



Reflexões Sobre As Práticas De Comunicação Governamental Na Área Da Saúde, Na Cidade De Manaus/AM, A Partir Do Olhar Dos Relações-Públicas ¹

Judy Lima TAVARES²
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

De caráter exploratório, este trabalho investiga os elementos da prática da comunicação governamental de organizações do executivo da área da saúde, na cidade de Manaus/AM, a partir do olhar dos relações-públicas. A discussão será feita a partir da compreensão de que tais práticas são pertencentes a uma rede de comunicação pública, acionando, autores como Kunsch (2012), Weber (2007, 2017), Weber e Carnielli (2016) e Luz (2017). Como procedimentos metodológicos, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica, fazendo uma apresentação da diversidade de conceitos de comunicação pública e governamental, e pesquisa empírica. Como resultado, observa-se que há indícios de que o trabalho de comunicação governamental atende ao interesse público, mas não se sabe se esse atendimento é parcial ou total.

Palavras-chave: Comunicação governamental e saúde; Comunicação pública na saúde; Organizações e saúde.

Introdução

Compreender a comunicação governamental em organizações que fazem parte do âmbito do executivo na área da saúde é um processo desafiador, mas necessário visto que tais ambientes trabalham em uma área essencial para o cidadão: a saúde pública. Promover esta discussão em um contexto de distanciamento social, de demandas de informações em um ritmo frenético em um cenário ainda de incertezas causado pela pandemia do SARS-COV-2 enfatiza a importância da comunicação governamental, a

¹ Trabalho apresentado no GT 01 – Comunicação, Ciência, Saúde e Meio Ambiente.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora adjunta III do curso de Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM): Email: judytavares@gmail.com / judy@ufam.edu.br



qual em um país em que o regime é democrático, precisa estar vinculada à essência da comunicação pública: o interesse público.

Pensando nisso, propôs-se o presente estudo, de caráter exploratório, e que tem por objetivo investigar os elementos da prática da comunicação governamental de organizações do executivo da área da saúde, na cidade de Manaus, no Amazonas, a partir do olhar dos profissionais de Relações Públicas. Optou-se por coletar dados dentro da realidade de Manaus, no Amazonas, pela necessidade de tornar esse campo da comunicação e saúde um espaço a ser investigado de forma sistemática, cada vez mais, ainda mais pelas demandas sempre existentes na saúde coletiva local, de um sistema público em um contexto de altos índices de doenças como câncer de colo de útero, de tuberculose, de HIV e, recentemente, colapsado nas duas ondas da pandemia do novo coronavírus.

Para fundamentar a discussão feita através de uma análise descritiva, trabalhou-se com a compreensão da comunicação governamental como prática pertencente a uma rede de comunicação pública, acionando autores como Kunsch (2012), Weber (2007, 2017), Weber e Carnielli (2016) e Luz (2017), apresentando a liquidez do conceito de comunicação pública e governamental. Também foi realizada uma coleta de dados através de um roteiro de entrevista junto a três profissionais de Relações Públicas (RP), visando compreender a visão deles sobre os processos envolvidos na temática já que a área da comunicação pública é área pertencente à formação profissional do RP.

A comunicação governamental na comunicação pública

Para discorrer sobre a área da comunicação governamental é fundamental entender a área da Comunicação Pública, visitando, inicialmente, alguns autores que abordam esta área, além de outras definições pertencentes ao tema.

Em um primeiro momento, apresenta-se a comunicação pública em uma perspectiva organizacional com Kunsch (2012), a qual, ao falar sobre as instituições públicas / governamentais, ressalta sobre a necessidade de que tais organizações sejam abertas e interajam junto a sociedade, ouvindo-a, atendendo suas demandas sociais,



trabalhando por meio de canais, havendo, assim, a necessidade de se trabalhar a comunicação pública estatal em seu sentido mais pleno, o interesse público.

Destaca-se a liquidez do conceito de Comunicação Pública (WEBER, 2007), o qual é usado em diferentes abordagens teóricas, sendo usado no campo da comunicação e suas especificidades, como relações públicas, marketing, jornalismo. Weber posiciona-se contra a visão de perceber a comunicação pública apenas a partir de legislação ou estruturas, e enfatiza que há a necessidade de percebê-la através da circulação de temas que são de interesse público.

Além da característica da liquidez, o conceito de comunicação pública é marcado pela complexidade, podendo ser usado em abordagens distintas. Esta área é classificada em quatro concepções básicas que podem melhor defini-la, como comunicação estatal, comunicação da sociedade civil organizada (esta atuante na esfera pública e em defesa da coletividade), comunicação institucional dos órgãos públicos (trabalhada para promover a imagem dos serviços/ações do governo) e a comunicação política, voltada para os partidos políticos e eleições (KUNSCH, 2012). Nesta classificação, identifica-se que a comunicação governamental, objeto de discussão do presente artigo, poderia estar inserida tanto na comunicação estatal quanto na institucional.

Compartilhando da mesma percepção sobre a comunicação pública como área que abrange diversos saberes e atividades, Brandão (2006) aponta que o conceito sobre a área é um processo em construção e apresenta cinco áreas que são identificadas como comunicação pública, a saber: Comunicação Pública como Comunicação Organizacional; Comunicação Pública como Comunicação Científica; Comunicação Pública como Comunicação do Estado e/ou Governamental; Comunicação Pública como Comunicação Política e, por fim, Comunicação Pública como estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Aqui, claramente, a comunicação governamental ocupa seu lugar dentro da classificação de comunicação pública, recebendo, inclusive a nomeação enquanto tal.



Em uma perspectiva mais ampla de sistemas e redes, Weber (2017) discorre que a comunicação pública é a capacidade de pulverizar opiniões e movimentos em temas que pertencem à esfera pública. O conceito de comunicação pública:

Está circunscrito à existência de um espaço onde possam circular temas de interesse público gerados por sistemas e redes, assim entendidos por debaterem valores vitais para o Estado, a sociedade e indivíduos, tanto nas instâncias de produção, quanto naquelas de recepção (WEBER, 2017, p. 43).

Weber (2017) usa a metáfora de redes de comunicação, com seus nós, conexões e extensão, espaços nos quais há a circulação de informações e ações, incluindo as percepções, significados e interpretações, sendo, assim, acolhidas ou não. É também a metáfora das redes que promove a “ideia da circularidade de informações e opiniões que fortalecem determinados arranjos sociais e sua mobilização” (2017, p. 45).

As redes de comunicação pública são constituídas por públicos organizados, sendo assim formadas: no âmbito do Estado - tendo poder legal de governar e intervir: Redes de Comunicação do Poder Executivo, Redes de Comunicação do Poder Legislativo e Redes de Comunicação do Poder Judiciário e Sistemas de Comunicação e Radiodifusão Pública. No âmbito da sociedade - com poder passional, científico e ideológico de organização e manifestação: Redes de Comunicação Política, Redes de Comunicação Social, Redes de Comunicação Mercadológica, Redes de Comunicação Científico-educacional e Redes de Comunicação Religiosa. Já os sistemas de comunicação mediática - com poder de visibilidade e centralização formam as Redes de Comunicação Mediática (WEBER, 2017). A comunicação pública enquanto sistemas e redes extrapolam os conceitos que limitam os fluxos de informações pertencentes apenas ao que é promovido pelas organizações estatais, incluindo, assim, todo um emaranhado de agentes públicos e privados que atendem ao interesse público.

Adotando então um conceito ampliado de comunicação pública, situa-se a comunicação governamental dentro desse processo. Em um viés sistêmico, Luz (2017) propõe uma tipificação para os Sistemas de Comunicação Governamental, visando



avaliar sua eficiência e qualidade. A tipificação envolve as práticas, instrumentos e produtos comunicacionais distribuídos em 11 tipologias, como: 1) Estrutura de Comunicação, com os aspectos voltados para os recursos humanos, físicos e financeiros; 2) Políticas de Comunicação, com a definição de princípios, conceitos, perspectivas e objetivos de comunicação; 3) Jornalismo, com atividades voltadas para divulgar as políticas públicas, ações do governo e avaliar sua repercussão; 4) Relações Públicas, com o planejamento da comunicação institucional estratégica e as relações com públicos e a opinião pública; 5) Publicidade e Propaganda, com as campanhas de utilidade pública, a publicidade institucional e mercadológica; 6) Mídias Públicas; com as outorgas dos canais de rádios e televisões sob a responsabilidade do governo; 7) Acervos Multimídia, com os produtos em seus múltiplos formatos armazenados e que servem para a consulta de informações por parte de interessados diversos; 8) Redes Sociais Digitais, com os perfis oficiais que permitem a comunicação direta entre instituição e sociedade; 9) Fóruns de Participação, com a criação de espaços como fóruns, enquetes, *chats*, webconferências, para promover o diálogo entre governantes e governados; 10) Ouvidoria, promovendo espaço para receber, examinar e encaminhar as denúncias, as reclamações, as sugestões e elogios dos cidadãos e; 11) Prestação de Contas ou *Accountability*, com a produção de relatórios de gestão, orçamentos anuais e execução orçamentária, planos plurianuais, editais, contratos, diários oficiais, dentre outros que permitam acompanhar as ações do governo.

Para concluir essa primeira parte do artigo, destaquemos, assim, três marcas quem envolvem a comunicação governamental e a pública: 01. A necessidade da existência do interesse público. 02. A comunicação governamental nem sempre será comunicação pública e; 03. A formação do paradoxo da visibilidade. Explicam-se sobre as marcas citadas: se por um lado a comunicação pública é voltada para o debate de temas de interesse público, não é possível afirmar que comunicação pública e comunicação governamental sempre caminham na mesma direção já que regimes ditatoriais são marcados pela ausência da democracia, conseqüentemente sem priorizar o coletivo.



Nas palavras de Weber e Carnielli (2016, p. 03), tais regimes ditatoriais “não incluem o interesse público e seus sistemas de comunicação (sic) produzem propaganda e censura”. Logo, somente na democracia que é possível pensar em uma prática de comunicação pública que seja legítima e que respeite o interesse público. Do contrário, pode-se ter a comunicação governamental, mas que não atende aos interesses públicos e sim os privados.

E, as instituições públicas precisam acionar dispositivos de visibilidade pública para prestar contas à sociedade, fazendo uso da transparência, acessibilidade, *accountability* (Weber e Carnielli, 2016). No entanto, se a comunicação pública precisa dar visibilidade às ações institucionais como forma de prestação de contas, atendendo assim ao interesse público, também promoverá a imagem de seus agentes, voltando-se para interesses privados, formando assim o paradoxo da visibilidade discutido por Weber e Carnielli .

A comunicação governamental em organizações do executivo na área da saúde

Como este trabalho discute sobre a comunicação governamental de organizações do executivo que pertencem ao campo da saúde, vê-se a necessidade de se destacar que todo o trabalho deve ser pautado nos princípios do Sistema Único de Saúde (SUS), a saber: universalidade, equidade, integralidade, descentralização e participação social. Dessa forma, a comunicação embora governamental, precisa ser construída em uma base de promover prioritariamente a saúde como um direito de todos, sem distinção, obedecendo a modelos mais plurais, dialógicos, inclusivos e descentralizados; e contando com a participação do cidadão em seus processos e práticas. Aciona-se novamente a necessidade de prevalência da democracia, a qual deve pautar a Rede de Comunicação do Poder Executivo, rede que abrange a comunicação governamental de tais organizações.

Araújo, Cardoso e Murtinho chamam a atenção para a realidade de que nem sempre a comunicação trabalha nesse sentido, pelo “fato da maioria das políticas e estratégias favorecer a concentração da produção e circulação da palavra, ignorar os contextos específicos (homogeneizando o “público-alvo”) e por entender participação



como adesão” (2009, p.109). Havendo, então, a necessidade de promover mudanças que vão além dos aspectos de práticas profissionais, visto que neste caso, as organizações do executivo na área da saúde dependem dos agentes sociais envolvidos, desde os governantes que ocupam o lugar de forma temporária, a cada eleição, quanto da equipe de comunicação, formada por profissionais concursados e/ou nomeados e que precisam conhecer os princípios do Sistema Único de Saúde, para pensar em processos dentro deste contexto.

Weber (2017) destaca que as ações do Estado, seja nos poderes executivo, legislativo e judiciário, respondem diretamente à Constituição Federal, à sociedade e devem ser justificadas pelo interesse público. E que o próprio Estado abriga estruturas gigantescas de comunicação, com recursos humanos, materiais, tecnológicos que promovem práticas de comunicação em suas especificidades, tendo, assim, uma grande responsabilidade na promoção da comunicação pública. No caso estudado, em um contexto governamental.

Resultados e discussões

Para investigar os elementos da prática da comunicação governamental de organizações do executivo da área da saúde, na cidade de Manaus, no Amazonas, a partir do olhar dos profissionais de Relações Públicas, foi realizada uma coleta de campo através de um roteiro de entrevista envolvendo dez perguntas abertas, junto a três relações-públicas, atuantes da esfera federal, estadual e municipal em organizações da área da saúde. Nenhum dos três profissionais será identificado neste artigo, visando garantir o anonimato de suas identidades, conforme o que foi expresso no documento enviado a todos eles.

A coleta de dados foi realizada através de correio eletrônico no período de 22 de fevereiro a 02 de março de 2021. Não houve contato pessoalmente com os informantes diante do fato do Amazonas, naquela data, enfrentar uma segunda onda da pandemia causada pelo novo coronavírus, sendo necessário adotar o isolamento social.



A seguir, os dados coletados serão apresentados em uma análise descritiva, destacando, posteriormente, alguns indícios sobre a inserção de tais práticas de comunicação governamental em um contexto da comunicação pública, a partir do referencial teórico apresentado anteriormente.

Logo no início do documento, o respondente deveria indicar a função exercida na organização para, a seguir, responder questões referentes a formação e pós-graduação, tempo de experiência trabalhando com comunicação na área da saúde, equipe de trabalho, política de comunicação definida, as práticas de relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda exercida pelo setor em que trabalha, existência de acervo multimídia, a atuação no ambiente virtual, promoção de espaço de debate, geração de produtos de prestação de contas à sociedade e, por fim, a autorreflexão sobre a prevalência de interesse público sobre o privado pelo setor em que trabalha. Destaca-se que tais itens foram definidos no questionário a partir de discussão proposta por Luz (2017), sobre Sistemas de Comunicação Governamental.

São apresentados os dados coletados, usando a nomenclatura RP 01 para o relações-públicas da esfera federal, RP 02 para o atuante na esfera estadual e RP 03 para o relações-públicas da esfera municipal.

Sobre a função, formação e o tempo em que trabalha com comunicação e saúde, o RP 01 respondeu que sua função é de relações-públicas, é especialista em Administração Pública e atua há seis anos e quatro meses na área. O RP 02 informou que é Assistente de Comunicação, especialista em Marketing estratégico e Inteligência de mercado e trabalha há três anos na área. O RP 03 respondeu que é Técnico em Comunicação Social, mestre em Ciências da Comunicação e trabalha há seis anos na área.

Sobre a composição da equipe de trabalho, formações e funções, O RP 01 informou que trabalha sozinho e que, na verdade, não há um setor específico de comunicação, mas sim um RP contratado pela organização, mas que atua em uma rede nacional vinculada a uma Coordenadoria de Comunicação. O RP 02 informou que a equipe é composta por dois publicitários, seis jornalistas, um fotógrafo e um



administrativo. Já o RP 03 informou que são nove profissionais, ao todo, sendo cinco jornalistas divididos em função de diretora, gerente de jornalismo, gerente de comunicação em saúde e dois repórteres, e três designers e um fotógrafo.

Ao ser indagado se o setor possui política de comunicação definida e, se caso a resposta fosse positiva, se está disponível para acesso de interessados, o RP 01 afirmou que há sim uma política de comunicação institucional nacional e com diretrizes de comunicação locais, além de outras normativas, como política de porta vozes e manuais de conduta em mídias sociais, relacionamento com a imprensa e identidade visual e que todo material podem ser acessados nos *sites* institucionais. O RP 02 afirmou que há um plano de comunicação com diretrizes para as atividades, mas ainda não institucionalizado. O RP 03 informou que não possui ainda nada referente.

Sobre as atividades e práticas de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda que o setor desempenha, o RP 01 respondeu que o trabalho se divide em relacionamento com a imprensa (atendimento de demandas, sugestão de pautas, levantamento de fontes, *media training*, acompanhamento em entrevistas, dentre outros), produção de conteúdo (matérias, vídeos, registro fotográfico, *design*, campanhas, produtos de comunicação interna), comunicação interna e eventos e Publicidade (cerimonial, consultas sobre protocolo, acompanhamento de eventos, produção e promoção de eventos, uso de marcas, dentre outras).

No que se refere ainda a questão acima, o RP 02 afirmou que no jornalismo compete às atividades de comunicação externa, criação de pautas, inserção na mídia e assessoramento. Nas atividades de relações públicas, as atividades são voltadas para a comunicação interna, servidores da sede e unidades de saúde, informes, *newsletter*, conteúdo feito pelo público interno, realização e cobertura de eventos e comunicação institucional. Já para a área de publicidade cabe a criação de campanhas mensais de saúde já institucionalizadas pelo Ministério da Saúde, criação de peças para os outros núcleos de comunicação, além de produtos para as redes sociais *online*. O RP 03 respondeu que atualmente há no jornalismo a atividade de assessoria de imprensa; nas relações públicas há a comunicação interna e o apoio a eventos; e que não há



publicidade atualmente e que as grandes campanhas como o Outubro Rosa ou de vacinação são feitas pelo órgão superior de comunicação e aprovadas pela direção do departamento.

Ao ser perguntado se o setor organiza algum acervo multimídia com os produtos gerados e se o acervo está disponível para acesso de interessados, o RP 01 informou que sim, que organiza, mas que não há acesso liberado previamente, somente mediante consulta. O RP 02 informou que há apenas nas redes sociais *online*. O RP 03 respondeu que em geral organiza sim e que fica disponível na intranet.

Em relação ao ambiente virtual, sobre os produtos de comunicação gerados, o RP 01 afirmou que desenvolvem conteúdo na intranet, *site*, redes sociais (mas que atualmente somente trabalham com o *Instagram*), vídeos para plataformas de *streaming*, entre outros produtos que surgem de acordo com as demandas de comunicação, definição de prioridades e a capacidade de resposta do setor de comunicação. O RP 02 afirmou que trabalham com o *Facebook*, *Flickr*, *Twitter*, *Youtube* e *Instagram*. O RP 03 respondeu que trabalham com o *site* institucional e as redes *online Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube*.

Ao ser perguntado se o setor busca promover espaços de debates como fóruns, enquetes, *chats*, ou atividades de ouvidoria para participação de pessoas com sugestões, reclamações e esclarecimento de dúvidas, o RP 01 informou que o *órgão tem uma ouvidoria vinculada à Ouvidoria do SUS Nacional e que no departamento há um interlocutor*. Já o RP 02 respondeu que o SAC das redes sociais é o principal ambiente de interação direta com o usuário deles, espaço no qual recebem as principais questões, queixas e informações. Já para o público interno, servidores da saúde, há a realização de pesquisa de opinião em diversos assuntos e que é pulverizada por *email* e outros canais da organização. E o RP 03 afirmou que o órgão tem uma ouvidoria vinculada à Ouvidoria do SUS Nacional e que no departamento há um interlocutor.

No que se refere a produtos gerados para prestação de contas, o RP 01 informou que eles elaboram relatório de atuação e produção. O RP 02 respondeu que para a gestão há o relatório de atividade com a apresentação dos serviços da Assessoria e que



possui dados do trabalho de demandas por *email*, número de produtos criados, entre outras. Para a sociedade, há alguns programetes nas redes sociais *online*, contendo as principais notícias da organização. Já o RP 03 informou que até o ano de 2020 o trabalho era feito por meio de relatório anual.

Na última questão, foi perguntado se o relações-públicas, ao olhar para as práticas realizadas pelo setor em que trabalha, se acreditava que o interesse coletivo prevalecia em relação aos interesses particulares. Para melhorar preservar as informações dadas, as mesmas são apresentadas como relatos. Assim, afirmou o RP 01: “Sim. na verdade, todo o trabalho é pautado por interesse público e determinações legais (lei de estatais, e orientações do SUS...”. Continuou afirmando ainda que a organização “tem entre suas principais funções a formação de pessoal especializado na área de saúde e o atendimento suplementar à população por meio do SUS e isso orienta todos os produtos a ações de comunicação”.

Para o RP 02, a resposta foi: “a Saúde é um direito básico do ser humano e de interesse coletivo. Nosso público principal são os usuários do SUS, de todo o Estado e até países vizinhos, dessa forma, nosso conteúdo busca ser informativo no sentido de munir a população de conhecimento sobre os fluxos de atendimento nas 64 Unidades de Saúde da capital, os processos que são aderentes ao serviço público (culturalmente entendida como excessivamente burocrática), números de desempenho que significam transparência e prestação de contas para a sociedade e reforçar ao máximo a importância do Sistema Único de Saúde, para que ao fim se tornem defensores...”.

O RP 03 respondeu que “no geral, acredito que sim. O departamento segue as diretrizes do SUS no contexto do serviço público municipal. A forma como é conduzida a comunicação é ajustada de acordo com a percepção do gestor do setor. Nesses cinco anos já tivemos práticas mais voltadas para a assessoria de imprensa – quando as gestoras tinham formação em jornalismo; e depois mais abrangente – quando a gestora foi uma publicitária”.



A partir dos dados expostos acima, é possível identificar indícios do exercício da comunicação governamental dentro do contexto das redes de comunicação pública. São eles:

1. Com exceção do RP 01 que é a única pessoa a compor a comunicação da organização na qual trabalha, os outros dois relações-públicas compõem equipes multidisciplinares da área da comunicação, o que converge com a ideia apontada por Weber (2017), que indica o investimento que o Estado faz montando estruturas de comunicação para promover a comunicação pública. Esse investimento em comunicação pode também resultar em um trabalho estratégico e estruturado, elaborado a partir de uma política de comunicação definida, a qual, nos dados coletados, aponta-se que embora o RP 01 trabalhe sozinho, o mesmo faz parte de uma rede nacional e conta com uma política definida, além de outros documentos. Resta saber quais são as implicações de uma política nacional quando se pensa na necessidade de se fugir de padrões na área da comunicação, a qual precisa ser trabalhada em contextos específicos. O RP 02 e RP 03, embora estejam inseridos em equipes de trabalho de maior dimensão, não têm a política de comunicação em documento. Talvez haja aqui o fato de que equipes de comunicação podem ser trocadas a cada nova gestão, caso os profissionais não sejam concursados no setor público, o que pode comprometer na sistematização e continuidade na produção dos documentos necessários.

2. As práticas de jornalismo, relações públicas e publicidade são presentes nas três organizações, mas com a exceção de que no relato do RP 03, identifica-se que não há autonomia na produção das campanhas de publicidade, sendo a prática centralizada no setor a qual está vinculado, ainda que a equipe do RP 03 contribua com a aprovação das campanhas. Todas as três organizações trabalham intensamente com práticas do jornalismo, ressaltando aqui que, em tese, *releases* só são divulgados na mídia se a notícia atende ao interesse público, o que acontece no caso da área da saúde pública.

3. Os acervos multimídia nem sempre encontram-se disponíveis para o acesso de todos. Parecem estar disponíveis parcialmente. Dispor do material, mas não colocá-lo como fonte de consulta para a sociedade em geral compromete a ideia de interesse



público e de prestação de contas já que tudo que é feito nos setores/departamentos/assessorias de comunicação em instituição pública pode ser de interesse do cidadão. Pensando no contexto da pandemia do SARS-COV-2 atualmente, quantas informações produzidas pelos órgãos de saúde podem ser interesse de qualquer membro da sociedade, ainda mais quando se depara atualmente com um cidadão conectado e informado 24 horas por dia? O ambiente virtual e as mídias sociais podem ser também um espaço de consulta para todos, mas para isso todo o trabalho deve ser sistematizado em ambientes virtuais específicos.

4. A questão dos espaços de debate e das ouvidorias foi sinalizada com duas organizações que têm a ouvidoria local vinculada à Ouvidoria do SUS Nacional, com a presença, inclusive do interlocutor, cumprindo assim o papel que a legislação aponta como necessário. O RP 02 explica o espaço das mídias sociais como espaço de debate, de interação, tendo uma identidade de Serviço de Atendimento do Consumidor (SAC), sendo que nesse caso, é o usuário do sistema público de saúde. É evidente que os informantes apontam que há espaço disponível para a fala e não para o silenciamento, mas é preciso saber o que é feito com as queixas, críticas, sugestões recebidas.

5. Pelos relatos, há a prestação de contas/*accountability*, trabalhada por Weber e Carnielli (2016), mas a visibilidade das ações pode ser melhorada, ainda que isso gere o paradoxo da visibilidade. Organizações públicas têm um compromisso com as questões públicas, com o coletivo, então, todo investimento feito, seja de recursos humanos, materiais, financeiros, tecnológicos, precisa gerar um retorno para a sociedade e não somente aos agentes públicos.

6. A prevalência do interesse público sobre o particular parece ser uma premissa adotada pelos setores em que estão vinculados os três informantes, os quais, em seus relatos, enfatizaram que o trabalho feito obedece aos princípios do SUS, inclusive pela natureza das organizações as quais estão vinculados.

Considerações



Após todo o exposto, em uma análise do que foi descrito, faz-se necessário apontar que nas três organizações da área da saúde há indícios de que o trabalho de comunicação governamental atende ao interesse público, o que converge com a maioria dos conceitos de comunicação pública apresentados anteriormente neste trabalho. Não se sabe se esse atendimento é parcial ou total, sendo necessário haver novas pesquisas posteriormente, utilizando a entrevista em profundidade com os informantes.

Futuramente, também seria importante utilizar técnicas de coleta de dados que permitam investigar na prática o funcionamento da comunicação governamental dentro dos sistemas e redes da comunicação pública, inclusive seus fluxos de informação, interação e comunicação, sendo um processo de pesquisa que demanda tempo e condições fora do contexto da pandemia do novo coronavírus.

Dentro da proposta do artigo, acredita-se que o objetivo foi alcançado, mas enfatiza-se que este trabalho, de cunho exploratório, deve ser o início de uma investigação que precisa ser continuada, levantando novos dados e informações que permitam avançar os estudos dentro da temática na realidade da cidade de Manaus.

Referências

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. ; MURTINHO, R. . *A Comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências.* Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 6, p. 104-115, 2009.

BRANDAO, E. P. Usos e significados do conceito de comunicação pública.. In: XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2006, BRASÍLIA. ANAIS DA INTERCOM 2006. BRASÍLIA: INTERCOM - UNB, 2006.

KUNSCH, M. M. K. *Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas.* Heloiza Matos. 1ed. São Paulo, SP: ECA-USP/PPGCOM, 2012, v. 1, p. 13-30.

LUZ, Ana Javes. Sistemas de Comunicação Governamental: a experiência da Prefeitura de Fortaleza (2005-2012). In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C.. (Org.). *Comunicação Pública e Política: pesquisa & práticas.* 01ed. Florianópolis: Insular, 2017, v. 01, p. 423-437.

WEBER, Maria Helena. *Na comunicação pública, a captura do voto.* Logos (Rio de Janeiro. Online), v. 01, p. 21-42, 2007.



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



WEBER, Maria Helena; CARNIELLI, Fiorenza . *A comunicação de instituições públicas e o paradoxo da visibilidade estratégica*. In: 25. Encontro Nacional da COMPÓS, 2016, Goiânia. 25. Encontro Nacional da COMPÓS. SALVADOR: COMPÓS, 2016. v. 1. p. 01-24.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, M.H.; COELHO, M.P.; LOCATELLI, C. (Org.). *Comunicação Pública e Política -pesquisa e práticas*. 1 ed. Florianópolis: Editora Insular, 2017, v. 1, p. 23-56.