

SEMINARIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAUDE: PROTEÇÕES CONTRA A DESINFORMAÇÃO

EIXO TEMÁTICO: GT 2 - Divulgação e comunicação como estratégia de enfrentamento à desinformação em Ciência e Saúde

ComunicaSUS, inovando na comunicação como estratégia de enfrentamento da desinformação

ComunicaSUS, innovating in communication as a strategy to combat misinformation

Resumo: Com o propósito de melhorar a comunicação sobre o SUS com a sociedade e com os trabalhadores de saúde o Centro Brasileiros de Estudos em Saúde, a partir de 2018, em parceria com o Criar Brasil, cria o Projeto ComunicaSUS, com as personagens, SUSete, Norma, Ângela e Andrade. Durante a pandemia do COVID 19 o ComunicaSUS teve papel importante no combate à desinformação. Ao todo, o Projeto produziu 28 Episódios de Radionovela, com 3 a 5 minutos, distribuídos em mais de 500 rádios comunitárias, um samba no carnaval de 2020, 14 cards, 5 figurinhas, 4 charges e 4 spots. O material produzido foi percebido como uma novidade que inaugurou outra forma de fazer educomunicação em saúde, em relação às mídias já consolidadas, como as rádios, que receberam um material com outro estilo de linguagem, ágil, objetiva, direta que teve muita aceitação em diversas camadas da sociedade e regiões do país.

Palavras-chave: Comunicação simples; mobilização; desinformação

Abstract: In order to improve communications about Brazil's universal healthcare system (SUS) with society and healthcare workers alike, the Brazilian Center for Health Studies (CEBES), in partnership with Criar Brasil, created the ComunicaSUS

Project in 2018, with the characters SUSete, Norma, Ângela and Andrade. During the COVID-19 pandemic, ComunicaSUS played an important role in combating misinformation. In total, the project's radio soap opera produced 28 episodes, each lasting 3 to 5 minutes, distributed to more than 500 community radio stations, 1 samba for the 2020 carnival, 14 cards, 5 WhatsApp stickers, 4 political cartoons and 4 spots. All material produced was new and introduced a new way of communicating and educating people about health. Consolidated media, such as radio stations, received material with a different language style,being more agile, objective and direct, which was widely accepted in different layers of society countrywide.

Keywords: simple communication; mobilization; misinformation.

1 INTRODUÇÃO

Este texto apresenta a experiência do Centro Brasileiro de Estudos de Saúde (Cebes) na concepção, desenvolvimento e execução do Projeto ComunicaSUS, estratégia de comunicação/mobilização com (e para) profissionais da saúde e a sociedade, que buscou promover reflexões sobre o impacto das mudanças impostas ao SUS no cotidiano dos profissionais, em especial para os Agentes Comunitários de Saúde da Estratégia Saúde da Família/APS e, por consequência, para a população.

Buscando fortalecer o controle social da Saúde, o projeto resultou em diversos produtos, incluindo textos, música e uma radionovela, que teve como protagonistas agentes comunitários de Saúde. Teve como referencial teórico Transmídia, Marketing Social e a Comunicação para o Desenvolvimento, em especial a concepção freiriana (1985) de comunicação dialógica, que entende a construção do conhecimento como um processo de troca e reflexão.

O projeto foi concebido pelo Cebes e executado em parceria com profissionais de comunicação da Criar Brasil - *Centro de Imprensa, Assessoria e Rádio entre 2018 e 2020.* Pela repercussão positiva, a iniciativa encontra-se em etapa de reedição, com publicação em cards multimídia (imagem e som), com perspectiva de elaboração de novos episódios.

2 DESENVOLVIMENTO

A capacidade de compreender, avaliar e aplicar informações de saúde para tomada de decisões informadas, além de direito fundamental, é um elemento-chave para promoção da igualdade. O nível de escolaridade de mulheres, por exemplo, tem sido usado a muitos anos, como indicador de qualidade de vida de crianças menores de 2 anos, estando associado a uma redução da mortalidade infantil. entendido como nível de literacia em saúde.

O alcance do conhecimento e dos processos de significação de informações em saúde pode ser compreendido como elemento imprescindível tanto nos resultados da atenção à saúde individual ou coletiva, como na sua interferência nos determinantes sociais da saúde.

A popularização do conhecimento científico, a comunicação acessível e a informação como direito são conceitos interligados que visam promover a inclusão e a participação social nas políticas públicas e nas decisões da sociedade. A popularização busca levar o conhecimento científico para além da academia, tornando-o compreensível e acessível para todos, em tempo oportuno, enquanto a comunicação acessível garante que as informações sejam transmitidas de forma clara e compreensível, independentemente das características individuais do público, ampliando seu alcance. A informação como direito, por sua vez, reconhece a necessidade de acesso livre e amplo à informação para a cidadania e para o exercício da democracia.

O art. 5º, inciso XXXIII da Constituição Federal brasileira e a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2012), estabelecem não somente o direito à informação como o acesso à informação pública como regra, e o sigilo a exceção. Neste sentido, a experiência relatada se insere no arcabouço constitucional do acesso à informação e do direito à Saúde.

A Saúde, enquanto processo social, é construída através da interação e do diálogo entre indivíduos, grupos e instituições. Para a concepção do Projeto adotamos como referencial a Transmídia, Marketing Social e a Comunicação para o Desenvolvimento, em especial a concepção freiriana de comunicação dialógica, que entende a construção do conhecimento como um processo de troca e reflexão. A literacia em saúde, enquanto conceito, traz para reflexão e criação a diversidade de

linguagens e rica complexidade de culturas que compõem nosso país, aliada às “modernas” formas de comunicação que vem potencializar a capacidade de (in)formar cidadãos.

Com o propósito de incentivar a capacidade de inovar na Comunicação e na Mobilização Social na luta por direitos e pela defesa do SUS, por meio da produção de uma série de radionovelas, com personagens que geram empatia com sociedade e trabalhadores de saúde, como estratégia potencializadora da comunicação e do diálogo, estimulando o pensamento crítico e engajamento as ações de intervenção no território nas lutas por direitos sociais e defesa do SUS .



Nesse contexto, o Cebes produziu textos com diversificados temas, posteriormente transformados em roteiros para a produção das radionovelas. E assim, aliado a um projeto de formação e mobilização social no SUS, nasce o ComunicaSUS. A roteirização e criação das peças foi feita pela Criar Brasil - *Centro de Imprensa, Assessoria e Rádio, organização não-governamental* que atua pela democratização da Comunicação desde 1994.

O ComunicaSUS, teve suas primeiras peças lançadas em 2018, com a criação dos personagens SUSete, Norma, Angela e Andrade, com mais de dez episódios de radionovelas. Sua distribuição alcançou rádios comunitárias e mídias sociais, entrando numa nova fase de distribuição, ampliação de sua visibilidade e alcance.

A emergência sanitária da pandemia de covid-19, a partir de março de 2020, colocou uma imperiosa necessidade de produzir peças de comunicação de grande alcance que viesse apoiar a disseminação de informação científica e de influência nas mudanças comportamentais imprescindíveis para o enfrentamento do

DOI: 10.5224/1537.2025.7237293

Coronavírus, pautados na valorização da vida e na otimização de recursos. Desta forma, foram incorporados temas do cotidiano que buscavam produzir sinergia entre políticas públicas, iniciativas solidárias e atenção a problemas que se aprofundaram - como a fome, violência de genero. Cumpre ressaltar que a pandemia agravou, no Brasil, o fenômeno da desinformação, com a emergência política do negacionismo científico e pela politização imunização, a partir dos posicionamentos antivacina do então presidente Jair Bolsonaro (2019-2022) (GALHARDI et al 2020).

A capacidade de inovar na comunicação e na mobilização da sociedade no enfrentamento à covid-19, na luta em defesa de trabalhadoras(es) que desafiaram a pandemia para manter minimamente funcional a nossa sociedade e, a proteção da população, foi um grande desafio de tempo e de forma. A informação/conhecimento produzidos precisava ser objetivo, de fácil assimilação, de alcance rápido e oportuno, para combater as várias frentes - o negacionismo, o desalento, a escassez, ao mesmo tempo que produzia protagonismo social.

Referencial teórico

Diversos elementos, internos e externos, à construção de uma comunicação eficiente, podem influenciar o desfecho em saúde de forma positiva ou nem tanto. Compreender o cenário e objetivos, podem apontar para o alinhamento de teorias, que podem produzir sinergia e sentido. Objetos empíricos e objetos teóricos emolduram conhecimentos de importância que devem atentar para o necessário impacto social, promovendo ações, propostas e produtos que interfiram na realidade de pessoas, comunidades, países, organizações e sociedades.

O conceito de literacia em saúde e a literacia de mídia vem contribuir com o debate sobre a necessidade de se relacionar o nível de alfabetização e o nível de saúde de uma população, vislumbrando a melhoria nas mensagens relacionadas à saúde, no planejamento de comunicação e de saúde, bem com a incorporação e uso adequado das novas mídias disponíveis à população, como inclusão digital.

Segundo a definição da *World Health Organization,* literacia em saúde é a “habilidade cognitiva e social que determinam a motivação e capacidade do indivíduo para ter acesso, para entender e utilizar informações de maneira a promover e manter uma boa saúde” (WHO, 1998). A literacia de mídia assume

importante relevância quando observado o uso crescente das novas tecnologias, como aplicativos, sites e mesmo a TV digital, na produção do conhecimento nas ciências da comunicação na área da saúde. Porém, como isso, surgem necessidades, como a de suprir, ao mesmo tempo, níveis deficientes de literacia em mídia que o usuário de um site ou aplicativo pode ter.

A teoria da Comunicação para o Desenvolvimento examina os efeitos da comunicação no modo como as pessoas percebem o mundo, se organizam socialmente e participam na tomada de decisões, debruçando-se sobre as possibilidade do uso da comunicação como ferramenta de transformações sociais, em especial no Sul global, com mudanças de atitudes que repercutem em indicadores de Saúde (SINGH e SHARMA, 2022).

Paulo Freire (1985) propõe, em Comunicação e Extensão, o diálogo como base da construção do conhecimento, em um processo de troca e reflexão. Neste sentido, as radionovelas buscam, por meio do diálogo entre personagens, agentes comunitários de Saúde, promover a reflexão sobre o Sistema Único de Saúde (SUS) e o controle social da Saúde, e, durante a pandemia, buscou combater a desinformação, o negacionismo por meio dos diálogos entre os personagens de combate a fakenews, aproximando-se da realidade da população.

Como toda linguagem, as linguagens visuais possuem um código próprio de relação com os “leitores”. No caso da linguagem audiovisual, composta de imagem com som, cuja transmissão é realizada através dos vídeos, filmes ou documentários, estes códigos são compostos de alguns elementos explícitos, de fácil compreensão, e de elementos semânticos implícitos, que são, muitas vezes, percebidos pelo subconsciente.Neste sentido, a obra cinematográfica, quer seja expressa pela ficção ou não-ficção, ou pelas obras de curta, média e longa-metragem e pelas animações, e mais recentemente pelos podcast e/ou radionovelas, pode ser considerada como um necessário instrumento na construção do saber.(2)

Procedimentos metodológicos

Este texto consiste em um relato de experiência, a partir do relato das pesquisadoras envolvidas em diferentes momentos do projeto. A metodologia de trabalho para criação dos personagens e dos roteiros dos diversos episódios dos

podcasts foi construída de modo a criar uma empatia entre eles e a realidade vivenciada pela população e pelos trabalhadores do SUS. Elementos não textuais, em especial a sonoplastia, buscaram envolver o público, imerso nos diálogos e interações entre os personagens, que representam Agentes Comunitários de Saúde.

Procedimentos de coleta de dados

Tomou-se como referência a escuta ativa de falas, dúvidas, questionamento, angústias, denúncias de populares em diferentes espaços, e por diferentes autores do projeto. Falas reunidas num processo dialógico de cocriação, adensada com materiais técnico-científicos, selecionados, discutidos e consensuados. Após esse processo inicial, foram elaborados perfis de personagens, criação de roteiros de falas e processo de gravação. Todo material produzido passava por um processo de reanálise quanto às falas, conteúdos, “tons”, no caso das radionovelas, e posteriormente liberadas para difusão.

Materiais criados, como cards, figurinhas, charges seguiam a mesma metodologia de análise quanto ao conteúdo, forma e capacidade de informar/comunicar, antes de sua difusão. Todo esse processo foi acompanhado pela equipe de gestão do projeto e alguns convidados eventuais.

As contradições vivenciadas pelos personagens nos diferentes episódios se assemelhavam às contradições reais vivenciadas pela população, como no caso do Episódio de Violência contra a Mulher, onde a mulher precisa ser protegida, e o homem precisa ser tratado, e não apenas culpabilizado.

Durante a pandemia, a personagem Ângela, em um episódio, precisa “convencer “ o namorado a ficar em casa, espelhando a realidade de inúmeros casais.

Resultados

O ComunicaSUS, produziu quatro personagens centrais que protagonizaram 28 episódios de radionovela ComunicaSUS, com duração de 3 a 5 minutos - Dicas ComunicaSUS sobre o Auxílio Emergencial / Dicas ComunicaSUS sobe Uso de Máscaras e do Distanciamento Social, / Dicas ComunicaSUS Informes Gerais 1 / Dicas ComunicaSUS Rotina Higienização / Dicas ComunicaSUS Informes Gerais 2

/ Dicas ComunicaSUS Fake News. Outros temas demandados foram: Perda de direitos 1 / Perda de direito 2 / Determinantes Sociais de Saúde / Cidade seus males – violência / Violência contra a mulher / Violência cotidiana e saúde emocional / Violência: um problema de Saúde Pública / Saúde é um Direito! / Mais Médicos / Mais Médicos e a Atenção Básica / Plano de Saúde Merreca e um Samba “Onde está esse tal de SUS” para o carnaval de 2020, um podcast “ Consciência Sanitária” e uma Animação.

A produção de 14 cards, 5 figurinhas, 4 charges e 4 spots foram elementos usados para comunicação de alerta, e foram distribuídos nas redes sociais, através dos contatos pessoais dos envolvidos e do Cebes.

Todo material produzido foi visto como uma novidade que inaugurou uma outra forma de fazer educomunicação em saúde, em relação às mídias já consolidadas, como as rádios, que receberam um material com outro estilo de linguagem, ágil, objetiva, direta que teve muita aceitação em diversas camadas da sociedade e regiões do país.

3 CONCLUSÕES/ CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de peças de comunicação e mobilização social com linguagem simples, que comunique com todos e que desperte o interesse da pessoa comum, se traduz como uma estratégia relevante para a ampliação da compreensão, da sociedade, pelos seus direitos e a que bandeiras vale a luta. Sair da bolha, ampliar o diálogo com a sociedade, despertar na sociedade a curiosidade e interesse por temas da saúde e de justiça social. Consideramos que os objetivos dessa experiência foram todos alcançados, cabendo o desafio de fazer chegar a distintas frentes de mobilização da sociedade por igualdade de direitos.

REFERÊNCIAS:

FREIRE, P. *Extensão ou comunicação?* São Paulo: Paz e Terra, 1985.

SINGH, T.; SHARMA, S. Health communication in India: Role of mass media in enhancing public awareness. Journal of Public Health Policy, v. 41, n. 4, p. 517-530, 2020.

GALHARDI, C. P. et al. *Fato ou fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da COVID-19 no Brasil.* **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 2, p. 4201-4210, 2020.

PESSÔA, Luisa Regina e SALGADO, Maria Beatriz Barroso. (2012) Educação Saúde e Audiovisual relações possíveis e desejáveis. Revista Tempus Actas de Saúde Coletiva. Brasilia.

HAYEK, F. A. A pretensão do conhecimento. São Paulo: LVM Editora, 2019.

World Health Organization (WHO). Track 2: health literacy and health behavior. 7th Global Conference on health promotion: track themes. Disponível:<http://www.who.int/healthpromotion/conferences/7gchp/track2/en/>. Acesso em: 23 maio 2025