



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã



PARTICIPAÇÃO POPULAR EM AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DURANTE EPIDEMIAS: A experiência da Fiocruz junto a organizações populares¹

Luiza Gomes Henriques²
Inesita Soares de Araujo³
Fundação Oswaldo Cruz

RESUMO

Apresentamos uma pesquisa que analisou o lugar de interlocução de organizações populares em ações comunicacionais da Fiocruz direcionadas às populações moradoras de favelas durante a ocorrência de epidemias. Comparamos ações realizadas durante a pandemia de Covid-19 (2020) e nas epidemias de Zika (2015) e Dengue (2008), observando a emergência de práticas que potencializam maior protagonismo comunicacional e um fazer técnico-científico mais participativo. Elaboramos um sistema qualitativo de avaliação que inclui produção cartográfica baseada no modelo de comunicação como mercado simbólico (ARAUJO, 2004) com potencial de aplicação em ações de comunicação de outras áreas, sempre que haja interesse em ampliar o direito à comunicação em sua dimensão de direito à voz.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação e saúde; fazer-científico participativo; avaliação da comunicação.

1 INTRODUÇÃO

Apesar dos avanços na compreensão dos processos comunicacionais para além dos limites dados pelos modelos centrados na informação, o campo da Comunicação e Saúde ainda apresenta de forma hegemônica práticas, técnicas e metodologias a eles subsidiários. As ações decorrentes são centralizadas e centralizadoras do direito a falar e ser levado em consideração (ARAUJO, 2004).

Apoiadas na observação empírica de que na pandemia da Covid-19 estavam sendo experimentados, na Fundação Oswaldo Cruz, novos formatos comunicacionais, desenvolvemos no âmbito de um mestrado⁴, a pesquisa “Quando o Outro fala por si: Gradiente de participação popular em ações de comunicação da Fundação Oswaldo Cruz em epidemias” (2020-2022), que compreende um

¹ Trabalho apresentado no GT 4 –Práticas Profissionais e Formação Cidadã em Comunicação da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

²Mestra em Informação e Comunicação em Saúde pelo Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS/Icict/ Fiocruz); email: luizaghenriques@gmail.com

³Doutora em Comunicação e Cultura, pesquisadora da Fiocruz e professora no PPGICS/Icict/Fiocruz; email: inesita.araujo@icict.fiocruz.br

⁴Programa de pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde (Fiocruz/Icict) 2020-2022

modelo de avaliação da participação da população em ações de comunicação transcorridas em três crises sanitárias.

2 METODOLOGIA

O percurso metodológico consistiu em: levantamento e análise de informações, composição da *corpora*, estruturação e aplicação da matriz analítica, configuração dos mapas da participação popular na comunicação⁵. Identificamos, selecionamos e analisamos produtos de comunicação que circularam nas três epidemias. Consultamos pesquisadores, profissionais e gestores da Fiocruz e realizamos buscas nos domínios virtuais da instituição.

O material foi planejado e as iniciativas categorizadas por natureza. Aos 115 resultados obtidos (*corpus* estendido) aplicamos duas camadas de critérios para composição do *corpus* estrito: critérios básicos – aplicados a todas – e critérios adicionais, para compor o *corpus* estrito (três iniciativas por epidemia).

Elaboramos uma matriz descritiva das iniciativas, fizemos novas buscas direcionadas, formamos dossiês por iniciativa e por agravo e aplicamos a matriz analítica a cada uma das ações. A matriz analítica foi composta por cinco perguntas, relacionadas a uma das cinco etapas de desenvolvimento de um projeto e identificando nelas as etapas do circuito produtivo da comunicação: produção, circulação e apropriação (VERÓN,1981).

Em cada pergunta estabelecemos um gradiente de participação de 0 a 2, configurando uma tipologia em que a máxima pontuação correspondia ao “protagonismo coletivo pleno” (2 pontos) e, na mínima, a população era considerada público passivo (0 ponto), com pontuações intermediárias.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Consideramos a comunicação um processo social de produção de sentidos, sempre contextualizado, que opera aos modos de um mercado simbólico, no qual se disputa discursiva e desigualmente os sentidos da realidade (ARAÚJO, 2004). Nele, os agentes ocupam lugares de interlocução (idem) mais centrais ou periféricos em relação ao seu capital simbólico (BOURDIEU, 1989).

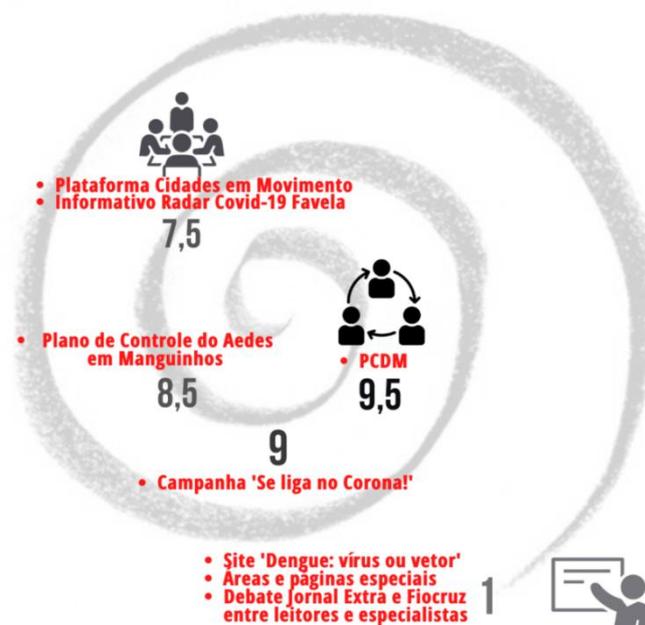
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a aplicação da matriz analítica, foi atribuída uma pontuação total a cada iniciativa, o que determinou sua localização em uma escala de poder discursivo no mapa da participação popular

⁵Mapa da comunicação (ARAÚJO, 2003) consiste em um procedimento metodológico e produto cartográfico que, neste caso, transforma em imagem o poder relativo das organizações populares de falarem, serem ouvidas e levadas em consideração nas experiências analisadas.

na comunicação. Quanto mais próximas do centro da espiral, maior poder simbólico configurado na ocasião; quanto mais à periferia, menor poder simbólico e protagonismo.

Foram gerados 13 mapas: um por iniciativa analisada; um por agravo; um mapa síntese evidenciando o deslocamento do lugar de interlocução das organizações populares de 2008-2021 e um mapa síntese referenciando a pontuação das iniciativas.



Mapa síntese com a pontuação das iniciativas

Comparando as 12 iniciativas do *corpus* estrito, aquelas que tiveram pontuação mais alta – uma relativa à Dengue e outra à Covid-19 - foram também as mais robustas, abrigando subestratégias de comunicação e mobilização. Nelas, o envolvimento da população ocorre com elevado grau de poder discursivo na interlocução com a instituição. As iniciativas relacionadas à Covid-19 estiveram nas duas faixas de pontuação mais alta, com predominância de arranjos comunicacionais mais participativos.

Na análise do *corpus* estendido identificamos que prevaleceu o foco na produção e publicização de informações científicas em três crises sanitárias (60%, 56% e 63% das ações em Dengue, Zika e Covid-19, respectivamente). As ações de vigilância epidemiológica e mobilização foram discretamente mais acionadas em Dengue e Zika. Os arranjos participativos, ao contrário, foram mobilizados especialmente durante a pandemia, com 19% das ações, contra 12% em Zika e 10% em Dengue.

5 CONCLUSÕES

Os resultados foram submetidos à categorização de “permanência” (procedimentos cristalizados) e “descontinuidade” (abertura para outras práticas, mais descentralizadas). Destacamos como “permanência” a estratégia de criação de áreas e páginas especiais temáticas dos agravos nos sites institucionais; a midiaticização das instituições públicas de saúde (em particular em Zika e Covid-19); a permanência do gênero campanha nas três emergências sanitárias. Em Zika, a categoria com o maior número de ações foi o de campanhas, com diferenciais como a presença dos movimentos sociais na concepção e gestão de planos de controle da doença.

Como descontinuidades, destacamos articulações institucionais a partir da comunicação envolvendo as mídias sociais durante a pandemia. Em Zika, a Fiocruz e um jornal popular do Rio de Janeiro e a Fiocruz realizaram debate entre leitores e especialistas sobre o vírus, em 2015. A criação de spots sonoros para rádios comunitárias e carros de som com circulação em favelas (Covid-19) também se enquadra nesse movimento.

Nessas e outras ações, identificamos um reconhecimento de atores sociais de territórios populares. Apontamos tais práticas como descontinuidade das práticas correntes em comunicação institucional, que privilegiam posicionamentos oficiais, notícias, notas técnicas e a assessoria de imprensa em uma via unidirecional de difusão de mensagens e prescrições. Também identificamos o aumento progressivo de arranjos participativos na comunicação com o passar dos anos.

Os resultados evidenciam que há um movimento no sentido de maior abertura para as estratégias participativas, que se desenvolve e fortalece na pandemia. A pesquisa se inscreve no conjunto crescente de iniciativas que defendem que a participação cidadã é um tema incontornável para profissionais de Comunicação e confirma que as epidemias têm sido um bom laboratório de aprendizagem nesse campo. O trabalho que apresentamos contextualiza práticas profissionais desenvolvidas por um longo do tempo e que ecoam novas demandas dos movimentos populares. Com ele, esperamos ajudar na formação de novos comunicadores através do sistema de avaliação de participação popular que foi elaborado e testado.

Referências

ARAÚJO, Inesita. S. **Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas.** Interface- Comunic., Saúde, Educ., v.8, n.14, p.165-77, set.2003-fev. 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

VERÓN, Eliseo. **A produção do sentido.** São Paulo: Cultrix, 1981.