
Planejamento Estratégico da Comunicação e Saúde: Perspectivas Teóricas e Práticas em Ações para Migrantes e Refugiados¹

Rafael FOLETTO²

Juciano de Sousa LACERDA³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O presente texto objetiva problematizar as perspectivas teóricas e as questões práticas da comunicação organizacional para qualificar ações de comunicação em saúde voltadas a migrantes e refugiados, de modo que se tenha informações acessíveis e adequadas para esse público. Busca-se pensar, por meio da pesquisa teórica, a importância do planejamento estratégico da comunicação na elaboração e disseminação de conteúdos relevantes sob a ótica dos públicos de interesse.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação organizacional; planejamento estratégico da comunicação; migrantes e refugiados.

INTRODUÇÃO

Com base na pesquisa “Fluxos migratórios e saúde pública: indicadores de avaliação para qualificar as informações e o planejamento de campanhas comunicacionais”, em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da UFRN, percebeu-se um campo promissor de diálogo e problematização sobre as possibilidades e contribuições do planejamento estratégico da comunicação para pensar a elaboração de ações em saúde.

Assim, com base em movimentos exploratórios da investigação, observou-se que, para além das redes de migrantes e das tecnologias de comunicação e informação, que dinamizam as trocas de informações entre os sujeitos, há dezenas de materiais sobre cuidados e atenção à saúde para migrantes e refugiados, o que permite compreendê-los como um público importante para a produção de conteúdos de saúde. Tratam-se de ações

¹Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, com bolsa do CNPq. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM - Campus Frederico Westphalen. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Unipampa. E-mail: rafael.foletto.005@ufrn.edu.br.

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Pós-doutorado pela Universidade Autônoma de Barcelona. Professor Associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN. E-mail: juciano.lacerda@gmail.com

importantes, que propícia a consolidação dos direitos dos migrantes, como é o caso do acesso à saúde. Contudo, não há dados relativos ao acesso e a circulação desses materiais em espaços sociais.

Nesse sentido é que se observa a relevância do planejamento estratégico da comunicação não apenas para qualificar o desenvolvimento dessas ações, identificando as demandas de informação do público, como também a efetividade do relacionamento com os públicos com os quais se quer dialogar, bem como o aperfeiçoamento da acessibilidade e da circulação desses conteúdos, a partir do delineamento da forma como as organizações vão falar sobre saúde.

Portanto, não há como relegar a importância da construção de planos de comunicação para o desenvolvimento das ações em saúde, seja relacionado com migrantes e refugiados ou a outros grupos sociais. Esse cenário pode ser observado, mais recentemente, com a criação de um Grupo de Trabalho, no âmbito do Ministério da Saúde, com a finalidade de elaborar proposta para estabelecimento da Política Nacional de Saúde das Populações Migrantes, Refugiadas e Apátridas. Ainda, no Ministério da Saúde, dentro da Estratégia de Saúde Digital para o Brasil, a comunicação aparece como um elemento importante dessa ação ao “estabelecer o plano de comunicação sistemática e permanente, incluindo os mecanismos, os canais e os conteúdos com todos os atores públicos e privados” (BRASIL, 2020).

A partir dessa contextualização, problematiza-se as perspectivas teóricas e práticas do planejamento estratégico de comunicação para qualificar o desenvolvimento de ações de comunicação em saúde, para que as informações cheguem adequadamente aos públicos, ou seja, objetiva-se, a partir da pesquisa exploratória e pesquisa documental, pensar, por meio da pesquisa teórica, a importância do plano de comunicação para a saúde, no planejamento, construção e disseminação de informações relevantes sob a ótica dos públicos que o envolvem.

Nesse âmbito, busca-se problematizar teorias relacionadas ao planejamento estratégico da comunicação (KUNSH, 2003) como perspectiva de aliar teoria e prática para pensar ações de comunicação para migrantes e refugiados. Enfim, trata-se do esforço de examinar a literatura, para analisar o impacto do planejamento estratégico de comunicação no desenvolvimento de conteúdos de saúde para não apenas pensar em novos objetos de pesquisa, como também para auxiliar os gestores e profissionais da área

a melhorar as estratégias de comunicação, no sentido de atenuar eventuais disparidades nos processos de informação.

PESQUISA BIBLIOGRÁFICA, REVISÃO DE LITERATURA E PESQUISA TEÓRICA: APRENDER A PARTIR DAS TRILHAS DE OUTRAS INVESTIGAÇÕES

Entende-se que há diversos caminhos para a construção de uma investigação, pode-se partir de discussões que já estão sendo realizadas na área, seja em textos científicos, pelos profissionais, dentro das quais se coloca o problema, de observações exploratórias do fenômeno que se deseja investigar e/ou advindas da prática profissional e, ainda, de dados concretos sobre o fenômeno decorrentes de pesquisa, por meio de recortes empíricos concretos. Para tanto, admite-se técnicas de pesquisa que permitem o contato com investigações, saberes e literaturas, tais como pesquisa bibliográfica, revisão de literatura e pesquisa teórica.

A pesquisa bibliográfica envolve buscar informações ou dados em materiais já publicados, como livros, periódicos científicos, áudio e vídeo, sites, relatórios de eventos acadêmicos, etc. Assim, com esse material catalogado e organizado, é possível ter uma base para a pesquisa e percepções sobre fatos e fenômenos. Assim, esse movimento se constitui como a fonte de informação primordial em qualquer busca científica. Em outros termos, trata-se de um levantamento de autoras e autores de referência sobre a temática estudada, de forma a se ter um panorama dessa área (STUMPF, 2005).

Por seu turno, a revisão de literatura consiste em uma análise crítica e sistemática de estudos e pesquisas já publicados sobre um determinado tema. Há três tipos dessa técnica, que são definidos conforme o método de elaboração, entre os mais utilizados na pesquisa científica se destaca, por conta do rigor na execução e da possibilidade de articular diversas metodologias, é a revisão integrativa, que se constitui como uma ferramenta de identificação, análise e síntese a respeito de um determinado assunto (TAVARES, DIAS e CARVALHO, 2010), além de ser uma forma qualitativa de realizar a coleta, sistematização e análise dos dados. O processo de elaboração dessa forma de pesquisa é dividido em seis etapas: 1) elaboração da pergunta norteadora; 2) busca ou amostragem na literatura; 3) coletas de dados; 4) avaliação dos estudos incluídos; 5) interpretação dos resultados e 6) apresentação da síntese (COSTA DE ARAÚJO et al, 2021).

Para tanto, por meio do diálogo com distintas técnicas, é possível coletar dados qualitativos ricos, que contribuem para avançar no conhecimento sobre a temática investigada, bem como para aprimorar os resultados de futuras ações. Nesse caso, convém destacar, que se torna necessário atentar para os contextos sociais, técnicos, econômicos e históricos de produção e circulação de conhecimento, que podem levar determinados estudos a serem publicitados e outros não. Em outros termos, é importante pensar as especificidades sociotécnicas quem envolvem os espaços de coleta, processamento e visualização de dados.

Em relação ao desenvolvimento de estudos no campo da Comunicação, tanto no Brasil quanto em outros países, Bonin (2011, p. 34) observa que “se materializa num ‘acervo’ de contribuições concretas para o entendimento de fenômenos comunicacionais”, o que, muitas vezes, sintetiza avanços teóricos e metodológicos na área. Por isso, a construção de novos conhecimentos ocorre pela relação com esse saber acumulado, tanto por rupturas como por continuidades.

Com esse intuito, durante o processo de realização das pesquisas em comunicação, Bonin (2011) ressalta a necessidade da articulação de redes de conceitos que tenham relação entre si e com o objeto empírico, configurando-se como uma pesquisa teórica. Conforme Maldonado (2011, p. 294), essa etapa metodológica se dá por meio de “um esforço sistemático de exploração, aprofundamento e compreensão dos tecidos de ideias, conceitos, raciocínios, argumentos, proposições, matrizes e modelos [...]”. Mediante essas ações, o pesquisador é capaz de adentrar na lógica interna das teorias e abordá-las de forma aberta, procurando estabelecer vínculos entre elas e os fenômenos e processos que problematizam. (MALDONADO, 2011).

Desse modo, a pesquisa teórica pode constituir um artesanato conceitual com vistas à “construção empenhada para o objeto investigado” (BONIN, 2011, p. 27), tendo que possuir, entretanto, o cuidado para evitar formulações e modelos prontos. Essa ressalva também é feita por Maldonado (2011), ao afirmar que esta etapa não pode consistir em uma mera revisão da literatura, feita de resenhas rápidas e repetitivas. Mais do que isso, a pesquisa teórica exige a “problematização constante das ideias e dos raciocínios propostos” (MALDONADO, 2011, p. 295), inserindo na sua lógica questões referentes ao problema/objeto estudado. Essa composição de elementos faz com que haja a interação do autor com as teorias dispostas no decorrer do texto, além de mostrar o posicionamento teórico e epistemológico da pesquisa em questão.

No entanto, Maldonado (2002) alerta que este tipo de pesquisa não pode ser realizado em uma dimensão meramente quantitativa ou descritiva, com resumos e resenhas superficiais, mas sim como uma etapa que problematiza os paradigmas e modelos teóricos, além de examinar com senso crítico as hipóteses, conceitos, metodologias e objetos de estudo.

Essa composição de elementos faz com que ocorra a interação do autor com as teorias dispostas no decorrer do texto, além de mostrar o posicionamento teórico e epistemológico da pesquisa em questão. Nesse âmbito, no presente texto, busca-se problematizar teorias ao planejamento estratégico da comunicação. Em outros termos, trata-se de aprender a pensar na trilha deixada por outros autores e outras autoras.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA COMUNICAÇÃO: TRILHAS TEÓRICAS

Martino (2007) observa que as teorias da comunicação englobam diversas perspectivas, como as teorias de comunicação de massa, interpessoais, organizacionais, etc., de modo que derivam diversas teorias para explicar a comunicação, bem como a relação entre os sujeitos e os meios de comunicação e, ainda, a vinculação da comunicação com os fenômenos e acontecimentos contemporâneos. Da mesma forma, esses movimentos também contribuem para a construção de diversas interfaces de pesquisa no âmbito da comunicação.

De fato, nas sociedades contemporâneas, a mídia, em seus distintos formatos, apresenta-se como uma instância essencial da experiência cotidiana, bem como dispositivos com uma presença diária na vida dos sujeitos. Em outros termos, os meios de comunicação se tornaram um espaço significativo e crucial para compreender as conjunturas socioculturais e políticas contemporâneas (MATTELART, 2008). Com o desenvolvimento dos sistemas de informação e comunicação desponta um novo olhar para problematizar os processos culturais. Tal concepção ficou conhecida como cultura midiática (MATA, 1999), apresentando-se como uma noção em constante transformação.

Visualiza-se, desse modo, que a comunicação perpassa os mais diversos campos sociais, de forma a demonstrar a sua complexidade e as possibilidades de desdobrar os seus conceitos em compreensões mais profundas dos produtos culturais e dos

profissionais que os desenvolvem. A mídia é fundamental na formação das relações sociais e cada vez mais é o campo de maior ênfase sobre os demais (VERÓN, 1997).

Para Feitosa e Belochio (2018) o campo da comunicação, articulam dois tipos de conhecimento, a saber: a) Conhecimento prático operacional, que consiste na comunicação como domínio do fazer. E, b) Conhecimento “saber sobre o fazer”: um saber complementar, igualmente necessário, que vai além do conhecimento operacional ou prático. Assim, as problematizações sobre comunicação têm a necessidade de serem trabalhadas na inter-relação entre teoria e prática (MALDONADO, 2013).

Essa problematização sobre o campo da comunicação e sobre a construção de teóricas nessa área perpassa diferentes autores e autoras, não apenas os citados anteriormente. Tal debate reside na discussão sobre a existência de muitas ou poucas teorias, bem como na definição do objeto específico do campo e ainda, na aceitação ou não do caráter interdisciplinar da Comunicação. Igualmente, essas questões, atravessam as distintas interfaces comunicacionais, como a comunicação organizacional. Por exemplo, Bueno (2013) traz a reflexão de que as pesquisas em Relações Públicas têm dois aspectos principais: estudo geral das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, e o foco nos processos comunicacionais midiáticos.

Com base nessas discussões anteriores, observa-se os trabalhos de Santos (2022, 2010) e Curvelo (2017) interessantes perspectivas para compreender as discussões teóricas sobre comunicação organizacional. Não se trata de ignorar a relevância de outras pesquisas, mas sim, em se tratando de um movimento de pesquisa teórica, dialogar com as problematizações desenvolvidas com o intuito de traçar um panorama das discussões empreendidas em uma área de investigação, o que se expressa nesses trabalhos.

Santos (2022) atualiza a sua pesquisa realizada em 2010, que buscou desenvolver uma metodologia para o planejamento da comunicação que contribua para a internalização do planejamento estratégico. Assim, com o propósito de pesquisar essas perspectivas teóricas e os paradigmas utilizados na investigação brasileira em Comunicação Organizacional, a autora objetiva criar uma matriz metodológica de identificação, baseada em investigações reconhecidas internacionalmente, a saber, Juan Diaz Bordenave & Horacio Martins Carvalho, Adão Nunes Albuquerque, Marcos Evangelista, Marcelo de Castro Neves, Marcélia Lupetti e Margarida Kunsch.

Na análise desenvolvida, a partir de referências nos estudos da Comunicação Organizacional, Santos (2022) observa o uso de diversas perspectivas teóricas no

Brasil, algumas já reconhecidas por pesquisadores internacionais, mas também percebe a utilização de enfoques que podem ser considerados originais, como a abordagem da Comunicação Organizacional Integrada, desenvolvido por Margarida Kunsch, que apresenta a “comunicação organizacional como o composto formado pela comunicação administrativa, comunicação interna, comunicação mercadológica, e a comunicação institucional, denominado comunicação integrada” (SANTOS, 2010, p. 149). Ou seja, trata-se de uma estratégia global que contribui para embasar nortear os planos e táticas de comunicação para a organização alcance os resultados e dialoga de maneira eficaz com os seus públicos.

A partir desse movimento, a autora pondera sobre a necessidade de considerar as especificidades do cenário brasileiro, na reflexão sobre as possibilidades e limitações do emprego de enfoques internacionais na pesquisa. Da mesma forma, Santos (2010) destaca que, em geral, os principais modelos de planejamento visam atender às necessidades diárias de um departamento ou área de comunicação, levando em consideração suas atividades específicas. Nesse sentido, a estratégia proposta pela autora é o alinhamento das ações de comunicação com o planejamento estratégico global, que possibilita que a comunicação foque seus esforços em cumprir os objetivos definidos, de modo a orientar as suas atividades pelas estratégias gerais da empresa.

Enfim, Santos (2022) observa que diferentes pesquisadores têm procurado analisar, identificar e classificar as correntes, perspectivas e enfoques utilizados na investigação da comunicação organizacional com o objetivo de reconhecer os principais paradigmas por meio dos quais é possível moldá-los.

Uma abordagem que dialoga com a proposta de panorama teórico de Santos (2022) é a pesquisa de Curvelo (2017), que mapeou teorias, autores e escolas trabalhadas por pesquisadores no Brasil a partir da análise de 498 artigos publicados em anais de congressos e revistas, entre 2007 e 2014. As reflexões da investigação apresentam a diversidade de abordagens na área de comunicação organizacional no Brasil, com influências teóricas de diferentes áreas e instituições, mas ainda há predominância de autores e referências das instituições mais influentes, como a USP, o que se assemelha com as reflexões de Santos (2022), sobre a primazia, no cenário brasileiro, da abordagem do planejamento estratégico da comunicação desenvolvida por Margarida Kunsch.

Ainda, para o Curvelo (2017), o campo da comunicação organizacional atualmente está mais próximo dos estudos comunicacionais em detrimento das áreas de

administração e de estudos organizacionais, o que demonstra avanço e consolidação desta perspectiva no Brasil. Igualmente, para o autor, é possível visualizar a ampliação de temáticas e objetos de pesquisa. Contudo, destaca-se o volume de pesquisas relacionadas com a comunicação interna e a responsabilidade social.

Entende-se que as perspectivas de Santos (2022, 2010) evidenciam as diferentes leituras e possibilidades de aplicação da noção de planejamento estratégico de comunicação e suas relações com o desenvolvimento teórico da comunicação organizacional, de modo a projetar uma síntese dessas leituras possíveis por meio da discussão da ideia de comunicação integrada e da atenção não apenas ao contexto organizacional, como também ao cenário social e econômica no qual as organizações estão inseridas.

Por seu turno, Curvelo (2017) apresenta um panorama de síntese epistemológica da área de comunicação organizacional que contribui não apenas para visualizar o desenvolvimento das principais temáticas de pesquisa, como também o diálogo, incorporação e debate com outras perspectivas teóricas, ao longo das décadas, de forma a compreender esse movimento de incorporação de teorias relacionadas a comunicação nas discussões contemporâneas das pesquisas em comunicação organizacional.

Pensa-se que, justamente, essas atividades reflexivas contribuem para o desenvolvimento de um estatuto epistemológico claro para a construção de teorias sobre elementos importantes da comunicação organizacional, como é o caso do planejamento estratégico problematizado por Santos (2022, 2010) e a forma como essa reflexão pode contribuir tanto para a pesquisa como para a prática profissional. Em outros termos:

A pesquisa será crível por tudo o que demonstrar em termos de seriedade do processo de pesquisa, abrangência e pertinência dos métodos e técnicas empregados, e qualidade dos resultados, conjugados com sua relevância temática e capacidade de teorização. A relevância será notada ainda pela capacidade de responder às necessidades de conhecimento da área, do país e do continente nos quais se assenta (PERUZZO, 2018, p. 37).

Também, acredita-se que é por meio dessas problematizações que se pode avançar na produção de conhecimento científico da área. Aliada, também, com a reflexão relacionada a prática profissional e ao contexto social. Trata-se de um movimento fundamental para que a pesquisa tanto no Brasil, quanto em outros países, contribua para impulsionar o desenvolvimento das questões epistemológicas, teóricas e metodológicas

da área (MALDONADO, 2004). Enfim, observa-se a necessidade de desenvolver, no âmbito do campo da Comunicação, a relação entre a teoria e os fenômenos concretos.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA AÇÕES DE SAÚDE COM FOCO EM MIGRANTES E REFUGIADOS: TRILHAS PRÁTICAS

Na trilha dessas questões de partida, observa-se a pertinência da contribuição da perspectiva teórica da comunicação organizacional para pensar a interface Comunicação e Saúde. Pois, permite a compreensão dos fluxos de sentidos que regem os processos de significação nas relações organizacionais (BALDISSERA, 2009), de maneira a possibilitar o funcionamento da sociedade ao atender necessidades e demandas dos públicos, isto é, construindo estratégias de comunicação para aproximar as organizações com os seus diversos interlocutores, como é o caso dos migrantes e refugiados.

Entende-se que as organizações fazem parte da vida dos seres humanos desde o nascimento, quando o integram um primeiro grupo social – a família – mais tarde, os amigos, a escola, a universidade, templos religiosos e a empresa na qual trabalha. Segundo Kunsch (2003), as organizações existem desde o início da humanidade, sendo compostas por grupos de pessoas que buscam um mesmo ideal. Assim, no contexto da comunicação organizacional, as organizações e instituições necessitam de um trabalho assertivo, pois para se manter uma empresa, seja ela pública ou privada, em funcionamento e atendendo as necessidades básicas que elas prometem, a comunicação organizacional entra como uma ferramenta de manutenção dos relacionamentos, seja na comunicação interna e externa.

O processo comunicativo que ocorre no âmbito organizacional, no qual se realizam as relações entre o sistema macro (estrutura social) e o sistema micro (organização) é condicionado a uma série de fatores ou variáveis. Esses fatores podem ser representados, por exemplo, pelos contextos sociais, políticos e econômicos, pelas culturas, visões de mundo dos integrantes em confluência com a cultura organizacional vigente, pela qual são compartilhados comportamentos e universos cognitivos diferentes (KUNSCH, 2006).

Observa-se que esse processo comunicativo nas organizações acontece de maneira cada vez mais acelerada, desde que a comunicação organizacional começou a fazer parte das organizações, na qual o relacionamento com os públicos tornou-se a peça chave. Os

contextos relatados por Kunsch (2006) entre os sistemas macro e micro, passaram a interferir diretamente no planejamento das organizações. Assim sendo, planejar e executar tarefas relacionadas a comunicação exige conhecimento, comprometimento, estudo e criatividade.

No entanto, como observado nas pesquisas de Santos (2010), por mais que existam, na literatura acadêmica, distintos modelos, não há uma receita de bolo para o planejamento estratégico eficaz – embora essa promessa de planejamento universal circule bastante, principalmente no espaço digital, o que é possível e o mais assertivo é a elaboração de um diagnóstico, utilizando-se de técnicas que podem auxiliar no recolhimento do maior número de dados possíveis sobre o produto, ou o que se quer “vender”, seja um produto ou uma ideia, um evento, uma marca, uma ONG, entre outros, como é o caso de uma campanha de saúde.

Com o diagnóstico é viável abrir caminhos para o planejamento e então traçar o que é possível, a curto, médio e longo prazos. Nesse mesmo panorama, Kunsch (2003) também avalia que, ao visualizar o cenário é possível compreender as demandas necessárias para construir um planejamento estratégico adequado, no qual é possível identificar as ameaças, oportunidades, forças e fraquezas.

Assim, em se tratando de imigrantes, as dinâmicas comunicacionais são complexas, dado a diversidade cultural. Nesse sentido, é preciso pensar em estratégias e recursos para distintas audiências, bem como em conteúdos com linguagem clara e compreensível. Além disso, em países multiculturais como o Brasil é difícil imaginar uma comunidade sem imigrantes. Mas, a integração social, cultural e econômica de estrangeiros nem sempre é simples.

No Brasil, com o agravamento da crise econômica e social na Venezuela, o fluxo de cidadãos venezuelanos para o Brasil cresceu significativamente nos últimos anos. Desde 2015, mais de 300 mil venezuelanos solicitaram de refúgio no Brasil. Projeções das autoridades locais e agências humanitárias apontam que 1,5 mil venezuelanos estão em situação de rua na cidade de Boa Vista, capital mais próxima da fronteira com a Venezuela.

Nessa perspectiva, destaca-se a necessidade do desenvolvimento de campanhas de comunicação relacionadas a migrantes e refugiados para dar conta não apenas do acesso desse grupo humano aos seus direitos, como saúde, educação, trabalho, etc., mas também para contribuir com o acolhimento deles no país. Nesses termos, a

problematização da importância de campanhas públicas, contribuí para dimensionar o papel da comunicação nessas questões, no sentido de investigar que conteúdos e estratégias de comunicação podem ser evidenciados nesses materiais.

Com base nesse cenário e pensando na questão do planejamento estratégico da comunicação, sobretudo, em relação ao diagnóstico, observou-se, em análises desenvolvidas pela pesquisa mencionada na introdução do presente texto, pontos importantes para o desenvolvimento de uma comunicação efetiva com um público como migrantes e refugiados, como a construção desses materiais de apoio com o uso de diferentes idiomas, incluído línguas dos povos originários, o que demonstra uma preocupação das organizações em produzir conteúdos com o uso de linguagem acessível, de modo a gerar mais diálogo, apropriação e engajamento dos migrantes e refugiados com os temas da saúde.

Entretanto, carecem de detalhamento outros elementos importantes para o desenvolvimento do planejamento estratégico da comunicação para campanhas e materiais informativos, por exemplo, não foi possível localizar informações referente a circulação e acesso dos materiais por parte dos migrantes, bem como, a permeabilidade dessas produções nos diferentes espaços sociais.

Da mesma forma, não se detectou outros temas relevantes na questão do deslocamento de pessoas, como saúde mental, violência, etc. Nesse sentido, observa-se o desenvolvimento de trabalhos mais reativos em relação as campanhas de saúde voltadas a migrantes e refugiados, centrando os conteúdos em questões pontuais, como a pandemia de covid, como também na necessidade de atenção a interculturalidade para que o atendimento em unidades de saúde e hospitais seja mais efetivo. O que é positivo, contudo, não se percebe um planejamento mais robustos de outros conteúdos relacionados a questão de saúde, que possam ser relevantes e atrativos aos migrantes e refugiados. Como é o caso apontado, por exemplo, por uma discussão sobre a violência doméstica enfrentada por mulheres migrantes bolivianas que trabalham em oficinas de costura domiciliares em São Paulo, em que a análise evidencia a necessidade de campanhas sobre essa temática (SERRANO, MARTIN, 2022).

Nesse último ponto, outro elemento surge como imperativo para a construção de um diagnóstico adequado para o desenvolvimento de campanhas, a contribuição de conhecimentos anteriores, por exemplo, as pesquisas e projetos desenvolvidos por

universidades, que podem servir de base para o planejamento de ações de organismos internacionais e dos governos.

Sabe-se que há esse movimento constante de aproximação e diálogo entre academia e organizações públicas e internacionais, bem como compreende-se o acentuado fluxo de informações impulsionado pelas tecnologias da comunicações e informações, que escapa da possibilidade de absorver todo o conteúdo que circula os diferentes espaços e ambientes comunicacionais e, ainda, das dificuldades que, muitas vezes, as universidades enfrentam em constituir uma política de comunicação concreta e objetiva para divulgar as produções desenvolvidas na academia. Contudo, propor, por exemplo, um grupo de trabalho para discutir uma política de saúde para migrantes e refugiados constituído apenas por integrantes do Ministério da Saúde, sem abrir muito espaço para o próprio público com o qual a política irá trabalhar, não parece afeito a produzir um conteúdo o mais próximo possível aos anseios e necessidades desse público.

Todavia, infere-se essas questões de diversidade de temáticas, circulação de conteúdos e diálogo com ações e campanhas já realizadas, podem ser consideradas no desenvolvimento de futuras campanhas de saúde com foco em migrantes e refugiados. Pois, é justamente por meio desse planejamento que podem surgir novas possibilidades para a organização, ou seja, utilizando-se do pensamento estratégico é possível chegar a outros propósitos, aliando ideias criativas com o cenário atual da organização.

Compreende-se que o planejamento estratégico é uma ferramenta para pensar além, tendo por base as informações da organização e o cenário no qual se está inserido, de modo a compreender os fenômenos existentes e suas imbricações com a organização, bem como para readequar a organização a possíveis mudanças. Nesse sentido,

as novas abordagens do planejamento estratégico na comunicação organizacional devem levar em consideração, também, as múltiplas áreas de atuação que os profissionais de comunicação possuem hoje e exercitem as infinitas possibilidades de reconstrução das teorias, transcendendo os fins puramente mercadológicos, mas evidenciando as relações socioafetivas para a efetivação de uma comunicação organizacional capaz de reconstruir uma organização, assim como suas formas produtivas (COLPO, 2018, p. 90).

Enfim, trata-se de um processo contínuo e dinâmico, que direciona a constituição de objetivos, políticas, posicionamentos, metas, ações e estratégias organizacionais. Então, por intermédio do planejamento estratégico, tem-se a possibilidade de não apenas

pensar uma adequação da organização aos problemas de saúde relacionados aos migrantes e refugiados, mas também a oportunidade de, por meio de ações planejadas, ser protagonista na busca de soluções para essa importante questão atual.

REFLEXÕES FINAIS

Procurou-se, ao longo do texto, dialogar tanto com perspectivas teóricas sobre a comunicação organizacional, quanto com elementos concretos da produção de materiais informativos e comunicacionais, para pensar a importância da instância do planejamento estratégico para a qualificação de materiais e campanhas relacionados a públicos específicos, que apresentam demandas e características próprias, como é o caso de migrantes e refugiados. E que, portanto, necessitam da construção de linguagens, conteúdos e estratégias planejadas.

Compreende-se as limitações para o desenvolvimento de um planejamento de comunicação com o tempo e o cuidado adequado, em meio as demandas e urgências que surgem em decorrência do crescimento recorrente e intensificado de fluxos migratórios. Porém, a exemplo da discussão de muitas ou poucas teorias ou temáticas da comunicação organizacional, pode-se visualizar que há um movimento crescente de compreensão da importância da área da comunicação para as discussões contemporâneas sobre saúde, migrações e direitos humanos e, nesse sentido, acredita-se que o mesmo movimento pode ocorrer em relação ao entendimento da relevância da etapa do planejamento estratégico da comunicação para o desenvolvimento de práticas comunicativas e cultura organizacional mais dialógica e participativa com os grupos sociais mais vulneráveis, como é o caso de migrantes e refugiados.

Da mesma forma, para além de uma discussão conceitual, pensa-se que essa trilha proposta pode contribuir para o avanço do sistema de saúde, por intermédio do planejamento e da divulgação de informações eficazes, que possam ser utilizadas em prol da atenção primária dos públicos, como é o caso de migrantes e refugiados, bem como da sensibilização de gestores sobre a importância da qualificação dos planos de comunicação na promoção de ações em saúde, que desenvolvam políticas públicas eficientes no acolhimento dos migrantes.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, R. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 135-164.

BONIN, J. A. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação: In: MALDONADO, A. E. [et al.]. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria-Executiva. Departamento de Informática do SUS. **Estratégia de Saúde Digital para o Brasil 2020-2028**. Ministério da Saúde, Secretaria-Executiva, Departamento de Informática do SUS. – Brasília: Ministério da Saúde, 2020.

BUENO, W. C. A fragmentação do objeto e a miopia metodológica como entraves à pesquisa em Comunicação Organizacional. In: VII Congresso Científico Brasileiro de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 2013, Brasília. **Teorias e métodos de Pesquisa em Comunicação Organizacional e Relações Públicas: entre a tradição e a inovação**. Porto Alegre: Editora da PUC/RS, 2013. p. 728-748.

COLPO, C. D. Planejamento estratégico na Comunicação Organizacional (re)significado pelo olhar do Paradigma da Complexidade. **ALCEU (ONLINE)**, v. 19, p. 83-92, 2018.

COSTA DE ARAÚJO, A. C., PAIVA, J., LACERDA, J. S., & MOLANO, M. Avaliação de campanhas de saúde: uma revisão integrativa sobre a construção de indicadores. **Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”**, 14(2), 1-13. Doi: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9432> Volumen 14, Número 2 / Julio-diciembre, 2021.

CURVELLO, J. J. A. Estudos de Comunicação Organizacional no Brasil: metapesquisa sobre teorias, autores e escolas. In: XV Congresso Internacional de Comunicação - Ibercom 2017, 2018, Lisboa. Comunicação, Diversidade e Tolerância. XV Congresso Internacional de Comunicação Ibercom 2017 **Anais**. São Paulo/Lisboa: ECA/USP-FCH/UCP, 2017. v. 1. p. 4127-4151.

FEITOSA, S. A.; BELOCHIO, V. C. Quatro relações entre Comunicação e Indústria Criativa. In: Marcela Guimarães e Silva; Joel Felipe Guindani. (Org.). **Comunicação e Indústria Criativa: políticas, teorias e estratégias**. Jaguarão: CLAEC, 2018, p. 59-79.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

_____. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, M. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006.

MALDONADO, A. E. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: MALDONADO, A. E. [et al.]. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy. **Perspectivas metodológicas em comunicação: novos desafios na prática investigativa**. Salamanca: Comunicación Social, 2013. p. 31-57.

MARTINO, L. C.; BERGER, C. R.; CRAIG, R. T. **Teorias da Comunicação: Muitas ou Poucas?** São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

_____. América Latina, berço de transformação comunicacional no mundo. In: José Marques de Melo; Maria Cristina Gobbi. (Org.). **Pensamento comunicacional latino-americano: da pesquisa denúncia ao pragmatismo utópico.** São Bernardo do Campo: UMESP: Cátedra Unesco para o desenvolvimento regional, 2004, v. 7, p. 39-52.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura midiática. In: **Diálogos de la comunicación,** Lima: FELAFACS, out. 1999, p. 80-90.

MATTELART, A. **Un mundo vigilado.** Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós, 2008.

PERUZZO, C. M. K. Apontamentos para epistemologia e métodos na pesquisa em Comunicação no Brasil. **Comunicação e Sociedade,** v. 33, p. 25-40, 2018.

SANTOS, L. C. Las Relaciones Públicas y los paradigmas en la Comunicación Organizacional: un estudio teórico y reflexivo acerca del panorama actual brasileño. In: XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 2022, Buenos Aires. **Memorias del XVI Congreso ALAIC,** 2022. v. 1. p. 1-16.

_____. A evolução das metodologias para o gerenciamento da comunicação organizacional no Brasil. **Estudos em Comunicação/Communication Studies,** v. 8, p. 147-167, 2010.

SERRANO, S., MARTIN, D. Violência doméstica e saúde de mulheres migrantes bolivianas em oficinas domiciliares de costura na Grande São Paulo. **Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana: REMHU,** Vol. 30, Nº. 66, 2022.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

TAVARES, M. S; DIAS, M. S.; CARVALHO, R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein,* 8(1), 102-106, 2010.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación.* Lima: Felafacs, out. 1997. p. 9-17.