



# Comunicação para a saúde

Lise Renaud, Ph.D.

Março 2016

## ■ **Agenda**

---

- Comunicação e promoção da saúde
  - Definição de comunicação em saúde
  - Abordagens de comunicação
  - Eixos de comunicação e ações de influência
  - Trabalhar com diferentes atores em diferentes níveis
  - Importância da comunicação interpessoal
- 

## ■ **Comunicação e saúde**

---

- A saúde permanece uma **preocupação para a totalidade dos governos** do planeta: multiplicação de epidemias, aumento da obesidade, recrudescimento das DST-AIDS, etc.
- Para combater os problemas de saúde, os **meios de comunicação** são largamente utilizados pelos governos para levar a população ao alcance de um estado de bem-estar físico, mental e social

# ■ **Comunicação e saúde: uma prioridade governamental**

1978, conferência internacional sobre cuidados de saúde primária

**Alma Ata**

Reconhecimento **do direito das populações** de conhecerem seus principais problemas de saúde e de participarem das soluções...

# ■ Comunicação e saúde: uma prioridade governamental

## ● O dever dos governos é:

*« favorecer e assegurar uma plena participação das comunidades a esta ação (cuidados primários de saúde) por meio da difusão eficaz de informações pertinentes, da alfabetização e o desenvolvimento de estruturas institucionais necessárias para que os **indivíduos, as famílias e as comunidades** possam assumir a responsabilidade de sua saúde e de seu bem-estar »*

● 1986 e a **Carta de Ottawa**: a comunicação é uma das cinco estratégias adotadas

## ■ Três paradigmas da comunicação

☐ Quais são as **abordagens** de comunicação em matéria de saúde?

☐ Por que, depois do desenvolvimento de tantos programas utilizando as comunicações para a saúde, os **problemas** sócio-sanitários persistem?

# ■ **Co-existência de várias abordagens**

Os governos desenvolveram **campanhas de comunicação** para a saúde que utilizaram diferentes abordagens:

- Abordagem da **modernização**

- Abordagem da **dependência**

- Abordagem do **novo desenvolvimento**

## ■ **Abordagem da modernização: modelo linear de mudança de comportamento**

■ Todos os países desenvolveram campanhas de comunicação para a saúde visando mudanças de atitudes e de comportamentos

■ Informação, Educação e Comunicação: **IEC**

« a totalidade das intervenções que utilizam de maneira planejada e integrada os procedimentos, técnicas e recursos de informação, educação e de comunicação para facilitar, no nível individual, de grupo ou de uma comunidade qualquer, a adoção, a mudança ou a consolidação dos comportamentos favoráveis ao bem-estar individual e coletivo ».

## ■ Exemplo

---

# Campanha sobre **tabagismo**

☐ Campanha de alcance reduzido

☐ Imensa produção de material informativo e educativo

## ■ **Fatores ligados ao fracasso**

- 1- uma **ausência de regulamentações** políticas de países em favor da utilização das comunicações para a promoção da saúde
- 2- uma **má coordenação** entre o setor saúde e o das comunicações, daí a necessidade de se estabelecerem mecanismos funcionais entre os setores da saúde e da mídia
- 3- a depreciação dos **meios tradicionais** de comunicação...

## ■ **Fatores ligados ao fracasso**

---

- 4- O lugar reservado à informação para saúde é ínfimo em relação às **publicidades** de grandes multinacionais
- 5- uma **estratégia pontual** das ações de informação e não uma visão integrada e a longo prazo
- 6- a necessidade de uma **formação apropriada** de pessoal dos setores da saúde e da comunicação

# ■ **Abordagem da dependência: conscientização e empoderamento**



- Questionar o fato de abordar apenas os comportamentos individuais quando os problemas são de ordem **estrutural**
  - **Empoderamento**, conscientização dos grupos
- 

## ■ Exemplo

---

- Programas de comunicação em que os profissionais de saúde dialoguem com as populações desfavorecidas, a fim de que estas adquiram **poder sobre suas vidas**, desenvolvendo capacidades individuais e comunitárias para assumirem o controle
- Origem de Paulo Freire

## ■ Crítica

---

- Vontade política presente, mas o **real compartilhamento de poder** entre os profissionais de saúde e os desfavorecidos ainda não é totalmente posto em prática, quer dizer que não é aplicado em todo lugar, em *todas* as instâncias de trabalho

## ■ **Abordagem do novo desenvolvimento: co-desenvolvimento**

- Recepção de programas pelas populações locais e consideração das questões em **perspectivas mais amplas**
- Esta abordagem demanda uma **participação ativa das populações** e insere os indivíduos no centro do dispositivo comunicacional, de modo a permitir uma mudança permanente

## ■ **Processo**

---

☐ A comunicação é um **processo** e não um meio/produto

☐ Passar de uma posição individual (**eu-você**) a uma abordagem relacional (**nós**)

## ■ **Passagem do *paciente* ao *cidadão***

- Descentralização que privilegie os espaços locais (bairros, cidade, espaços públicos, etc.)
- Utilização de novas estratégias comunicacionais: debate público, animação cultural, argumentação com tomadores de decisão, etc.
- A comunicação como um processo e não como um agrupamento de ferramentas de promoção
- Construção de indicadores de comunicação baseados em aspectos culturais e de promoção da saúde

## ■ Exemplo

---

- Québec en Forme (Québec em Forma)
- Para superar os problemas de sedentarismo e de alimentação e promover os princípios de cidadania com a participação de jovens de um bairro pobre
- As **atividades de comunicação** incluem a participação dos pais, professores, políticos locais

## ■ Resultados

---

☐ Repercussões positivas sobre a saúde e o bem-estar dos jovens participantes, bem como sobre a aquisição de competências úteis para a vida (*life skills*)

☐ **Participação social** dos membros do grupo nos conselhos locais da comunidade

☐ Meio comunitário **receptivo** aos novos interlocutores (os jovens), e os conselhos consultivos locais dão voz aos jovens participantes

## ■ **Co-existência das abordagens**

---

- A mudança de comportamento constitui o paradigma dominante em matéria de saúde pública
  - Tendência homogeneizante
  - Resultados quase mágicos
  - Publicidades estereotipadas
  - Em suma, uma comunicação vertical
- 

## ■ **Abordagem co-desenvolvimento**

■ Alguns esforços de implantação de comunicações baseadas na **participação e co-desenvolvimento**, onde o indivíduo é considerado o protagonista na posição de diálogo com o Estado e os seus representantes

■ Esta abordagem é promissora, mas exige que **TODOS** os jogadores ofereçam um espaço de diálogo, e para esta **reciprocidade existir**, certas condições devem ser implementadas: a paz, a democracia, a distribuição da riqueza

## ■ **impacto?**

- ☐ No Québec, havia uma vontade política de trabalhar com **diferentes atores e grupos** para desenvolver programas tendo em conta as diversas realidades econômica, étnica, religiosa
- ☐ É necessário existir uma **real vontade política** para elaborar as comunicações para a saúde numa perspectiva de participação e de envolvimento cidadão
- ☐ Desafio maior: o desenvolvimento de iniciativas conjuntas ONG-GOV adaptadas aos diferentes contextos da região e \$\$\$
- ☐ **Os tomadores de decisão** devem compreender o interesse de comunicar sobre saúde reforçando as iniciativas participativas

## ■ **Comunicação para a saúde**

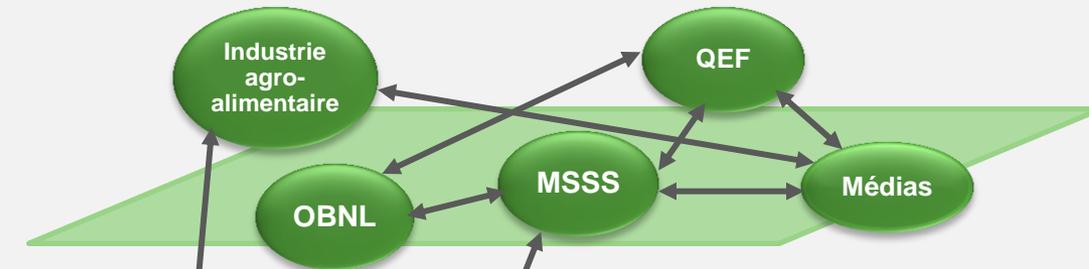
- *Comunicação para a saúde (Health Communication)*, que se interessa às problemáticas de **comunicação interpessoal, organizacional e midiática** indo da relação paciente-prestador do serviço à comunicação de massa, passando pelo lobby dos tomadores de decisão,
- No objetivo **de melhorar a saúde dos indivíduos e das comunidades**. A comunicação para a saúde se define assim como o estudo e a utilização de estratégias de comunicações interpessoais, organizacionais e midiáticas visando a informar e a influenciar as decisões individuais e coletivas propícias a melhoria da saúde.

## ■ **Eixos de comunicação para a saúde**

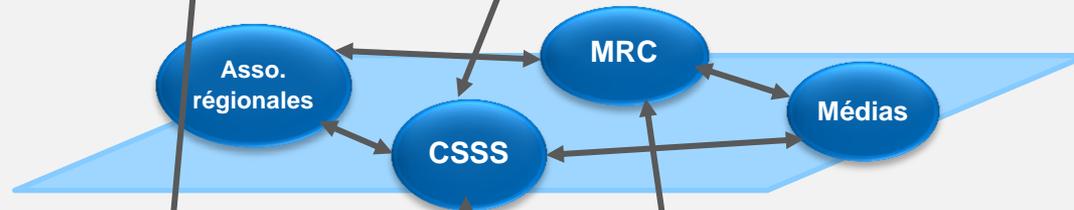
- **Comunicação midiática:** internet, redes sociais, tv, cartazes, difusão de informação relativa à saúde por intermédio de meios midiáticos
- **Comunicação interpessoal:** interações cara-a-cara, onde os fatores culturais determinam em parte as representações e o sentido das mensagens e dos contextos de interação, e podem gerar desvantagens aos grupos étnoculturais no fornecimento dos serviços de saúde e acesso aos cuidados
- **Comunicação organizacional:** dinâmicas comunicacionais dinâmicas no trabalho nas organizações de saúde: - a partilha de informação e saberes --a coordenação e negociação do trabalho

# ■ Modelo interactivo

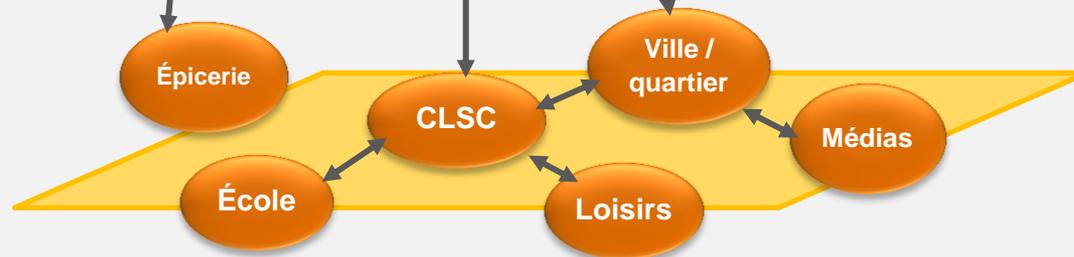
NÍVEL  
PROVINCIAL



REGIONAL



LOCAL



# Comunicação para saúde

- Mais do que mensagens midiaticizadas, internet ou TV
- **Comunicação interpessoal: efeito de alternância**
- Diversidade das instituições, a diversidade dos membros dessas instituições, a diversidade das interações que se negociam
- Ilustração da dinâmica de informação de uma instituição a outra
- O efeito de retorno da comunicação
- O fenômeno de porosidade/permeabilidade
- No espaço público, existe uma diversidade de conteúdos, um jogo de interpretação/construção diferente entre os atores, os intermediários e os mediadores



## **Eixos de comunicação e ação de influência**



# ■ **Grunig** : teoria situacional

---

A informação midiaticizada influencia especialmente as pessoas em busca de informação

Os públicos ativos serão mais influenciados pela mídia do que os públicos passivos

# ■ Heath : Teoria da redução da incertitude

A informação midiaticizada contribuiria a reduzir a ambivalência ou a incertitude criada pelos tomadores de decisão diante da escolha a ser feita para a tomada de decisão

**mídias sociodigitais** produzem uma mutação substancial das interações entre os tomadores de decisão e a população civil

## ■ **McCombs : agenda setting**

- O efeito “agenda setting” determina os assuntos que se discutirão publicamente e que preocuparão as instâncias de decisão, políticas ou profissionais.
- As mídias que os alimentam: definem as “preocupações de saúde da moda”, aquelas das quais se fala e para as quais se investirá mais em pesquisa
- As **mídias sociodigitais** aceleram o « agenda setting »

## ■ **Thayer : recepção ativa**

---

Elaboração das mensagens:

construção sequencial,

no espírito do receptor,

segundo :

- **Sua capacidade de levar em consideração**

- **sua disposição de levar em consideração**

# ■ **As mídias influenciarão as pessoas porque estas formam**

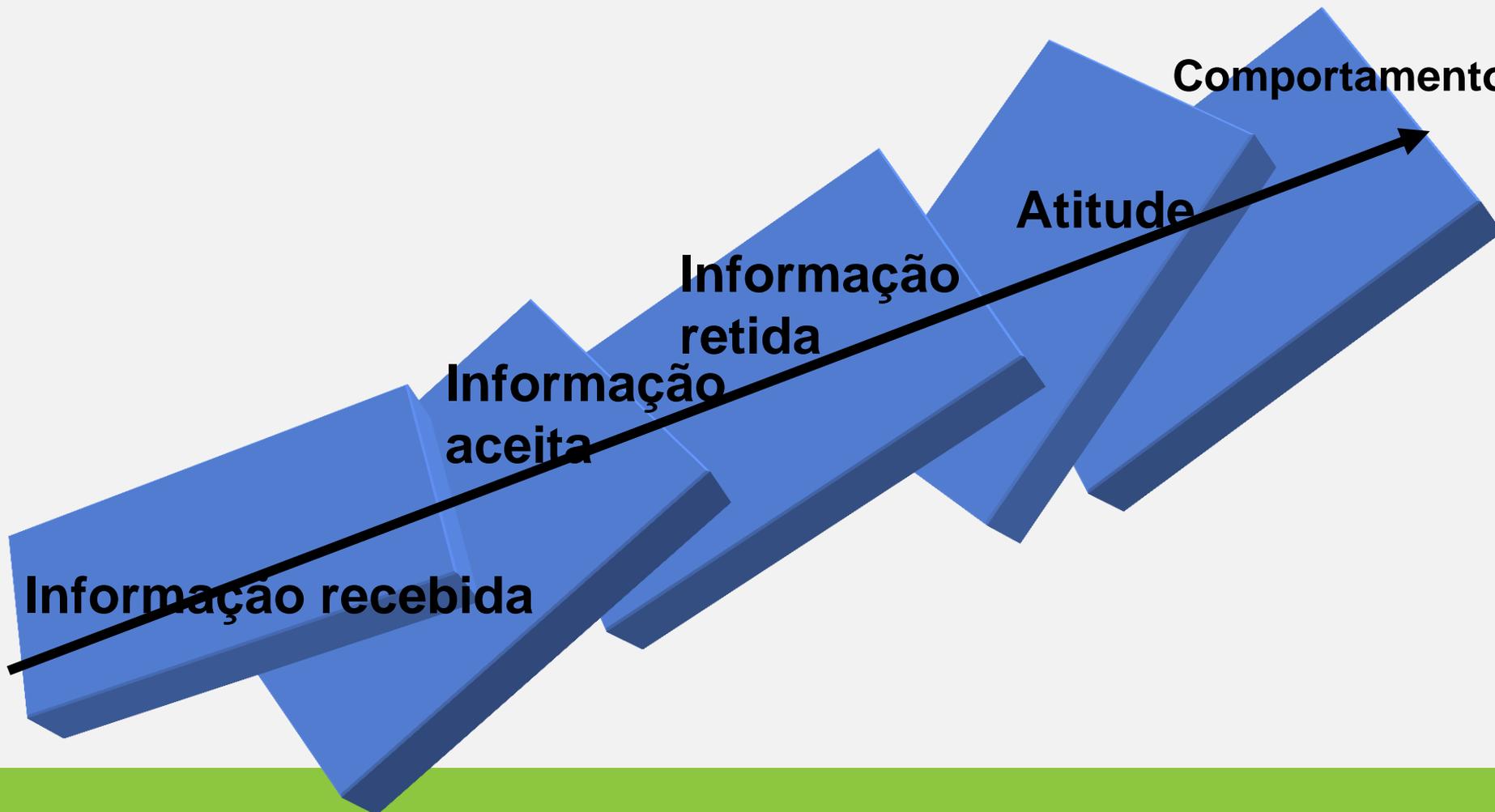
- 1- público ativo, em busca de informação** (teoria situacional)
- 2. Em situação de incerteza diante da decisão a tomar** (teoria da redução da incertitude)
- 3. Exposto ao fluxo de informações multimídia** (teoria do “agenda setting”)
- 4. que têm uma capacidade a levar em consideração e uma disponibilidade de levar em consideração a informação midiaticizada** (teoria da recepção ativa)

# Modelização da influência

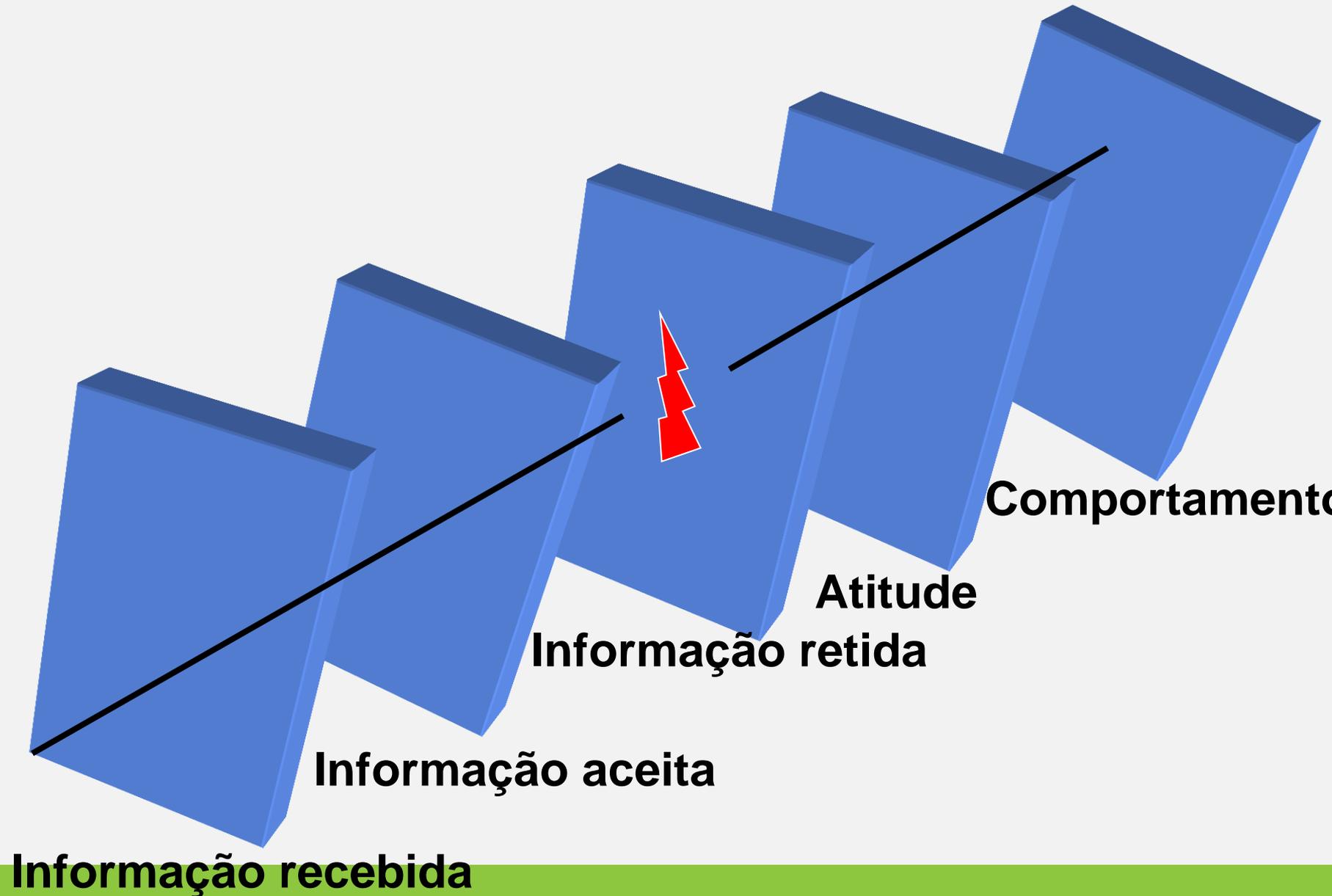
## Efeito dominó



# Estado da influência conativa



# Teoria da recepção ativa





# ■ **Comunicações interpessoais**

- **Buscada por 98 % dos tomadores de decisão para validar ou completar a informação midiaticizada diante de seus pares "The two step flow communication" (o fluxo de comunicação em dois passos) Katz et Lazarsfeld**
- **Adesão a um novo comportamento ou a uma nova maneira de fazer pela população é igualmente ligada ao fato de ter falado aos outros.**
- **ENTÃO, comunicações interpessoais são cruciais**

# Meios de comunicação privilegiados

Profissional de saúde e seu paciente

Entre o profissional de saúde e o tomador de decisão/político

A **comunicação direta** a mais importante

Seguida de comunicações midiáticas

## ■ **DESAFIOS**

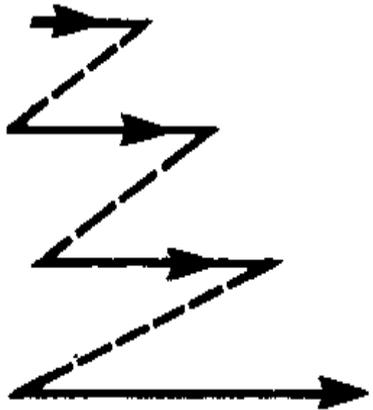
- Possuir uma visão comum e uma mensagem comum a compartilhar entre profissionais e entre profissionais e o paciente ou um grupo da população
- Muitos atores, então, muitas visões possíveis: harmonizar as visões
- Desenvolver comunicação interpessoal que leve em conta o outro diferente de si (culturas, aspectos socioeconômicos, culturais, profissionais etc)
- Durar no tempo

# Communication interculturelle négligée dans le secteur de la santé

*English*



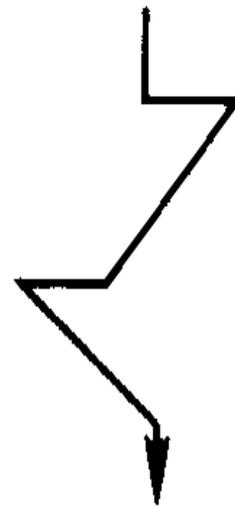
*Semitic*



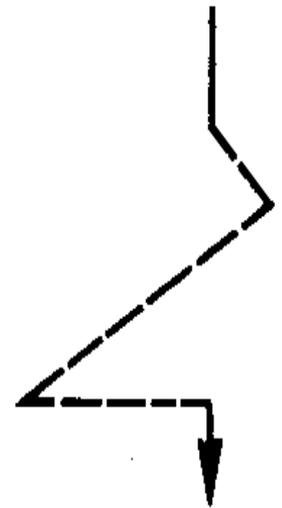
*Oriental*



*Romance*



*Russian*



## ■ **Conclusão**

- Comunicação para saúde é maior que as mídias
- Influência relativa das mídias sobre a tomada de decisão
- Abordagem sistemática:
  - complexidade dos fluxos de informação
  - comunicação interpessoal: importância de se estabelecer um diálogo, para a democratização da palavra cidadã em um espaço público sobremidiatizado
  - Efeito de retorno

**Muito  
obrigado**

