidades mistas**

As unidades mistas ficam no interior do estado e todas atendem casos de urgência, clínica médica e maternidade de risco habitual, funcionando 24 horas. São elas:

- Unidade Mista Arnon de Melo — localizada no município de Piranhas.
- Unidade Mista Dra. Quitéria Bezerra de Melo — localizada em Água Branca.
- Unidade mista Dr. Antenor Serpa — localizada em Delmiro Gouveia.

#### 4.2 A COMUNICAÇÃO NESSAS INSTITUIÇÕES

Antes de adentrarmos na apresentação e análise dos dados é importante fazer menção ao cenário e ao contexto no qual essa pesquisa está sendo desenvolvida, para assim compreendermos seus desdobramentos. Desde o primeiro trimestre de 2020 enfrentamos uma pandemia mundial, causada pelo novo coronavírus (Covid-19), e esse fenômeno tem afetado a sociedade em todos os âmbitos. A velocidade de propagação do vírus e a alta taxa de contaminação exigiu, principalmente do poder público, medidas de contingenciamento para a crise, que se estende até a atualidade, e tem impactado profundamente o cenário da saúde pública.

Em meados de março de 2020 o estado de Alagoas publicou o primeiro decreto que estabelecia medidas de isolamento social, e desde então passou a utilizar os seus meios de comunicação institucionais digitais — Site, Facebook, Youtube, Instagram e Twitter — para criar conteúdos no intuito de conscientizar, informar e atualizar a população. O crescimento da utilização das redes sociais foi uma característica marcante nesse contexto, e em paralelo foi-se desenvolvendo o relacionamento com a imprensa. Nas figuras abaixo podemos observar as primeiras publicações na rede social Instagram, com a temática do Covid-19, abordando o planejamento do Governo do Estado.

Figura 1: Primeiras publicações sobre a pandemia do coronavírus do Governo do Estado no Instagram



Fonte: Instagram Sesau Alagoas (2020).

A pandemia do Covid-19 veio acentuar a necessidade de crescimento e aprofundamento teórico e prático da C&S, em meio a um cenário de crise na saúde a nível mundial, no qual tornou-se mais evidente a necessidade de informações seguras, de divulgação científica, da capacitação dos profissionais e do relacionamento com a mídia. Não existem precedentes que apontem tratamentos, nem procedimentos que possam ser adotados, as pesquisas foram se desenvolvendo de acordo com a proliferação do vírus e a observação dos efeitos causados na população, e nesse sentido a Comunicação se estabeleceu como o elemento fundamental.

Das Instituições elencadas nos itens anteriores deste capítulo pontuamos algumas características em comum: todas estão situadas no estado de Alagoas, são públicas e estão submetidas ao SUS. Com exceção do Hospital Universitário, todas as demais organizações são administradas pela SESAUI, que possui uma Assessoria de Comunicação (ASCOM SESAUI), que tem como objetivo central cuidar da imagem institucional do órgão. O setor é responsável tanto pela comunicação externa quanto

interna, e como forma de atender com maior celeridade às demandas, divide-se em cinco núcleos, são eles:

- Núcleo I – Jornalismo
- Núcleo II – Redes Sociais
- Núcleo III – Designer Gráfico
- Núcleo IV – Cerimonial
- Núcleo V – Administrativo

É papel da ASCOM-SESAU, entre outras coisas, elaborar produtos de comunicação interna, como *intranet*, murais, *newsletter*, etc.; cuidar do relacionamento com a imprensa, fornecendo informações por meio dos *press-releases*; e também gerenciar e criar conteúdo para as contas do Instagram e Facebook da SESAU, do Hemocentro de Alagoas (HEMOAL), do Serviço de Urgência (SAMU) e do Hospital de Emergência do Agreste (HEA). Além disso, o setor realiza o monitoramento do que é veiculado na mídia em relação à SESAU, dá suporte nos eventos internos e externos, acompanha técnicos e gestores em entrevistas e produz relatórios sobre as demandas.

Além do Instagram e Facebook, a SESAU também possui contas no Youtube e no Twitter, e em suas redes sociais são divulgadas as ações do órgão e campanhas de conscientização. Nesse tempo de pandemia elas também têm sido utilizadas para a realização de *lives* e criação de conteúdo relacionados à Covid-19. Os recursos visuais também são bem explorados, a linguagem segue uma estrutura mais coloquial, própria das redes sociais. As mais utilizadas são o Instagram e o Twitter, atualizados diariamente; já no canal do Youtube e no Facebook as publicações não são regulares.

Frente à diversidade de atividades e demandas, o setor segue a tendência das assessorias de comunicação de ter uma equipe multiprofissional, sendo composta por jornalistas, relações públicas, radialistas, publicitários e assistentes de administração. O atendimento se dá de forma presencial, de segunda a sexta, e também por escala de plantão, no qual o plantonista fica disponível para contato por telefone, nos finais de semana. O setor é responsável por gerenciar a comunicação em todas as unidades vinculadas à SESAU, 22, no total, sendo 9 unidades hospitalares.

Além da sede da SESAU, situada no bairro de Jaraguá, existem as unidades setoriais, que atuam em sincronia, são elas: Hemorrede – Hemoal, Maceió e Arapiraca; Hospital Geral do Estado (HGE), Maceió; Hospital da Mulher (HM), Maceió; Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu), Maceió e Arapiraca; Hospital Metropolitano de Alagoas (HMA), Maceió; Hospital Regional da Mata (HRM), União dos Palmares; e Hospital de Emergência do Agreste (HEA), Arapiraca. Essa divisão auxilia na execução das atividades e permite o acompanhamento mais próximo da rotina e realidade de cada instituição.

Dentre os desafios encontrados pelo setor, foram pontuados a dificuldade em lidar com as demandas dos usuários do SUS e o volume elevado delas, que exige dos profissionais respostas e tomadas de decisão rápidas. Quando perguntamos com relação à comunicação hospitalar o jornalista da ASCOM-SESAU Josenildo Torres declarou que:

É um desafio diário, principalmente porque lidamos com unidades públicas, mantidas com recursos do Sistema Único de Saúde (SUS) e que, portanto, devem obrigação à sociedade de cotidianamente prestar esclarecimento e contas à sociedade, uma vez que o funcionamento de cada uma delas ocorre em razão dos impostos pagos pelos cidadãos. E, diante de uma demanda que só cresce, temos que atuar para informar, divulgar os serviços ofertados, esclarecer, orientar, dirimir dúvidas e zelar pela imagem institucional de cada uma delas.

O Núcleo Setorial do HGE (ASCOM-HGE) constitui-se como órgão de apoio, é composto por quatro servidores, dois jornalistas e dois relações públicas, e é responsável por tudo que envolve o planejamento, como criação e avaliação de material impresso e informativo que vai ser veiculado na televisão, rádio e web; promoção da comunicação interna na organização e o relacionamento do hospital com a mídia; divulgação, diariamente, para imprensa do movimento de pacientes que deram entrada no hospital; realização, mensalmente, da aplicação de pesquisa de opinião pública para avaliar a percepção acerca do atendimento aos usuários. Uma outra demanda informada foi a de coordenar o fluxo de informações repassadas aos meios de comunicação.

Outra instituição pesquisada foi o HUPAA, que diferentemente dos demais hospitais apresentados, compõe a rede da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares

(EBSERH) e sua gestão é feita pela UFAL. Até o ano de 2014 a comunicação nessa instituição era estruturada em um setor de comunicação social, porém, as atividades foram suspensas e o setor foi extinto. Sem ele, as demandas relacionadas ao atendimento aos usuários e à imprensa acabavam sendo encaminhadas à Ouvidoria, que não tinha recursos técnicos nem humanos para lidar com elas, tendo em vista que não faz parte da essência do setor a administração da comunicação do hospital.

Somente após cinco anos, em 2018, as atividades da Comunicação foram retomadas formalmente, com a contratação de uma jornalista e um estagiário de Relações Públicas, mas ainda sem uma estrutura de setor, órgão ou assessoria. Segundo Rejane Lessa Semião e Silva, servidora do gabinete da superintendência do HUPAA, “O Setor de Comunicação da EBSERH que norteia e monitora as atividades de comunicação de cada HU, dando suporte de orientação e enviando ações a serem trabalhadas eventualmente”, funcionando como um órgão orientador e regulador da atividade de comunicação na instituição. Dentre as atividades desenvolvidas no hospital estão:

- Levantamento e planejamento de pautas estratégicas;
- Produção de *releases* com o intuito de dar visibilidade e melhorar a imagem institucional;
- Produção de murais em dois locais de grande circulação de pessoas, atualizados semanalmente, e voltados para o público interno;
- Boletim informativo impresso;
- Cerimonial e cobertura de eventos;
- Criação de Conteúdo para a rádio UFAL;
- Relacionamento com a Imprensa;
- Clipagem e mensuração.

Atualmente, o hospital mantém um canal no Youtube, com pouca frequência de publicações, e um site institucional. Nele existe uma aba intitulada “Comunicação Institucional” onde consta um breve texto explicando o objetivo da comunicação na instituição, uma explicação que nos chama atenção pela utilização de expressões como: gerenciar produtos e *stakeholders*, que não são comumente aplicados em um

contexto de gerenciamento de comunicação em uma organização hospitalar pública, e no texto a ideia do que seria a comunicação não é bem estruturada, passando uma mensagem dúbia.

Também encontramos algumas informações, como contato telefônico, endereço de *e-mail*, nome da responsável, política de comunicação da EBSEH, e alguns *links* que direcionam a manuais e diretrizes específicas da rede EBSEH. Conforme pode ser observado na imagem a seguir:

Figura 2: Captura de tela da página da EBSERH

00:18  
Siri  
Não Seguro — www2.ebserh.gov.br

HUPAA-UFAL - HOSPITAL UNIVERSITÁRIO PROFESSOR ALB. SOBRE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

EM DESTAQUE NOTÍCIAS EVENTOS EDITAIS HUPAA BOLETIM DE SERVIÇO

Notícias  
Assistência  
Compras Emergenciais - Combate ao Covid-19

**ASSUNTOS**  
Ensino e Pesquisa  
Saúde  
Gestão

**SOBRE**  
Comunicação Institucional  
**Política da Comunicação Institucional - Contatos**  
Notícias  
Informativos  
Comissões  
Comissão de Lei

**ACESSO À INFORMAÇÃO**  
Institucional  
Participação Social  
Ações e Programas  
Auditoria  
Boletim de Serviço  
Convênios  
Receitas e Despesas  
Licitações e contratos  
Servidores  
Sobre a Lei de Acesso à Informação  
Serviço de Informação ao Cidadão (SIC)  
Informações Classificadas  
Protocolos  
Procedimentos Operacionais Padrão - POPs  
Publicações  
Dados Abertos  
Perguntas Frequentes

**TRANSPARÊNCIA**  
Portal da Transparência  
Execução Orçamentária Financeira

**Política de Comunicação Institucional - Contatos**

**Comunicação Institucional**

A Comunicação Institucional do Hospital Universitário Professor Alberto Antunes (Hupaa) tem como objetivo gerenciar produtos e fluxos comunicacionais e informacionais, visando estabelecer vínculos com diferentes *stakeholders*, a fim de, a partir da cultura da organização, contribuir para a criação, consolidação ou reposicionamento da imagem e identidade da instituição (HU-Ufal e Ebserh).

Vinculada à Superintendência, a Comunicação do Hupaa é subordinada à Política de Comunicação da Ebserh, elaborada pela Coordenadoria de Comunicação Social (CCS).

**Contato:** (82) 3202-3916/3715  
**E-mail:** comunicacao.hupaa@ebserh.gov.br  
**Responsável:** Taciana Gacelin

**POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA EBSERH**

A Política de Comunicação Institucional versa sobre princípios, diretrizes, objetivos, estrutura, atividades e competências, direcionando a estruturação da comunicação interna, externa, digital (gerenciamento das mídias sociais e uso de e-mail) e visual (uso da logomarca).

**Política de Porta-Vozes**  
[Política de Porta-Vozes](#)

**Relacionamento com a Imprensa**  
[Manual de Relacionamento com a Imprensa](#)

**Comunicação Digital**  
[Manual de Condutas de Mídias Sociais](#)

**Assinatura de e-mail**  
[Procedimento Operacional para Configuração de Assinatura de Correio Eletrônico](#)

**Identidade Visual**  
[Manual de Identidade Visual](#)

**Sinalização**  
[Manual de Sinalização](#)

**Logomarcas**  
[Ebserh](#)  
[HU-UFAL](#)  
[Padrão HU-Ufal-Ebserh](#)

**Autorização de imagem**  
[Modelo](#)

[Twitter](#) [Curtir: 2](#)

Fonte: Ebserh – Comunicação Institucional (2020).

A Comunicação apresenta-se como um grande desafio para o hospital, que atualmente conta somente com uma profissional para atender a todas as demandas, dada a dimensão, diversidade e complexidade dos serviços oferecidos pela instituição, e podemos afirmar que não são poucas. A comunicação interna foi apontada na pesquisa como um dos maiores desafios, já que o público interno do HUPAA é composto por profissionais contratados pela UFAL, EBSEH e por mais de cinco empresas terceirizadas. Muito além de influenciar as relações interpessoais entre os profissionais, a comunicação pode interferir no serviço prestado aos usuários e na saúde e segurança, tanto deles quanto dos colaboradores, conforme veremos mais adiante.

#### 4.3 RELAÇÕES PÚBLICAS NO AMBIENTE HOSPITALAR

A Comunicação é um instrumento de gestão para as organizações, sejam elas privadas, públicas ou do terceiro setor, e é muito importante desenvolver essa noção, para que então ela seja utilizada como ferramenta, a favor da instituição e dos seus públicos. Nesse sentido, o RP apresenta-se como profissional capacitado para lidar com os relacionamentos que se desenvolvem no ambiente organizacional, tendo sobre eles, uma atenção que não se limita a um setor específico, mas que deve englobar a todos. Para que isso ocorra é preciso ter autonomia e acesso à informação.

O ambiente hospitalar estabelece uma complexa rede de relacionamentos: a nível interno temos os funcionários, prestadores de serviço terceirizados e estagiários; e enquanto público externo temos a mídia, governo, sindicatos, usuários e a população, em geral. Cada um desses públicos apresenta características e necessidades específicas. O público interno, por exemplo, apesar de desempenhar funções e atividades diferentes, atua no mesmo espaço e tem o mesmo objetivo de prestar serviços de vínculo, acolhimento e assistência de saúde aos usuários.

Uma comunicação interna clara e coerente aos valores da organização irá favorecer o bom relacionamento e impactar na concretização desse objetivo. Nesse contexto, dos hospitais públicos, a Comunicação Interna ainda é pouco ou nada explorada, é preciso incluir nos planejamentos estratégicos ações que contemplem e

envolvam esse público. É a partir do conhecimento aprofundado dos públicos que o RP pode escolher quais meios, plataformas e estratégias utilizará para alcançar cada um deles.

Enquanto no HUPAA o público interno foi apontado como principal desafio, na ASCOM SESAU os usuários foram apresentados como a realidade mais difícil de ser trabalhada. É certo que em ambas as instituições podemos constatar um relacionamento tenso e enfraquecido com o público externo, não encontramos muitas ações de comunicação direcionadas a eles, o que predomina são as campanhas e os esforços pontuais de algumas equipes multiprofissionais que tentam tornar a experiência do paciente mais humanizada, utilizando recursos como cartazes, músicas, organizando eventos e etc..

É urgente dar mais atenção a esse público que depende do SUS para ter acesso aos serviços de saúde, são eles os mais afetados pelas debilidades do sistema. A imagem dos hospitais está constantemente vinculada a notícias negativas, que repercutem na mídia, gerando crises que poderiam ser evitadas se houvesse, na organização, a atuação da comunicação intermediando o diálogo e tornando possível a existência de um canal pelo qual os públicos tenham um espaço de fala. Melhorar a imagem dos hospitais públicos e do SUS é um desafio que exige profissionais capacitados e abertura das próprias instituições.

De modo geral a estrutura de Assessoria de Comunicação é a mais utilizada no contexto da comunicação no setor público, normalmente a equipe é multiprofissional, contando com jornalistas, relações públicas, administradores e publicitários. Outra característica dessa estrutura é a diversidade de demandas, que pode ocasionar a sobrecarga de atividades. A ASCOM SESAU dividiu-se em núcleos para tentar melhor atender às suas necessidades. Percebemos que dentre as demandas, o relacionamento com a mídia é o que mais se destaca.

Pode acontecer de a assessoria estar vinculada a conceitos e práticas que tendem mais à assessoria de imprensa do que de comunicação, seja devido à gestão, a questões políticas ou até à falta de compreensão sobre o assunto. Cárdenas (2000) explica que na assessoria de comunicação o campo de atuação se abre e os objetivos e funções se ampliam. E é nesse contexto que se faz necessária a abordagem das RP,

que buscam trabalhar a comunicação com a sociedade, com o público interno, externo e misto, e construir relacionamentos que irão gerar pertencimento, confiança e credibilidade, e assim contribuirá com a imagem e reputação da organização.

Um aspecto marcante do setor público é a influência da política nas atividades da comunicação, mesmo a maioria dos colaboradores sendo servidores públicos, hierarquicamente estão subordinados às autoridades governamentais. No caso da SESAU, a subordinação é ao secretário de saúde e ao governador do estado, já no HUPAA, ao Reitor da Universidade. A tendência é que os setores de comunicação recebam demandas de divulgação das ações desenvolvidas na gestão e que acabem por restringir e concentrar os seus esforços em um viés de promoção política.

Foi apresentado como atribuição central da ASCOM SESAU cuidar da imagem institucional do órgão, por meio de estratégias de comunicação. Cabe aqui o questionamento de como ela poderia ser trabalhada, além do relacionamento com a imprensa e o posicionamento nos meios de comunicação. Para as Relações Públicas, em conformidade com a política de humanização do SUS, o foco são as pessoas, aqui destacamos o público interno e os usuários.

Entendemos que a comunicação precisa ser pautada em um planejamento estratégico, o primeiro passo seria a pesquisa, conhecer bem e profundamente a instituição, nesse caso as instituições, visto que a ASCOM SESAU representa diversas unidades. Isso confere um caráter mais complexo ao plano, pois cada unidade pode apresentar características e necessidades distintas. Nessa etapa, de acordo com o que for observado, pode-se dividir o planejamento por tipo de unidade, como por exemplo: unidades hospitalares, unidades de pronto atendimento (UPA), bancos de sangue e etc..

A partir disso são pensadas ações de comunicação que poderiam ser adotadas para melhorar os relacionamentos, o funcionamento e a organização da instituição. É importante ressaltar que o RP precisa trabalhar a instituição como um todo, se atentando a cada setor. É fundamental que nesse processo de proposição de ações tenha-se em mente as necessidades de todos os públicos. Um entrave encontrado é a falta de autonomia e acesso aos setores e dados, talvez enraizado na desvalorização

da profissão e no desconhecimento do papel e atuação do mesmo, em uma organização de saúde.

O trabalho do RP nunca deverá ser centralizado nele nem nos demais profissionais da comunicação, as ações e o planejamento estratégico precisam envolver, movimentar e fazer com que os públicos interajam e participem. Incluí-los e consultá-los nesse processo é imprescindível para a próxima etapa, que é a implementação, onde é posto em prática as ações planejadas. Ter um plano estruturado permite quebrar esse paradigma que a descontinuidade da gestão pública ocasiona, em que a cada mudança de gestão as práticas do setor têm que ser repensadas e reestruturadas, chegando a impedir a continuidade de projetos importantes.

O último passo do planejamento é a avaliação, que se dá no acompanhamento das ações, à medida em que vão sendo implementadas. A comunicação não é uma ciência exata, portanto não existem modelos prontos que se apliquem a todas as realidades. Por isso é tão importante o profissional ter um olhar voltado para as características específicas, que leve em consideração fatores geográficos, culturais e econômicos dos públicos que se pretende alcançar. Além da elaboração do planejamento estratégico, outras ferramentas, como o manual de comunicação e o manual de gestão de risco e crise, são de grande valia para os hospitais.

Os avanços tecnológicos geram transformações no ambiente hospitalar, possibilitando mudanças significativas, dentre elas, destaca-se a implantação do Sistema Nacional de Regulação (SISREG), no qual funciona a Central de Marcação de Consultas e a Central de Internação Hospitalar do SUS, possibilitando maior agilidade tanto na marcação de consultas, quanto na transferência e internação de pacientes. Essa última ação pode salvar vidas e também contribuir para desafogar as unidades que porventura venham a estar atuando na capacidade máxima.

Devido ao princípio da Regionalização do SUS os estados e municípios participam do processo e podem estabelecer sistemas regulatórios próprios, submetidos ao SISREG, para lidar com as demandas e necessidades específicas da região. Em novembro de 2020 a Prefeitura de Maceió anunciou a implantação de um novo sistema de regulação, o Sistema Regulador de Gestão (SGR), com o objetivo de

modernizar e melhorar a assistência aos usuários. A comunicação deve intervir nesse contexto, propondo ações de capacitação com todos os profissionais que irão utilizar tais sistemas, e pensando formas de minimizar o impacto da mudança sobre os usuários.

É preciso ter consciência de que toda mudança que impacta no dia a dia do usuário precisa, através dos meios adequados, ser informada. No HUPAA eram comuns as filas enormes, formadas por pessoas que chegavam a dormir na rua para tentar garantir o atendimento. Com a instituição do SISREG não era mais necessário ir ao hospital para isso, pois o agendamento poderia ser feito na Unidade Básica de Saúde mais próxima, porém os cidadãos não haviam sido informados, e ao invés de instruí-los o hospital permitiu que as filas continuassem a se formar, dia após dia, até que a situação repercutiu na mídia e só então foi esclarecida.

Um outro viés fundamental da tecnologia é a internet e as redes sociais, nas quais a SESAU desenvolve um ótimo trabalho, tanto no site institucional, quanto nas redes sociais Instagram e Twitter, apropriando-se da linguagem desses meios e utilizando as ferramentas de interação disponíveis, para informar, engajar e atingir o público externo. O HUPAA conta apenas com um site institucional, em padrões bem clássicos, com um layout que não atrai nem conduz a uma navegação intuitiva, além de muitas informações desatualizadas. Existe uma conta no YouTube com conteúdos criados por profissionais do hospital, porém, não conseguimos constatar vínculo formal com a instituição.

#### **-Atividades de RP**

Listamos algumas atividades que poderiam ser desenvolvidas nos hospitais públicos, de forma coordenada, alinhada às necessidades e objetivos da instituição, são elas:

- Instituir uma política de Comunicação — por meio da elaboração de manuais que devem estar acessíveis ao público, seja em uma versão virtual, seja física;
- Realizar a Gestão da Imagem Pública da Instituição — monitoramento por meio de *clipping* e produção de relatórios;
- Realizar Auditoria e Pesquisa de Opinião — devem ser realizados com frequência;

- Desenvolver Manual de Gestão de Risco e Crise;
- Elaborar Vídeo Institucional;
- Trabalhar a comunicação visual na área interna do hospital — padronização da sinalização;
- Elaborar Quadros Murais — atualizar com frequência e posicioná-los em locais estratégicos;
- Realizar um planejamento estratégico para o público interno — ter esse como público prioritário, visando a sua integração e cooperação com a Instituição;
- Trabalhar a comunicação como fator essencial para a Qualidade e Segurança dos pacientes e colaboradores nos cuidados de saúde;
- Desenvolver um programa de capacitação e desenvolvimento de pessoal — trazendo temas da saúde, de acordo com as necessidades específicas da organização, envolvendo equipe *multi*, estagiários, residentes, etc.;
- Realizar eventos estratégicos — eventos científicos de áreas ligadas à saúde, comunicação e gestão hospitalar;
- Incentivar e promover a divulgação científica das pesquisas e ações de referência desenvolvidas nos hospitais;
- Zelar pelo bom relacionamento com a Imprensa;
- Criar programa de visitas guiadas no hospital — de acordo com cada área de interesse, tornando o hospital mais aberto à população e à comunidade científica.

O ambiente hospitalar é complexo e apresenta uma série de necessidades, em contrapartida isso permite ao Relações Públicas vislumbrar um cenário amplo de ações que podem ser desenvolvidas. A sua atuação tem uma perspectiva de manutenção de direitos, à medida que a comunicação leva informação aos cidadãos, que os auxilia a exercer e cobrar um outro direito básico: o direito à saúde. As RP não são uma atividade complementar à instituição, mas sim básica, fundamental, que precisa entrar nas bases do hospital.

## 5 CONCLUSÃO

Na tentativa de compreender qual o papel do RP nos hospitais públicos, abordamos, ao longo deste trabalho, uma discussão que está situada em uma intersecção entre duas áreas de grande relevância, na qual estão de um lado as Relações Públicas, com um grande potencial, mas permeada por diversas questões epistemológicas que dificultam o consenso e a consolidação das suas práticas, e do outro a saúde pública brasileira, regida pelo SUS, uma rede complexa, que tem por objetivo garantir o acesso de todos à saúde.

Ao longo da pesquisa nos deparamos com uma mudança de cenário que influenciou e permanece exercendo grande influência no universo pesquisado, que foi a pandemia do novo coronavírus. A saúde pública enfrenta uma crise humanitária e sanitária com a sobrecarga do sistema de saúde e a crescente do número de infectados pelo coronavírus, muitas realidades estão sendo ressaltadas, a carência de recursos humanos e materiais na área da saúde, as tensões políticas, e a desinformação, que dificulta as ações de enfrentamento da crise.

Muitas notícias falsas e sem fundamento científico foram disseminadas com relação a temas no tocante da pandemia, e a recepção e circulação delas ocorre, principalmente, pelos meios digitais de comunicação, onde qualquer pessoa pode criar conteúdos sem uma exigência de utilização de fontes seguras, e, muitas vezes, sem nenhuma base científica. A internet também foi utilizada pelos governos e municípios para informar sobre a quantidade de casos confirmados e óbitos, com o intuito de conscientizar a população.

Para uma análise mais aprofundada dos cenários, adentramos no contexto histórico das RP, que nos aponta as fortes influências norte americanas em uma época marcada pelo sistema de monopólios industriais e de péssimas condições de trabalho. Acreditamos que toda atividade profissional surge de uma necessidade, nesse sentido podemos afirmar que a essência das RP são as pessoas, em um primeiro momento, muito voltado à ideia de manipulação e benefício dos grandes empresários em detrimento dos funcionários. Mas, com o passar do tempo, a perspectiva dos públicos e

da importância de se ter um olhar atento a todos eles e às suas especificidades foi se ampliando.

Observamos também que a consolidação de uma área está muito associada ao seu estabelecimento enquanto ciência, sendo a pesquisa e o ensino a base desse processo. Principalmente por meio da criação de cursos, de grupos de pesquisas e pela inclusão da área em congressos e eventos acadêmicos. As RP no Brasil viveram esse momento em meados da década de 60, em São Paulo, e aos poucos foram se expandindo para outras regiões.

O Brasil apresenta uma particularidade muito relevante, que é a sua proporção continental, tanto a nível territorial quanto cultural. Somos um país rico em diversidade, marca que precisa ser levada em consideração em qualquer planejamento estratégico, seja da economia, educação, habitação, saneamento, saúde ou comunicação. Na Comunicação em Saúde pudemos constatar que existem esforços pontuais para incluir esse aspecto em suas campanhas e na operação do sistema no dia a dia, mas ainda é um ponto que requer atenção.

Existe uma tendência ao que chamamos de homogeneização e padronização da comunicação no SUS, na qual se exclui as particularidades de cada público e entende-se que as mesmas estratégias que servem, por exemplo, para os usuários de São Paulo, capital, na Região Sudeste, servem para os índios de uma aldeia na Região Norte do país. Pode ocorrer que dentro de uma mesma região cada estado apresente uma particularidade, que precisa ser levada em consideração para que todos sejam contemplados com ações de comunicação que atendam às suas reais necessidades.

É preciso aplicar o princípio da regionalização do SUS também na comunicação, para isso é imprescindível ter domínio do funcionamento do sistema, adentrar na complexidade dos hospitais públicos, entendendo a sua história, os serviços oferecidos, as principais demandas a nível administrativo e organizacional, e então, valendo-se de instrumentos e técnicas de RP, atuar fazendo o mapeamento dos públicos, identificando os principais problemas, bem como os potenciais da instituição. Compreender os fluxos de comunicação, formais e informais, que nela existem, para então propor planos de ações que atendam às particularidades de cada unidade hospitalar, ou de cada região sanitária.

Acreditamos que a Comunicação por meio das Relações Públicas pode ser um instrumento de humanização e uma ferramenta de gestão. Entretanto, percebemos que não é comum ao ambiente hospitalar a atuação do Relações Públicas, constatamos a carência de uma comunicação estruturada, seja em um formato de assessoria ou de cargos específicos de comunicação, que atuem junto aos gestores.

Por meio da realidade dos hospitais públicos de Alagoas pudemos adentrar de forma mais concreta nesse universo, confirmando que os hospitais são organizações complexas, que prestam serviços essenciais que dizem respeito à vida, e que trazem consigo marcas históricas de lutas e conflitos. O contexto da saúde pública no Brasil é marcado por preconceitos, corrupção e pela má administração, que favorecem sim essa concepção, mas, em contrapartida, a falta de informação e atenção para a comunicação também contribuem na manutenção desse cenário.

Frente ao cenário analisado e a pesquisa desenvolvida, podemos afirmar que as Relações Públicas precisam ser inseridas nas organizações hospitalares e de saúde pública como um todo, na sua estrutura organizacional. É preciso firmá-las nas bases do SUS como atividade de grande relevância para o sistema, tanto a nível operacional, institucional, quanto organizacional. Acreditamos que para que isso aconteça é preciso trazer o tema para discussão e debate na academia, tanto nos cursos de RP, quanto nos da área de saúde.

A falta de reconhecimento da profissão não é uma realidade exclusiva das instituições abordadas na pesquisa, ela se repete em diversas instâncias, fazendo necessário aos profissionais de RP investir em capacitação e especialização nas mais diversas áreas. É por meio dessa abordagem, tendo as pessoas como foco e razão de ser das organizações, que ele deve partir e direcionar sua atuação. Diante da desumanização dos relacionamentos, tão delicados e fragilizados na saúde pública brasileira, esse profissional tem o papel de gerenciar a comunicação no sentido de implantar um atendimento humanizado, para todos que compõem o Sistema Único de Saúde.

## REFERÊNCIAS

ALAGOAS. Portal do Cidadão. Secretaria de Estado da Saúde. **HOSPITAL GERAL DO ESTADO – HGE**. Disponível em:

<http://cidadao.saude.al.gov.br/unidades/hospitais/hospital-geral-do-estado/>. Acesso em: 6 jan. 2021.

ALVES, Aníbal. Ciências da Comunicação, área interdisciplinar. **Comunicação e Sociedade**, [S.L.], v. 1, p. 5-18, 29 jan. 1999. University of Minho.

[http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.1\(1999\).1434](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.1(1999).1434). Disponível em:

<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1169>. Acesso em: 13 mar. 2021.

ARAÚJO, Inesita Soares de; CARDOSO, Janine Miranda; MURTINHO, Rodrigo. A Comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências. **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**, v. 10, n. 6, p. 104-115, jan. 2009.

Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/88/83>. Acesso em: 09 jan. 2021.

BARROS, Antonio Teixeira de. A Natureza Interdisciplinar da Comunicação e o Novo Cenário da Produção de Conhecimento. In: **XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação / GT 11 Comunicação e Ciência**. 22, 1999. PORTCOM, 1999.

Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pesquisa-avancada2.php>. Acesso em: 28 jan. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Secretarias Municipais da Saúde. **O SUS de A a Z: garantindo saúde nos municípios**. Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2009. Disponível em:

[http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/sus\\_az\\_garantindo\\_saude\\_municipios\\_3ed\\_p1.pdf](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/sus_az_garantindo_saude_municipios_3ed_p1.pdf). Acesso em: 21 abr. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Humanização - PNH**. Brasília – Df: Editora do Ministério da Saúde, 2013. Disponível em:

[http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica\\_nacional\\_humanizacao\\_pnh\\_folheto.pdf](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_humanizacao_pnh_folheto.pdf). Acesso em: 4 dez. 2020.

CÁRDENAS RICA, Maria Luisa. **Gabinetes de prensa municipales en la provincia de Sevilla: la información como servicio local**. Sevilla (Espanha): Diputación de Sevilla, 2000. ISBN 84-7798-174-4. Disponível em:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=219600>. Acesso em: 21 abr. 2021.

DANTAS, José Guibson Delgado. O que é, afinal, Relações Públicas? In: XVII Congresso de Ciências Da Comunicação Na Região Sul / DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, 17., 2016, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível

em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0627-1.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2020..

DE ALMEIDA FILHO, Naomar. **O que é Saúde**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2011. 160 p. ISBN 978-85-7541-343-2.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo - SP: Atlas, 2015.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas - processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

FRANÇA, Fábio. **Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 24, n. 39, p.127-154, 1o. sem. 2003. Disponível em: <file:///C:/Users/nanal/Downloads/4841-14744-1-PB.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2021.

GANDRA, Alana. **IBGE: 59,7 milhões de pessoas tinham plano de saúde em 2019: em 2013, eram 55,7 milhões com assistência. expansão foi de 0,6%. Em 2013, eram 55,7 milhões com assistência. Expansão foi de 0,6%. 2020**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-09/pesquisa-diz-que-597-milhoes-de-pessoas-tinham-plano-de-saude-em-2019>. Acesso em: 20 dez. 2020.

GONÇALVES, Gisela. **Introdução à teoria das relações públicas**. Porto (Portugal): Porto Editora, 2010.

GRUNIG, J.E (ed.). **Excellence in Public Relations and Communication Management**. Hillsdale (EUA): Lawrence Erlbaum Associates, 1992.

GRUNIG, J.E e HUNT, T. **Managing public relations**. Holt, Rinehart e Winston, Nova York. 1984.

GURGEL, João Bosco Serra. **Cronologia da Evolução Histórica das Relações Públicas**. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1985.

HUMENHUK, Hewerston. **O direito à saúde no Brasil e a teoria dos direitos fundamentais**. 2002. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/4839/o-direito-a-saude-no-brasil-e-a-teoria-dos-direitos-fundamentais>. Acesso em: 13 out. 2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde - PNS**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/9160-pesquisa-nacional-de-saude.html?edicao=29270&t=sobre>. Acesso em: 3 jan. 2021.

INSTITUCIONAL, Ebserh - Comunicação. **Política de Comunicação Institucional - Contatos**. Disponível em: <http://www2.ebserh.gov.br/web/hupaa-ufal/atendimentoaimprensa>. Acesso em: 2 nov. 2020.



horizontes-e-perspectivas-relatorio-de-um-debate-2/. Acesso em: 21 abr. 2021. ISBN: 978-989-8600-14-1.

SESAU ALAGOAS. **Primeiras publicações sobre a pandemia do coronavírus do Governo do Estado no Instagram**. Maceió. 3 mar. 2020. Instagram: @saudealagoas. Disponível em: <https://www.instagram.com/saudealagoas/>. Acesso em: 20 dez. 2020.

SHANNON, C.E., E WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press.

SILVA, Sandro Takeshi Munakata da. **Relações públicas: história e contextualização**. In: 6º INTERPROGRAMAS DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO DA FACULDADE CÁSPER LÍBERO, 6., 2010, São Caetano do Sul. **Anais [...]**. São Caetano do Sul: Faculdade Cásper Líbero, 2010. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Sandro-Takeshi-Munakata-da-Silva.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2020.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

## APÊNDICES — QUESTIONÁRIO

- **Questionário de entrevista enviado a Assessoria de Comunicação do Hospital geral do Estado**

1. Como se organiza o setor e como é o seu funcionamento?
2. A Ascom é composta por quantos colaboradores?
3. Qual a área de formação dos colaboradores?
4. Como vocês avaliam a Comunicação no ambiente hospitalar?
5. Quais os maiores desafios enfrentados?

- **Questionário de entrevista enviado a Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas**

1. Como se organiza o setor e como é o seu funcionamento?
2. A Ascom é composta por quantos colaboradores?
3. Qual a área de formação dos colaboradores?
4. Em quais unidades hospitalares e Unidades mistas vocês atuam?
5. A ASCOM da SESAU é responsável pelo assessoramento de todas as organizações do estado, exceto o HGE, ou mais alguma unidade tem uma ASCOM própria?
6. Como vocês avaliam a Comunicação no ambiente hospitalar?
7. Quais os maiores desafios enfrentados?

- **Questionário de entrevista enviado ao Hospital Universitário Professor Alberto Antunes**

1. Existe um setor específico de comunicação no Hupaa?
2. Como se organiza o setor e como é o seu funcionamento?
3. O setor é composto por quantos colaboradores?
4. Qual a área de formação dos colaboradores?
5. Como vocês avaliam a Comunicação no ambiente hospitalar?
6. Quais os maiores desafios enfrentados?
7. Existe algum órgão de fora do HU, por exemplo uma assessoria de comunicação da Ebserh que dê algum tipo de suporte?