

***FenaSaúde promove 1º Encontro de Comunicação da Saúde Suplementar e reúne lideranças, assessores de imprensa e jornalistas***

Avançar na melhoria da comunicação do setor de planos de saúde. Esse foi o tom das discussões que nortearam o '1º Encontro de Comunicação da Saúde Suplementar', realizado pela Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), na última quinta-feira (4/5), em São Paulo.

Com uma plateia formada por profissionais de comunicação, diretores das empresas associadas à FenaSaúde e jornalistas especializados e renomados, o encontro teve como finalidade discutir a construção de uma identidade de valor que seja percebida pelos consumidores dos serviços da saúde suplementar, oferecidos pelas operadoras e seguradoras de saúde.

Na abertura, Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da FenaSaúde, ressaltou que o evento teve como propósito buscar estratégias mais efetivas de dialogar com a sociedade: "Sabemos que a comunicação é agente indutor de desenvolvimento e transformação. Para tanto, estamos nos dispondo a fazer uma reflexão em conjunto, já partindo do pressuposto que somos um setor mal compreendido. E, como dizia o ex-presidente Trabuço: Não queremos ser amados, apenas compreendidos. Essa discussão é importante, porque o consumidor está no centro das atenções. E temos a convicção de que prestamos e nos esforçamos cada vez mais para manter um bom serviço à sociedade".

Em seguida, Fernando Pesciotta, vice-presidente de Análise e Pesquisa da CDN Comunicação, fez uma apresentação sobre a avaliação e percepção da mídia. De acordo com Pesciotta, cresceu a participação da FenaSaúde no noticiário do setor em 2016. Logo após, a gerente de Comunicação Social da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Isabella Eckstein, mostrou uma pesquisa sobre a percepção da sociedade em relação ao órgão regulador. Segundo a pesquisa, 48% dos respondentes compreendem a real atribuição da ANS – regular planos de saúde; 29% acreditam que a agência é responsável pela 'saúde' de uma forma geral; enquanto 3% a associam à regulação de medicamentos.

Dando prosseguimento a programação, o primeiro painel do encontro foi apresentado por Ricardo Guimarães, fundador da Thymus Branding. O publicitário falou sobre 'Formação da Imagem' e demonstrou uma ampla visão sobre os novos tempos e desafios enfrentados pelas organizações. "Transparência é dada, não é valor ou opção. É preciso ter condições de ser visto e valorizar essa presença, e isso tem a ver com agilidade", concluiu. Após o painel, o público, dividido em mesas-redondas de debates, discutiu o tema e apresentou suas conclusões elencando palavras a serem trabalhadas, como clareza e credibilidade.

O segundo painel – 'Formação da Pauta' – foi conduzido pelo jornalista Rodrigo Bocardi, da TV Globo, que trouxe percepções de profissionais dos principais telejornais da emissora sobre a relação com assessores de imprensa e porta-vozes do segmento. "Esse setor precisa mostrar 'a cara'. Ocupar o espaço em uma reportagem com uma entrevista será muito melhor do que enviar uma nota, por exemplo", afirmou. A plateia participou ativamente da troca de ideias.

Vera Sampaio, gerente de Regulação da FenaSaúde, sintetizou o propósito do encontro: "A comunicação, mais do que nunca, é vital para a saúde suplementar, por conta da grande complexidade deste setor. O momento exige entender como comunicar no Século XXI para que possamos nos aproximar do consumidor e ajudá-lo a compreender não só a dinâmica do setor, como também os seus direitos e deveres com relação ao mútuo."

Para finalizar o 1º Encontro de Comunicação da Saúde Suplementar, o presidente da Comissão de Comunicação da FenaSaúde, João Alceu Amoroso Lima, agradeceu a presença de todos e ressaltou o êxito do evento. "Tivemos um engajamento bastante interessante aqui e espero que seja um estímulo para as nossas próximas ações e reuniões da Comissão de Comunicação da FenaSaúde".

**Fonte:** CNseg, em 05.05.2017.