

FAZENDO O MARKETING DO SUS... FUNDAMENTOS**Gilson Carvalho**

Para se fazer o marketing do SUS se faz necessário entender a idéia central e os princípios fundamentais do Sistema Único de Saúde - SUS. É no entendimento dele é que podem surgir as idéias luminosas que servirão para o reconhecimento de sua importância, necessidade e consequente defesa de garantia.

Primeiro temos que nos aperceber que Saúde é um bem tão grande, envolvendo a própria vida das pessoas como um todo, ou em parte maior ou menor. Este bem está sujeito a um tipo de risco, por vezes previsível e prevenível e outras muitas vezes, imprevisível e imprevinível.

A vida como um todo ou parte dela, quando em risco, envolve custos psíquicos, morais, sociais e físicos. Estes custos traduzidos no econômico, quando possíveis, podem ser de tal monta que mesmo os 800 mil brasileiros que ganham mais que dois mil dólares mensais teriam extrema dificuldade em poder arcar com

eles. Quanto aos mais pobres nem se diga pois a somatória de toda a remuneração que conseguissem com seus salários, por toda uma vida, não seria capaz de remunerar estes custos.

Dai se deduz da necessidade que tem a humanidade de buscar uma forma de seguro para garantir sua saúde. Este seguro pode ser buscado no setor privado que estabelece os custos na medida dos riscos cobertos. Quanto maior o risco a que o cidadão é exposto e, consequentemente, maior a cobertura pretendida, estes custos se elevam a valores astronômicos. No Brasil os últimos levantamentos apontam que seguros e planos de saúde têm sido oferecidos a um custo mensal entre 20 e 1000 dólares por pessoa, na dependência do que se cobre e de quem é coberto.

A outra alternativa é que a saúde seja assegurada pelo estado. Assim é que inúmeros países colocam a questão social como

um campo de ação primordial do estado e conseqüentemente têm assegurado o direito à saúde através de impostos e contribuições do cidadão. A vantagem de ser estatal é a garantia de que será universal a todos os cidadãos ou que no mínimo dê cobertura aqueles que menos têm e menos podem. Assim alguns países dão cobertura universal a todos e outros a parcela da população, os mais carentes. Outros limitam não na universalidade mas no alcance da cobertura, limitando determinados atendimentos ditos de alta-complexidade e custo.

O seguro estatal, financiado pelos cidadãos entre as muitas vantagens tem as seguintes: a inexistência do lucro (objetivo do

privado) a possibilidade de extensão de cobertura diante de necessidades emergentes, a abertura ao controle da própria sociedade através do legislativo, do judiciário e do próprio controle social direto.

Assim é o Sistema Único de Saúde - um "seguro estatal" garantido por nossos impostos e contribuições sociais, previsto na Constituição Federal como Direito de todos e Dever do Estado.

Este é o primeiro ponto de marketing a ser feito. Defenda o que é seu! Exija dos governos que cumpram a constituição e as leis "por pensamentos, palavras e obras"... garantindo os meios, principalmente financeiros, para que o SUS cumpra seu papel.