

Por que não estamos “numa nice”?: êxito ou falha da comunicação pública no caso da não adesão da Fundação Hemominas à ação de Ludmilla¹

Nivaldo Cesar de Souza Junior²

Vanessa Veiga de Oliveira³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O presente trabalho busca entender de que maneira as pessoas compreendem questões relacionadas à doação voluntária de sangue, pois identificamos nesta temática uma arena de disputas de significados a qual buscamos compreender a partir da noção de comunicação pública. Usamos a Análise de Conteúdo para observar comentários em resposta à Nota de Esclarecimento da Fundação Hemominas no Instagram sobre negativa do órgão em firmar parceria com a cantora Ludmilla para distribuição de ingressos de seu show *Numanice* para os doadores de sangue. Concluímos que a Fundação Hemominas falhou em esclarecer a questão para os seguidores que tiveram acesso à referida nota.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação e saúde; comunicação pública; doação voluntária de sangue; análise de conteúdo; Instagram.

1. Introdução

O episódio recente envolvendo a intenção da cantora Ludmilla em dar ingressos de seu show “*Numanice*” para pessoas que doassem sangue e a recusa da Fundação Hemominas de participação na ação da cantora, levantou uma série de questões que foram debatidas nas semanas que se seguiram ao fato, especialmente porque a mesma ação havia sido realizada pela cantora e o HemoRio no mês de julho do mesmo ano. Importante destacar que a Fundação Hemominas alegou que a ação viola as legislações vigentes que não permitem a concessão de benefícios em troca de sangue doado, o que de fato, é observado na Portaria de consolidação nº 5 de 2017 do Ministério da Saúde, que demarca como pontos centrais na questão da doação de sangue, o voluntariado e o altruísmo, conforme descrito no trecho a seguir:

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: nivaldo.souzajr@gmail.com.

³ Doutora e Professora do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: vanessav.ufmg@gmail.com.

§ 2º A manutenção de toda a cadeia produtiva do sangue depende dos valores voluntários e altruístas da sociedade para o ato da doação, devendo o candidato à doação de sangue ser atendido sob os princípios da universalidade, integralidade e equidade no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS) (BRASIL, 2017, p.250).

Desta forma, o Brasil define regras que restringem uma lógica compensatória ou comercial na questão da doação de sangue e nesse sentido, identificamos uma problemática relacionada à questão da doação de sangue, que segundo a legislação citada acima, além do próprio texto da Constituição Federal de 1988, é uma prática pautada no altruísmo e no voluntariado, além do anonimato. Assim, nos interessou entender melhor porque a questão do benefício direto é rejeitada pelos hemocentros públicos, como a Fundação Hemominas e o Hemoes do Espírito Santo que posteriormente também recusou a parceria nos moldes propostos por Ludmilla, uma vez que esta apesar de artista e famosa, é uma mulher negra e de origem periférica, o debate ultrapassou questões meramente legalistas e médicas, como foi possível observar inicialmente ao acompanhar alguns dos comentários em postagens no *Instagram* sobre a recusa da Fundação Hemominas, necessitando então de uma abordagem metodológica amparada por conceitos utilizados no campo da Comunicação, para melhor compreensão das interações e sentidos que circularam em torno desta discussão.

A Organização Mundial de Saúde recomenda que cerca de 3% da população seja doadora regular de sangue. Em Minas Gerais esse índice está em torno de 1,8%. Frequentemente a Fundação Hemominas, responsável pela rede pública de postos de coleta de sangue em nosso estado, faz alertas sobre os níveis críticos de seus estoques, por meio de seu site e perfis nas redes sociais, além de campanhas de divulgação, sobretudo dos tipos sanguíneos O positivo e negativo, este último conhecido como doador universal, por ser possível utilizá-lo em transfusões para pacientes com qualquer tipo de sangue. Há o interesse de disseminar a cultura da doação voluntária de sangue no país especialmente entre os jovens. Segundo Souza-Junior e colaboradores (2023) na Fundação Hemominas os doadores jovens com menos de 25 anos representam 23,1% além de 23,7% dos candidatos a doação atendidos serem pessoas que querem doar pela primeira vez. É possível ser doador de sangue a partir dos 16 anos até os 69 anos.

A Fundação Centro de Hematologia e Hemoterapia de Minas Gerais – Fundação Hemominas foi criada a partir da Lei autorizativa nº 10.057, de 26 de dezembro de 1989,

ganhando autonomia enquanto instituição. Esse processo permitiu por exemplo a interiorização dos serviços de hematologia e hemoterapia no estado de Minas Gerais.

Atualmente a Hemominas constitui uma rede de unidades próprias com sete hemocentros (em Belo Horizonte, Governador Valadares, Juiz de Fora, Montes Claros, Pouso Alegre, Uberaba e Uberlândia) nove hemonúcleos (em Diamantina, Divinópolis, Ituiutaba, Manhuaçu, Passos, Patos de Minas, Ponte Nova, São João Del-Rei e Sete Lagoas), além de seis unidades de coleta e transfusão (em Além Paraíba, Betim, Frutal, Poços de Caldas e em Belo Horizonte no Shopping Estação BH e no Hospital Júlia Kubitschek).

Em um esforço para captar novos doadores em outras regiões do estado, a Hemominas tem estabelecido parcerias com as prefeituras dos municípios mineiros para instalação dos Postos Avançados de Coleta Externa (PACEs) contando atualmente com 17 desses pontos nas cidades de Araguari, Bom Despacho, Barbacena, Conselheiro Lafaiete, Itabira, Itajubá, Lavras, Leopoldina, Muriaé, Nova Lima, Pará de Minas, Paracatu, Patrocínio, São Sebastião do Paraíso, Varginha e Viçosa. Esses PACEs permitem que o serviço de coleta de sangue chegue mais próximo a doadores desses municípios, contribuindo para manutenção de estoques adequados de sangue no estado. Percebe-se com essa estratégia dos PACEs uma alternativa mais viável e rápida do que a construção de novas unidades próprias da Hemominas, sinalizando uma direção a ser mantida pela instituição em um futuro próximo, avançando em regiões onde não existem bancos de sangue.

A questão territorial é um dos desafios, embora não seja foco no nosso estudo, a hemorrede⁴ de Minas Gerais deixa atualmente um vazio enorme para captação de doadores nas regiões dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri, Norte e Noroeste, tendo apenas as unidades de Montes Claros e Diamantina como opção em uma vasta área territorial.

A Fundação Hemominas como podemos observar constitui uma rede de estabelecimentos e parcerias em prol do atendimento constante aos candidatos a doação de sangue, mas no tocante a este trabalho nos interessa mais especificamente, em relação à Fundação, observar ações comunicacionais desta instituição para mobilização e construção da conscientização da população sobre a doação voluntária de sangue. E é

⁴ Hemorrede é o conjunto de estabelecimentos que recebem os candidatos a doação de sangue para coleta e posterior abastecimento dos hospitais.

muito relevante destacar este ponto pois está diretamente relacionado à necessidade de se obter a sinceridade dos candidatos à doação de sangue durante a triagem que é realizada para segurança e qualidade do sangue doado, uma vez que existem doenças que podem ser transmitidas por meio deste insumo como as hepatites virais e o vírus HIV, causador da AIDS. O entendimento é de que caso a doação de sangue fosse remunerada ou tivessem benefícios atrelados a ela, os candidatos à doação poderiam omitir informações sobre terem passado por situações de risco acrescido para infecções sexualmente transmissíveis, e logo não estariam aptos a doar sangue, mesmo que temporariamente, e assim não fariam jus ao benefício ou remuneração oferecidos.

Outro ponto importante em relação ao sangue, é destacá-lo como recurso insubstituível, ou seja, não existem alternativas quando a necessidade do paciente é de transfusão de hemocomponentes (plaquetas, concentrado de hemácias, plasma e crioprecipitado). Por isso é tão importante a manutenção de estoques adequados de sangue para atender às necessidades desses pacientes que necessitam de transfusões. Aproveitando que citamos os hemocomponentes destacamos que o sangue doado, chamado de sangue total, logo após a coleta é direcionado para o seu fracionamento, gerando quatro bolsas com os seus componentes separados, isto explica a expressão que ao doador sangue você pode salvar até quatro vidas, pois cada bolsa será utilizado para um paciente diferente.

No acompanhamento do tema da doação de sangue na Fundação Hemominas, percebemos o esforço das instituições para fidelizar os doadores, e uma das estratégias que parecem ser amplamente utilizadas é a de reconhecer a importância dos doadores, como pode ser observado especialmente em datas comemorativas. Em 2005 a Assembleia Mundial da Saúde em homenagem ao dia do nascimento do imunologista Karl Landsteiner instituiu o Dia Mundial do Doador de Sangue em 14 de junho, de modo a prestigiar os doadores que contribuem regularmente para atender à necessidade de doação voluntária de sangue (BRASIL. 2015, p. 43).

A celebração do Dia Mundial do Doador de Sangue contribuiu para que o mês de junho se tornasse o mês de conscientização para a questão da doação de sangue e assim ficou conhecido como o Junho Vermelho. Neste mês os hemocentros e serviços de hemoterapia realizam diversas ações para celebrar a data e dar destaque a causa da doação voluntária de sangue, sobretudo alertando para que essas doações sejam frequentes, de modo a manter os estoques abastecidos.

Cabe esclarecer que nossa pesquisa almeja pensar processos comunicacionais de construção de sentido, tendo o contexto da doação voluntária de sangue como nossa arena de disputas de significados, e desta forma a abordagem trazida por estudos sobre comunicação pública nos indicaram um caminho possível para esta investigação.

Por fim, este trabalho se situa no campo da comunicação e saúde, um locus privilegiado no qual é importante compreender os processos sociais de produção de sentido, envolvendo as questões de saúde dos indivíduos e das populações (ARAÚJO; CARDOSO, 2007), justamente o desafio da Fundação Hemominas se adequar as necessidades de interagir com a sociedade.

2. Comunicação de interesse coletivo

Inicialmente nos filiamos à definição de Brandão sobre o conceito de comunicação pública, compreendido como a comunicação que ocorre na esfera pública entre governo e sociedade, permitindo a negociação entre os diversos setores que compõem essa com o Estado, constituindo a vida pública no país (BRANDÃO, 2007, p. 18). Duarte (2007) se aproxima da definição anterior ao considerar, que a comunicação pública se refere a temas de interesse coletivo relacionados ao aparato do Estado, mas também à sociedade civil, seja pelo terceiro setor, seja pela iniciativa privada. Ademais, Brandão (2007) defende que a comunicação pública consiste em uma prática importante, um modo de informar para promover a cidadania.

Assim, nessas primeiras contribuições, em especial as de Brandão e Duarte, identificamos a relevância de se discutir a noção de comunicação pública neste estudo, pois o tema da doação voluntária de sangue precisa ser encarado como grande importância social, primordial para a saúde coletiva, e por isso é de interesse comum de nossa sociedade. Sendo o serviço público o grande provedor de sangue para os serviços de atendimento em saúde, o debate sobre a promoção da doação voluntária de sangue envolve justamente o governo que gerencia essa rede de bancos de sangue e a sociedade que precisa ser mobilizada para a doação, com a manutenção do tema como destaque na esfera pública.

A comunicação pública, não é uma instância governamental, ou um tipo de serviço público, como Duarte (2007) aponta, ela abarca o terceiro setor, a sociedade civil, a iniciativa privada. Ademais, é possível identificar na literatura, o esforço teórico para diferenciar todas essas abordagens comunicativas, trazendo expressões como o conceito

de comunicação governamental. Matos (2006) destaca que em um primeiro momento o termo comunicação pública era uma forma de diferenciar Estado e iniciativa privada, pois no país, “a implantação da radiodifusão (anos 20) consagrou a expressão “Comunicação Pública”, entendida como comunicação estatal. Isto é, o termo era utilizado em contraste à comunicação do setor privado” (MATOS, 2006, p. 62).

No mesmo período Jorge Duarte (2007, p.2-3) já apontava diferenças entre os termos Comunicação Política (“discurso e ação de governos e partidos”), Comunicação Governamental (“fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo os gestores e a ação do Estado e a sociedade”) e Comunicação Pública, esclarecendo que esta última se refere aquilo que é de interesse público, incluindo as ações tanto do Estado (incluindo os três poderes), quanto de agentes políticos e partidos, além das empresas privadas, desde que interfiram no interesse público.

Segundo Liedtke e Curtinovi (2016) a Comunicação Pública é um conceito que deriva de outros que foram sendo utilizados ao longo do tempo até que este se tornasse um conceito consolidado. Seu desenvolvimento deu-se a partir da comunicação empreendida em um contexto das comunicações empresariais/organizacionais, das relações de trabalho, do jornalismo corporativo e das relações públicas, com maior incremento no Brasil, segundo os autores, a partir dos anos 1960, apesar de que neste mesmo período, houvesse no país um regime autoritário que interferiu diretamente no modelo de comunicação existente em nosso território (LIEDTKE; CURTINOVI, 2016). Nesse sentido, Brandão (2019) também indica que o ideal de comunicação pública foi fortemente influenciado pelo clima da redemocratização do Brasil, após um período de Ditadura Militar com fortes restrições aos meios de comunicação.

A também que se destacar a evolução do desenvolvimento da comunicação pública após o período da redemocratização no Brasil, sobretudo em função dos anseios da sociedade civil por mais transparência e participação. E este cenário impôs ao setor público a necessidade de desenvolver suas atividades de comunicação, assim como ao setor empresarial (LIEDTKE, CURTINOVI, 2016; BRANDÃO, 2019), mas também possibilitou vislumbrar e construir um outro cenário de participação, informação e exigência aos governos.

Todo este contexto de desenvolvimento da comunicação pública é de suma importância para a causa da doação de sangue, visto que no início dos anos 80 a saúde coletiva viveu um dos seus piores momentos, o surgimento do vírus HIV. Um capítulo

crucial desta chegada da AIDS envolve justamente os pacientes que necessitavam de transfusões recorrentes, como os hemofílicos, e a transmissão da doença para muitos deles por meio das transfusões, em um período em que não se tinha toda a estrutura de diagnóstico e prevenção de uma doença que havia acabado de ser descoberta, mas que já era responsável por uma das piores epidemias da nossa história. Assim, movimentos populares e especialistas da saúde pública passaram a exigir das autoridades providências quanto à questão da qualidade do sangue oferecido aos pacientes no país e se instaurou um dos mais importantes debates públicos sobre a questão desse insumo. Neste ponto, destaca-se a Lei federal nº 7.649 de 1988 que normatizou a obrigatoriedade do cadastro de doadores de sangue e também a realização obrigatória de exames laboratoriais para o sangue doado, visando à segurança dos pacientes receptores (BRASIL, 2015, p. 43).

Além disso, Liedtke e Curtinovi (2016) destacam a contribuição do paradigma relacional ou praxiológico (QUÉRÉ, 1997; FRANÇA, 2002) para o modelo de comunicação de interesse público, uma vez que rompe com o modelo de transmissão informacional e permite uma relação dialógica, conforme desejado pela sociedade ao longo das últimas décadas. Além disso, ressaltam o papel da internet neste contexto, obrigando as organizações a se prepararem para a comunicação em uma realidade de maior acesso à informação.

Por outro lado, Maria Helena Weber (2017), segundo a qual a Comunicação Pública está relacionada à possibilidade de debate em torno do que é de interesse público, mobilizando comunicações de diversos setores e segmentos da sociedade (midiática, institucional, privada, terceiro setor, etc.) sob uma perspectiva da noção de esfera pública habermasiana, alerta que nem sempre o rótulo do interesse público, garante a participação democrática para a deliberação ou a efetivação do atendimento ao interesse da sociedade, mesmo que parta de um sistema de comunicação público e estatal, interesses privados podem ser privilegiados.

Associar comunicação pública (por envolver instituições estatais) com o interesse público de forma definitiva, “pode mascarar e subverter ações de interesse privado, entendido este como privilegiando determinados governantes e seus dependentes familiares ou políticos” (WEBER, 2017, p. 26). E este ponto é importante para as discussões da relevância da comunicação pública, enquanto indicador de qualidade da democracia. A propósito, cabe exemplificar outro debate público que atualmente envolve

a questão do sangue no Brasil, que é a proposta de emenda à Constituição Federal, que trata da comercialização de plasma humano (PEC 10/2022).

Entidades e parlamentares se dividem entre apoiadores e aqueles que repudiam a proposta. O debate público em torno da PEC 10 começou, inclusive com repercussão na imprensa, tendo divergência entre especialistas da área da hematologia e hemoterapia, que lidam diretamente com a questão do sangue no país. A Associação Brasileira de Hematologia, Hemoterapia e Terapia Celular (ABHH) se posicionou por meio de uma nota intitulada “Plasma: Atendendo às Necessidades dos Pacientes Brasileiros” para defender a aprovação da PEC, pois “Esta PEC visa solucionar um dos principais problemas de saúde pública do país: a escassez de hemoderivados para tratar os pacientes brasileiros” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HEMATOLOGIA, HEMOTERAPIA E TERAPIA CELULAR, 2023). Por outro lado, o Ministério da Saúde divulgou nota à imprensa contendo o posicionamento do Governo Federal, contrário à proposta. Portanto, destacamos a seguir um trecho do documento que pontua aspectos históricos da comercialização de sangue e disseminação de doenças:

O Governo Federal é contrário à remuneração, compensação ou comercialização na coleta de sangue ou de plasma, uma vez que isso desestruturaria a política nacional de sangue, referência mundial pela sua excelência e capacidade de atender a todos os brasileiros. Qualquer mudança que afete as doações voluntárias incorre em risco de desabastecimento nas emergências hospitalares e para quem precisa de transfusões regularmente. Inclusive, o caráter voluntário das doações é recomendado pela Organização Mundial da Saúde.

A doação voluntária de sangue no Brasil e a sua regulação pelo Poder Público, na mesma lógica da doação de órgãos para transplantes, garante acesso igualitário para pacientes do SUS e da rede privada e rigorosa segurança para as transfusões. Há que se evitar a repetição do cenário vivido na década de 1980, quando pessoas mais pobres vendiam sangue por valores irrisórios e com controles precários contra a contaminação de doenças, como HIV e hepatites.

Cabe pontuar também que a prática de coleta exclusiva de plasma através de maquinário específico, conhecida como plasmaférese, tem potencial para reduzir as doações de sangue e a produção de outros hemocomponentes, comprometendo os estoques nacionais. (BRASIL, 2023)

A discussão sobre a possibilidade de utilização do Plasma pelo setor privado, nos parece um bom exemplo de como a questão do sangue é um tema de interesse coletivo que precisa ser apropriada pela sociedade para que se garanta, por meio do Controle Social, a disponibilidade de componentes e derivados do sangue a qualquer paciente, especialmente do SUS, gratuitamente e em momento oportuno. É por meio de estratégias

da comunicação pública envolvendo todos os setores da sociedade que este debate será mais democrático. A comunicação pública “também acolhe a visão estratégica das disputas empreendidas no espaço público, definindo-se pelo tensionamento permanente entre normatividade e facticidade” (CARNIELLI, 2021, p.107), nesse sentido a PEC 10 exemplifica exatamente esse tensionamento entre a legislação vigente e o fato da produção de plasma ser insuficiente no país, conformando assim a disputa de versões sobre o tema no debate público.

Portanto, a pretensão de reforçar a causa da doação de sangue como uma pauta coletiva e com a participação da população, faz com que os fluxos comunicacionais esperados não se dêem apenas a partir do Governo, mas também de parceiros que podem contribuir como multiplicadores engajados com o desejo de construir uma cultura em que a doação é um gesto habitual, rotineiro e popular. Desta forma, relacionamos a comunicação de interesse coletivo com a necessidade de mobilização social da sociedade para não apenas promover o debate para possibilitar que uma parcela maior da sociedade se torne doadores voluntários.

3. Metodologia

A partir de um corpus constituído pelos 50 comentários dentre os 340 comentários de internautas em resposta à Nota de Esclarecimento publicada pela Fundação Hemominas no Instagram no momento da suposta crise com a cantora Ludmilla, pretendemos responder à pergunta norteadora: “a partir da perspectiva da comunicação pública e da observação dos comentários no Instagram, em que medida a Hemominas teve êxito em esclarecer a polêmica com a cantora Ludmilla?”. O método utilizado foi o da Análise de Conteúdo segundo Bardin (2016). Este método se vale da codificação e categorização como procedimentos para sistematizar as informações, facilitando o trabalho de construção de inferências pelo pesquisador, as quais devem ser realizadas com lastro teórico, garantindo sua confiabilidade (FONSECA JUNIOR, 2017).

A análise de conteúdo é um método que se diferencia das análises de discurso e semiológica principalmente por cumprir com requisitos de sistematicidade (conjunto de procedimentos aplicados uniformemente sobre todo o corpus) e confiabilidade (pessoas diferentes podem chegar às mesmas conclusões se aplicando os mesmos procedimentos à mesma amostra) (FONSECA JUNIOR, 2017).

A coleta dos dados se deu por meio de leitura e transcrição completa dos comentários no livro de códigos. Vale destacar que se trata de uma postagem pública e os comentários, conseqüentemente também.

As unidades de análise foram comentários dos seguidores em resposta a Nota de Esclarecimento da Fundação Hemominas, conforme citado anteriormente, ou seja, nossa amostra foi composta por 50 comentários dentre os 340 comentários de internautas em resposta ao posicionamento da Hemominas.

Uma vez definido o corpus, para realização da metodologia da Análise de Conteúdo, construímos nosso livro de códigos (CODEBOOK) composto de categorias e códigos conforme apresentadas na Tabela - 1:

Tabela 1 – Livro de códigos (categorias e códigos)

Direcionamento da resposta			Respondido pela Hemominas?	Ataques pessoais e agressividade
Posicionamento	Argumentação			
1.resposta para hemominas	1.apoio	1. cita dados, citando fonte	1. sim	1. Ausente
2.resposta para outro seguidor	2.critica	2. cita dados, sem citar fonte	2. não	2.Presente
	0. Não definido	3. não cita dados, apenas opina		

Fonte: Elaboração dos autores.

4. Principais resultados

A partir da metodologia da análise de conteúdo aplicada sobre o conjunto de comentários extraídos na publicação da Nota de Esclarecimento da Fundação Hemominas no *Instagram* foi possível observar as reações dos seguidores ao posicionamento do órgão diante da crise com a cantora Ludmilla. As categorias construídas e que compõem o livro de códigos nos apresentam a sistematização baseada nesta amostragem de comentários na publicação de modo que fazemos as inferências a seguir.

A princípio observamos que o posicionamento da instituição dividiu opiniões, sendo que 21 dos 50 comentários analisados criticavam a Hemominas, enquanto 17 apoiavam e em 12 não foi possível identificar apoio ou crítica.

Em relação à argumentação desenvolvida nesses comentários raramente observamos citação da fonte quando algum dado era utilizado como argumento para apoiar ou criticar a instituição, ou seja, apenas 3 comentários traziam de onde a informação havia sido retirada, nesses seria possível conferir a fonte e veracidade da informação utilizada. Em cerca de 11 comentários há alguma informação utilizada para justificar a crítica ou apoio à Hemominas, como por exemplo o número de bolsas que supostamente o Hemorio havia conseguido devido a parceria com Ludmilla, enquanto outro comentário citava que grande parte dessas bolsas foi descartada. Contudo, a maioria dos comentários (36/50) foi opinativo, sem usar qualquer argumento baseado em números ou informação sobre legislação.

Chama atenção que os comentários analisados grande parte não era resposta à Fundação Hemominas, mas uma discussão entre os seguidores (39/50). Percebeu-se em vários desses comentários um nível de agressividade entre os seguidores (14/50).

Por fim, um achado importante em nossa análise foi o de que a Fundação Hemominas não respondeu a nenhum dos comentários, perdendo, em nossa avaliação, a oportunidade de esclarecer questões que eram levantadas nos comentários como uma suposta homofobia como motivo da negativa em relação à ação beneficente Ludmilla, uma mulher em um relacionamento homoafetivo.

5. Conclusão

Considerando a questão norteadora de nosso trabalho: “a partir da perspectiva da comunicação pública e da observação dos comentários no Instagram, em que medida a Hemominas teve êxito em esclarecer a polêmica com a cantora Ludmilla?” e os resultados encontrados a partir da análise de uma amostra de comentários presentes na publicação da Nota de Esclarecimento da Hemominas no Instagram foi possível observar que a Fundação Hemominas não teve êxito em esclarecer a questão para os seguidores que tiveram acesso a referida nota.

A Hemominas não respondeu a nenhum dos comentários observados e a discussão apresentou uma série de informações que mereceriam esclarecimentos adicionais por parte da instituição. Alguns seguidores acusaram a Fundação de LGBTfobia, outros fizeram acusações relacionadas a um viés político da instituição, bem como criticaram um suposto excesso de burocracia e conservadorismo.

Do ponto de vista da comunicação pública, os achados desta pesquisa nos permitem responder que a Hemominas não teve êxito em esclarecer a polêmica com a cantora Ludmilla a partir da Nota de Esclarecimentos, pois para muitos de seus seguidores outras questões foram levantadas para a negativa ao contrário do que a instituição tentou esclarecer na postagem. Foi perceptível que não houve um diálogo entre a instituição e seus seguidores.

Resgatando o modelo praxiológico ou relacional (QUÉRÉ, 1997; FRANÇA, 2002), que entende as relações entre os interlocutores, em uma perspectiva diferente do modelo transmissivo da comunicação, consideramos que seria uma prática comunicacional mais contemporânea das instituições públicas, incluindo a Hemominas, se pautar por esse modelo praxiológico, especialmente na saúde, por isso também foi importante nosso estudo por observarmos o órgão que deve encabeçar em Minas Gerais iniciativas mobilizadoras e qualificar o debate público sobre a doação de sangue.

Existem muitos desafios quando se fala em comunicação e saúde. O primeiro é romper a perspectiva transmissiva em que a comunicação é vista como ferramenta. Outro importante desafio é que muitas pessoas ainda não entendem a comunicação como uma ciência com seus conceitos e abordagens próprias, tanto quanto outras áreas do conhecimento e, desta forma, deve ser vista como um ator em pé de igualdade na hora da tomada de decisões, ou seja, a comunicação precisa ser protagonista e não um instrumento demandado por outros atores sem levar em conta as suas ponderações e estratégias.

Logo, é importante a reflexão deste estudo a partir da articulação dos campos da Comunicação e Saúde, dado o seu potencial de abordagem diferenciada para questões complexas que envolvem a Saúde Pública. Como apontam Araújo e Cardoso (2007), a comunicação tem papel fundamental nos processos de visibilidade e identidade na criação de uma política pública e na forma como a população se apropria desta. A questão da doação voluntária de sangue passa exatamente por este desafio da busca por visibilidade e engajamento da população, que deve se apropriar das políticas públicas envolvidas no setor, este é um grande trabalho de conscientização de que a causa depende.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HEMATOLOGIA, HEMOTERAPIA E TERAPIA CELULAR. **Plasma: Atendendo às Necessidades dos Pacientes Brasileiros**. Destinatário: inscritos no e-mail marketing da ABHH. São Paulo: 11 out. 2023. 1 mensagem eletrônica.

ARAÚJO, Inesita S. de; CARDOSO, Janine M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro. Editora FIOCRUZ. 2007. 152 p.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1ª ed. São Paulo. Edições 70. 2016. 279 p.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.) **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo. Atlas, 2007. p. 1-21.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Comunicação Pública: 17 anos depois. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz (orgs.). **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

BRASIL. Senado Federal. Proposta de Emenda à Constituição nº 10, de 2022. Altera o art. 199 da Constituição Federal para dispor sobre as condições e os requisitos para a coleta e o processamento de plasma humano. Brasília, DF: Senado Federal, 2022. Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/152715#tramitacao_10294835. Acesso em: 9 jun. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue**. Ministério da Saúde, 1. ed., Brasília: Ministério da Saúde, 2015. 152 p

BRASIL. Ministério da Saúde. **Portaria de Consolidação Nº 5**, de 28 de setembro de 2017. Consolidação das normas sobre as ações e os serviços de saúde do Sistema Único de Saúde.

BRASIL. Ministério da Saúde. Posicionamento do Governo Federal sobre a PEC do Plasma. Nota a imprensa. Ministério da Saúde. Brasília, 15 set. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/canais-de-atendimento/sala-de-imprensa/notas-a-imprensa/2023/posicionamento-do-governo-federal-sobre-a-pec-do-plasma>. Acesso em 07 out. 2024.

CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. **Comunicação Pública e Comunicação Cínica na Trama Acontecimental das Tragédias de Mariana e Brumadinho**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. São Paulo, 2007. p. 1-7. Disponível em: http://www.comunicacaoecrise.com/pdf/Comp%FAblicaJDuartev_0.pdf Acesso em 07 out. 2024.

FIGUEIREDO, Larissa. Dia Mundial do Doador de Sangue marca o Junho Vermelho no TJMMG. **Tribunal de Justiça Militar do Estado de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 14 jun. 2023. Disponível em: <https://tjmmg.jus.br/dia-mundial-do-doador-de-sangue-marca-o-junho-vermelho-no-tjmmg/> Acesso em: 25 mai. 2024.

FONSECA JUNIOR, Wilson. Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge.; BARROS, A. T. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017. p. 280-304.

FRANÇA, V. V. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, Luís Gonzaga; WEBER, Maria Helena; PAIVA, Raquel (Org.). **Estratégias e culturas de comunicação**. Brasília, DF: UnB, 2002.

HEMOMINAS. A Fundação Hemominas vem a público informar [...]. Belo Horizonte. 15 set. 2023. Instagram: @hemominas. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxOBmidOF5a/>. Acesso em: 8 jun. 2024.

LIEDTKE, Paulo; CURTINOVI, Jéfferson. Comunicação pública no Brasil: passado, presente e futuro. **Revista Comunicação Pública** [Online], Vol.11, nº 20, Lisboa: 2016. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/1171>. Acesso em 07 out. 2024.

MATOS, H. H. G. de. Comunicação Política e Comunicação Pública. Dossiê. **Organicom**, São Paulo. v. 3, n. 4, p. 58-73. 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138911/134259>. Acesso em: 07 out. 2024.

QUÉRÉ, Louis. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxiológico. Tradução de Vera Lígia Westin e Lúcia Lamounier (Mimeografado). 31 f. [Original: D'un modèle épistemologique de la communication à un modèle praxéologique. In: Réseaux, n. 46/47. Paris: Tekhné, mar/abril 1991].

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos. (Org.). **Comunicação pública e política: pesquisa e práticas**. Florianópolis: Insular, 2017. 23-58p.