

**Universidade Federal de Santa Maria – UFSM  
Educação a Distância da UFSM – EAD  
Universidade Aberta do Brasil – UAB**

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO COMO ALIADAS  
NA PROMOÇÃO DA SAÚDE PÚBLICA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Andressa Streicher**

**Três de Maio, RS, Brasil**

**2015**

# **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO COMO ALIADAS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE PÚBLICA**

**Andressa Streicher**

Artigo científico apresentado ao Curso de Pós-Graduação em Gestão de Organização Pública em Saúde da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção de grau de **Pós-Graduada em Gestão de Organização Pública em Saúde.**

**Orientador: Gianfábio Pimentel Franco**

**Três de Maio, RS, Brasil**

**2015**

**Universidade Federal de Santa Maria – UFSM  
Educação a Distância da UFSM – EAD  
Universidade Aberta do Brasil – UAB**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de  
Conclusão de Curso de Pós-Graduação**

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO COMO ALIADAS NA  
PROMOÇÃO DA SAÚDE PÚBLICA**

elaborada por  
**Andressa Streicher**

**Como requisito parcial para obtenção do grau de  
Pós-Graduada em Gestão de Organização Pública em Saúde**

**COMISSÃO EXAMINADORA:**

**Gianfábio Pimentel Franco, Doutor**  
Presidente/Orientador

**Isabel Cristina Pacheco Van Der Sand, Doutora(UFSM)**

**Rafael Marcelo Soder, Doutor(UFSM)**

Três de Maio, 04 de dezembro de 2015

## RESUMO

O presente artigo constitui-se no trabalho de conclusão do curso de Especialização em Gestão de Organização Pública em Saúde. Trata-se de um estudo bibliográfico, que tem como objetivo apresentar estratégias de comunicação que podem contribuir na promoção da saúde pública. A pesquisa parte da hipótese de que cada região do país possui fatores culturais distintos, que influenciam nos índices e tipos de doenças detectadas, sendo dessa forma, necessário trabalhar a saúde preventiva e curativa com foco na realidade de cada localidade. Neste contexto, faz-se importante o trabalho de profissionais da comunicação social que atuem lado a lado dos gestores de saúde, auxiliando na elaboração e execução de campanhas e ações de saúde junto às comunidades, fazendo o uso correto e contínuo dos veículos de comunicação. As rádios comunitárias estão entre os veículos de comunicação que devem ser utilizados para aproximar o poder público da comunidade. Outra alternativa é a produção de materiais publicitários informativos, construídos a partir de dados e relatos apresentados pela população da região a ser alcançada. A presente pesquisa também explicará como se dá a comunicação dirigida, que produz e dissemina conteúdos para públicos específicos, neste caso, para aqueles que passam por algum surto de doença ou que demonstram índices preocupantes. Por fim, será realizada uma análise de um problema de saúde recentemente divulgado na mídia nacional: o aumento dos casos de recém-nascidos com microcefalia na região nordeste do país. Após, serão apresentados exemplos de estratégias de comunicação que podem ser aplicadas frente a essa problemática.

Palavras chave: Estratégias de Comunicação, Saúde Pública, Informação.

## ABSTRACT

This article constitutes the working conclusion of the Specialization Course in Public Health Management Organization. This is a bibliographic study, which aims to present communication strategies that can contribute to the promotion of public health. The research starts from the assumption that each region has different cultural factors that influence the rates and types of detected diseases, and thus need to work preventive and curative health focusing on the reality of each locality. In this context, it is important to the professional work

of the media work hand in hand health managers, assisting in the preparation and implementation of campaigns and health activities in the communities, making the correct and consistent use of the media. Community radio stations are among the media outlets to be used to bring the public the power of community. Another alternative is the production of informative advertising materials, constructed from data and reports presented by the region's population to be reached. This research also explain how is the communication addressed that produces and disseminates content to specific audiences, in this case, for those who go through any outbreak of disease or show alarming rates. Finally, an analysis of a health problem recently publicized in the national media will be held: the increase in cases of newborns with microcephaly in the northeastern region. Following are examples of communication strategies will be presented that can be applied against this problem.

Keywords: Communication Strategies, Public Health, Information.

## **1 INTRODUÇÃO**

Os meios de comunicação (televisão, jornal impresso, rádio) costumavam voltar sua programação aos assuntos de interesse nacional ou até mesmo internacional. Entretanto, com a evolução tecnológica e o surgimento das mídias digitais convergentes, alguns veículos de comunicação passaram a adotar programações com enfoque local, atraindo o interesse do público, leitores e telespectadores, que valorizam as “raízes” e questões que dizem respeito à comunidade.

Muitos meios de comunicação, programas de rádio, televisão, ou seções da mídia impressa ou online, se autodenominam comunitários, como forma de obter a imagem de estar ligado à comunidade ou de estar prestando serviços para a comunidade, obtendo assim credibilidade local e apoio na forma de audiência, participação na programação e anúncios publicitários.(PERUZZO, 2007).

Na obra de Marcos Palácios, “Sete Teses equivocadas sobre Comunidade e Comunicação Comunitária” ele afirma que a comunidade não é simplesmente um lugar no mapa. Ele aponta que a comunidade deve ser vista como toda forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum de um grupo de pessoas,

seja qual for a dimensão desse grupo e independentemente de sua dispersão ou proximidade geográfica.

(PALÁCIOS, 1990).

O fato é que, atualmente, tornou-se imprescindível o aprimoramento das estratégias de gestão que valorizem o uso eficiente dos instrumentos de comunicação e a imersão de profissionais da área da comunicação nesses serviços. Neste caso, visando transmitir para a população hábitos de promoção e proteção à saúde, dados do município e da região sobre algumas doenças. Cabe a isso também, divulgar as políticas públicas e ações que são realizadas pelo Ministério da Saúde para o controle das mesmas.

O trabalho em conjunto, realizado por profissionais da área da saúde e da comunicação é uma estratégia que pode contribuir no avanço do Sistema Único de Saúde, de modo a fortalecê-lo, visando sempre reforçar os princípios básicos do SUS: a equidade, a universalidade e a integralidade.

O SUS prevê uma rede de assistência à saúde que deve funcionar de forma integrada, sendo esta um fundamental, pois possibilita o acesso a todos os níveis de complexidade do Sistema de Saúde. O artigo 7º da Lei 8.080/90 entende a integralidade da assistência como um conjunto articulado e contínuo das ações e serviços preventivos e curativos, individuais e coletivos, exigidos para cada caso em todos os níveis de complexidade do sistema.

Este artigo visa apresentar estratégias de comunicação, que com o apoio das gestões e organizações de saúde, direcionem os conteúdos produzidos pelas assessorias de imprensa institucionais a não focarem somente na produção massiva de materiais promocionais, como campanhas publicitárias, por exemplo. Estas já se encontram disponíveis no site do Ministério da Saúde. O objetivo, é que trabalhem a promoção da saúde a partir de um olhar mais comunitário, onde as práticas aconteçam mais dialogadas e os materiais de divulgação sejam construídos de forma coletiva por cada região, respeitando a realidade das diferentes localidades do Brasil. Desta forma, também é possível ampliar a participação da sociedade, fortalecendo a autonomia dos indivíduos e das comunidades como um todo.

## **2 USO DAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO NA PROMOÇÃO DA SAÚDE**

Para que a presente pesquisa tenha continuidade, é necessário entender como se dá o processo de comunicação. Entre os fatores determinados pela Teoria da Comunicação, estão:

o emissor – que transmite a mensagem; o codificador – que transforma a mensagem; o meio – canal pelo qual a mensagem é transmitida; decodificador – reconstrói a mensagem e um receptor – pessoas para a qual a mensagem é dirigida. A comunicação midiática acontece quando utilizamos os recursos sonoros (rádio), escritos (jornal e revista) e audiovisuais (televisão e internet) para nos comunicarmos.

Há vinte anos, nem mesmo os mais renomados estudiosos da comunicação poderiam prever as mudanças que aconteceriam com as mídias tradicionais e a revolução causada pelas mídias digitais convergentes. A informação produzida está disponível em grande quantidade, profundidade e com rapidez a quem desejar conhecê-la. Vivencia-se a Era do Conhecimento, da velocidade de informação e da comunicação personalizada. Nesse contexto, cabe lembrar que novas mídias como a internet e os dispositivos móveis surgiram, causando uma verdadeira revolução midiática.

Devido a esse desenvolvimento tecnológico, a comunicação começou a fazer parte, como aliada, em vários segmentos da sociedade, consolidando-se desta forma como importante instrumento de orientação e informação. No entanto, no âmbito da saúde pública brasileira, essas ferramentas comunicacionais podem ser mais exploradas, a partir de um planejamento estratégico pensado em conjunto, a partir da troca de informações entre as instituições, comunidades e indivíduos. Essa integração e troca de informações deve acontecer de forma contínua, no lar, na escola, no ambiente de trabalho e nos demais espaços coletivos. A democratização da informação deve estar entre as principais metas para a melhoria da saúde brasileira.

De acordo com Pitta, as políticas de saúde devem estar articuladas com as novas possibilidades tecnológicas e metodologias que possibilitem uma participação mais direta do cidadão:

A política não pode se restringir à produção de materiais, peças publicitárias e difusão de informações. Deve fortalecer e institucionalizar uma rede de parcerias, permitindo a definição de uma agenda comum de ações na saúde vinculada aos problemas identificados, de forma partilhada, por técnicos e representantes da sociedade. (PITTA, 2007, p. 18)

Milhões de pessoas passaram a ter acesso aos meios de comunicação de última geração, como o computador pessoal, a internet, telefones celulares, tablets, satélites e outros. Desde então, é possível perceber as transformações na forma de agir e pensar, no estilo de vida, nos desejos e nas atitudes sociais. Muitos aspectos na vida social das pessoas foram afetados pela utilização dessas novas tecnologias, por isso, não há como mensurar a relação

interpessoal sem a mediação dos meios rápidos de informação, tais como o e-mail, torpedos, blogs, redes sociais, câmeras fotográficas, celulares e outras tantas ferramentas que pertencem à Era Digital.

Para Thompson, o acesso da população aos meios de comunicação reflete na relação entre os indivíduos, criando ressignificações:

O desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. Se “o homem é um animal suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu”, como Geertz uma vez observou, então os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo moderno e, ao usar estes meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos (THOMPSON, 1998, p. 19).

De acordo com informações divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2013, estimou-se que 85,6 milhões (49,4% da população) a partir de 10 anos ou mais de idade utilizam a internet, pelo menos, uma vez ao dia. Sendo assim, as informações disponibilizadas na rede, demonstram atingir uma grande camada da população.

Desta forma, o veículo se mostra uma grande ferramenta a ser utilizada pelos serviços de saúde, se mostra eficiente em relação ao número de pessoas o meio demonstra se mostra um importante meio para divulgação de informações relacionadas à saúde.

Lévy (1999) considera a internet um projeto de inteligência coletiva, um mosaico formado pelas páginas pessoais, institucionais, de grupos e de empresas. Por meio dela, dados, imagens, sons, animações, arquivos de texto, tudo é matéria de composição de uma rede de conteúdos e formas. Sendo assim, além de informar, esta nova mídia possibilita a formação cultural, provocando novas práticas sociais. Apesar da invasão da internet num número expressivo de lares brasileiros, as mídias tradicionais não perderam espaço, e continuam sendo muito eficientes no processo de difusão da informação.

O rádio é um veículo que nunca perdeu o caráter integrador e socializador das informações, se mostrando cada vez mais presente na vida da população. Desta forma, os órgãos de saúde devem aproveitar este abrangente espaço para a divulgação de boletins, informes e chamamentos públicos, o que, num primeiro momento, parece ser hábito rotineiro das gestões públicas, porém, ainda existem muitas regiões no país onde isto não acontece de maneira efetiva.

Segundo Caparelli, “o surgimento do rádio no Brasil significou desde o início um novo campo para aplicação de capital e, em segundo lugar, um instrumento capaz de atingir camadas da população, independente de serem alfabetizadas ou não”. (Caparelli, 1986).

O rádio pode ser caracterizado como uma espécie da organização de nossos tempos subalternos através de algumas formas de som, mas é mais do que um som. “O rádio é um veículo de interação social, promove um sentido que atravessa o ar e se solidifica nas relações sociais. Permite identificações, explicita conflitos ou diálogos” (OLIVEIRA, 2000, p. 8).

Disseminar spots radiofônicos específicos produzidos e disponibilizados pelo Ministério da Saúde é importante. Entretanto, se o tema e formato das informações forem dirigidos aos problemas de saúde locais, o retorno será mais perceptível e satisfatório. Este tipo de planejamento é chamado de comunicação dirigida. A comunicação dirigida é destinada a públicos específicos, pré-determinados, e conseqüentemente mais conhecidos pelos idealizadores das diferentes estratégias de aproximação possíveis (Kunsch, 1997).

Para Andrade, Comunicação Dirigida é o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente a partir de determinados números de pessoas homogêneas e identificadas. (ANDRADE, 1965, p 163).

Analisando essas afirmações, nota-se que em muitos casos a produção de informações massivas (mesma mensagem para públicos distintos) não produz o efeito desejado. Para que a comunicação se torne eficaz nas comunidades, cada público precisa ser contatado com ferramentas e abordagens específicas.

A criação das rádios comunitárias, por exemplo, aproximaram os veículos de comunicação da comunidade, sendo um espaço muito interessante a ser trabalhado nas ações de comunicação dirigida.

A rádio comunitária transmite uma programação de interesse social vinculada a realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados à suas vidas. (PERUZZO, 2007, p. 69).

Segundo Peruzzo, na programação de uma rádio comunitária é recomendável que alguns princípios sejam levados em conta, tais como: participação ativa, democracia, caráter público (programação cidadã), autonomia, gestão coletiva e vínculo com a cultura local.

Além das rádios comunitárias, outra estratégia para aproximar as ações de saúde da população, seria a produção de materiais informativos (boletins, panfletos, jornais) feitos

pelas próprias prefeituras e/ou secretarias de saúde, a partir da colaboração da comunidade. Essa iniciativa não objetivaria substituir os folders disponibilizados pelo Ministério da Saúde ou Secretarias Estaduais de Saúde, mas sim complementar as informações com abordagens que chamem a atenção para os casos mais alarmantes do município, principalmente a aqueles que apresentam os menores índices de resolutividade.

Quando os campos da saúde coletiva e da comunicação social decidem entrar em diálogo, é preciso entender que em cada ato de comunicação de mensagens sobre a saúde, por exemplo, há muito mais do que a absorção (ou não) de informações; há complexos processos sociais de instituição de imaginários, de trocas de significados, de fantasias e fantasmas, de usos, de ressignificações culturais, a partir dos quais a saúde e a doença adquirem sentido. (NATANSOHN, 2004, p. 50).

Após a exposição de estratégias que se mostram eficientes na promoção da saúde pública, na próxima seção será explorado um *case* relacionado a um problema de saúde que ocorreu em determinada região do país. A partir da exposição dos fatos, será feita uma análise da forma como a mídia tem informado a população e apontadas estratégias de comunicação que visem a prevenção de novos casos.

### **3 MICROCEFALIA NA REGIÃO NORDESTE DO PAÍS: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA PREVENIR NOVOS CASOS**

Visando exemplificar algumas ações que podem ser realizadas pela área da comunicação social junto a públicos determinados, um problema de saúde recentemente divulgado na mídia nacional será exposto no decorrer da presente seção. O alto índice de casos de recém-nascidos com microcefalia, apontados em uma região específica do país será o *case* analisado.

De acordo com o Ministério da Saúde, 399 casos de microcefalia foram registrados até o dia 17 de novembro de 2015, na região nordeste do país. O maior número de casos foi registrado em Pernambuco, primeiro estado a identificar o aumento da doença na região.

A doença é causada por uma má formação no cérebro que não se desenvolve de forma adequada e pode causar a diminuição da circunferência da cabeça do recém-nascido. Outros problemas também podem ser diagnosticados, como por exemplo, o retardo mental e complicações no desenvolvimento da fala. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2015).

Até o momento, a causa é desconhecida. Entretanto há indícios de envolvimento com o vírus Zika, hipótese que vem sendo, de acordo com o Ministério da Saúde, investigada pelas equipes de campo da saúde na região.

Entre as ações de comunicação realizadas até o momento, podemos citar a divulgação massiva de matérias na televisão, sites e jornais, com enfoque na explicação dos problemas que a doença pode causar nos recém-nascidos. A pesquisa que está sendo realizada na região para identificar as possíveis causas da doença também vem ganhando destaque.

Em entrevista de rádio concedida pelo diretor do Departamento de Vigilância das Doenças Transmissíveis do Ministério da Saúde, Cláudio Maierovich, disponível no site Portal Saúde, do Ministério da Saúde, ele recomendou que as gestantes mantenham o acompanhamento e as consultas pré-natal, com a realização de todos os exames recomendados pelo médico. Orientou também que as gestantes evitem contato com pessoas com febre ou algum tipo de infecção. Para finalizar, destacou que as pessoas evitem ao máximo a exposição à mosquitos transmissores de doenças.

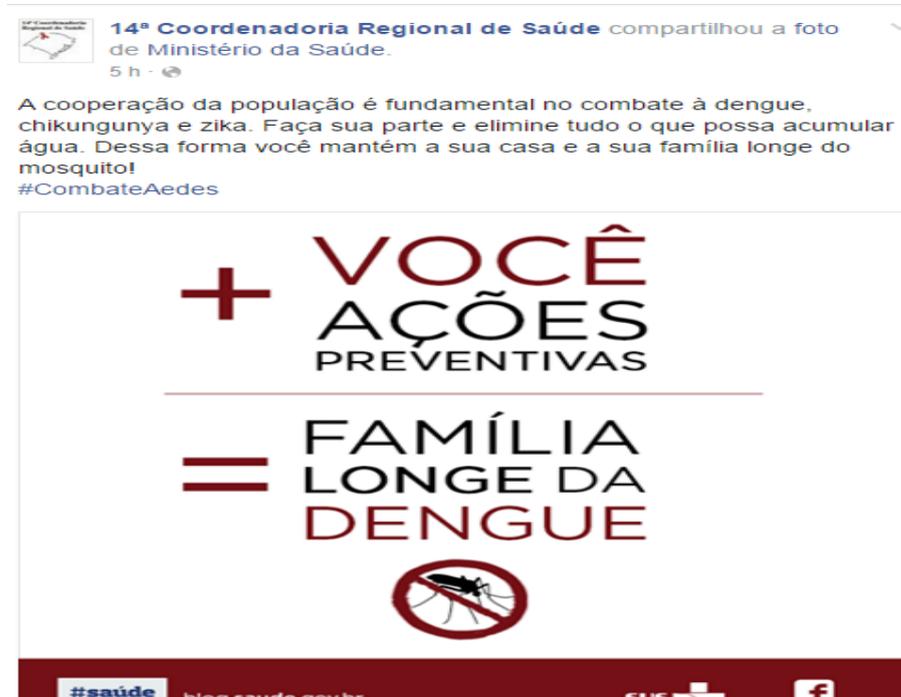
A partir das informações expostas acima, percebe-se que o Ministério da Saúde tem dado suporte e informações para a população mais especificamente sobre a problemática enfrentada. Entretanto, o enfoque das informações disponibilizadas pelo Ministério da Saúde deveria estar voltado às possíveis formas de prevenção de novos casos.

Tendo em vista que já há suspeita de que o vírus Zika seja o causador da enfermidade, um trabalho amplo de orientação deve ser realizado. Assim como o vírus da Dengue, o Zika também é transmitido pelo mosquito *Aedes aegypti*. Sendo assim, as Secretarias Estaduais de Saúde dos Estados de Pernambuco, Sergipe, Rio Grande do Norte, Paraíba, Piauí, Ceará e Bahia devem iniciar imediatamente campanhas dirigidas a este fato específico, convocando as Secretarias Municipais para orientarem e divulgarem tais conteúdos intensamente junto às comunidades.

Como já apresentado na seção anterior, campanhas preventivas que alertem para o cuidado com a água parada, devem ser amplamente divulgadas nas rádios de abrangência estadual e municipal. A produção de materiais gráficos, como folders, devem ser distribuídos durante as visitas dos Agentes Comunitários de Saúde, que possuem o controle dos locais visitados e ferramentas para captação de dados estatísticos.

A internet também deve ser um meio abundantemente utilizado. Suas ferramentas possibilitam a disseminação de materiais com dados nacionais que podem ser adaptados a realidades locais. Como exemplo, segue abaixo *post* publicado em uma página oficial na

internet que pertence a 14ª Coordenadoria Regional de Saúde, que tem sede em Santa Rosa, Rio Grande do Sul e atende 22 municípios da região noroeste do estado.



**Figura 1-** imagem retirada da internet (2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1115038471848101/?type=3&theater>>. Acesso em 18 de novembro de 2015).

A imagem foi publicada no dia 18 de novembro de 2015, através de compartilhamento de uma publicação do Ministério da Saúde em sua página. Nota-se que apesar do texto da postagem alertar sobre o vírus Zika, a arte utilizada apresenta um texto com destaque para a prevenção contra a Dengue.

A partir do exemplo citado, percebe-se que mesmo o país enfrentando um sério problema de saúde que apresenta novos casos diariamente, as estratégias de comunicação utilizadas pelo Ministério da Saúde ainda são cautelosas. Cabe então aos Estados e municípios que apresentaram casos da doença, intensificarem as campanhas preventivas aos seus públicos dirigidos, com abordagem para o cuidado com o vírus Zika.

## CONCLUSÃO

Para que as estratégias de comunicação apresentadas acima demonstrem resultados, é fundamental a participação de representantes da comunidade na elaboração dos materiais preventivos. A partir da apresentação de dados e definição das enfermidades mais preocupantes, cabe aos gestores planejarem junto aos profissionais da comunicação o conteúdo a ser produzido e os veículos que serão utilizados para disseminar essas informações.

O rádio e a internet se mostram veículos importantes para discutir e apontar as situações que merecem atenção diferenciada. A produção e distribuição de materiais gráficos, com orientações sobre os cuidados a serem tomados também são ferramentas importantes na prevenção de doenças. Se as estratégias utilizadas pelos gestores de saúde forem pensadas juntamente com profissionais da comunicação e representantes da população afetada, muitos casos de doenças serão prevenidos e campanhas que chamam a atenção para ações curativas se tornarão mais eficientes.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. 2. ed. São Paulo: BIBLOS, 1965.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à Internet e à Televisão e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal 2013**. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93373.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling ((org.)). **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34 LTDA, 1999.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Microcefalia: 399 casos da doença são registrados no Brasil, até esta terça-feira**. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/o-ministerio/principal/secretarias/job/webradio/20815-microcefalia-399-casos-da-doenca-sao-registrados-no-brasil-ate-esta-terca-feira>>. Acesso em : 17 nov. 2015.

NATANSOHN, L. G. **Comunicação & Saúde: interfaces e diálogos possíveis.** Eptic Online: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. VI, n. 2, mayo-ago. 2004, p.50. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em: 17 de novembro de 2015.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. **A reconfiguração do espaço público nas ondas das rádios comunitárias.** Artigo Científico. São Paulo, p 8, 2000.

PAIVA, Raquel. Estratégias de Comunicação e Comunidade Gerativa. **Vozes Cidadãs: Aspectos Teóricos e Análises de Experiências de Comunicação Popular e Sindical na América Latina.** São Paulo: Angellara, p. 57-74, 2004.

PALÁCIOS, Marcos. **Comunicação e Política**, v. 9, n. 11, p. 103-110, FACOM-UFBA, Salvador-Bahia, 1990 MARCOS PALÁCIOS.

PERUZZO, Cicilia M.Krohling. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social.** Organizado por Raquel Paiva. Rio de Janeiro, Editora Mauad, 2007. p.69-94.

Revista Rede Câncer. **Os desafios da comunicação em saúde. Instituto nacional do Câncer.** Rio de Janeiro, p 18, 2007.

STREICHER, Andressa. **“Mídias Tradicionais e Digitais: um estudo sobre a (re) organização do conhecimento pelos diferentes formatos de comunicação.”** Trabalho de Conclusão da Graduação. UNIJUÍ, 2013.

THOMPSON, John B. **Mídia e Modernidade: uma teoria social da mídia.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998.