

## Comunicação e saúde: alternativas midiáticas para a disseminação de informações sobre hanseníase para o público jovem<sup>1</sup>

Ana Júlia Macêdo da COSTA<sup>2</sup>

Mariana Dantas PIMENTEL<sup>3</sup>

Gabriella Freire PEREIRA<sup>4</sup>

Patrícia Monteiro Cruz MENDES<sup>5</sup>

Marcelo Rodrigo da SILVA<sup>6</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### RESUMO

Este trabalho descreve as etapas de pré-produção, produção e pós-produção do Web Vídeo intitulado “Janeiro Roxo”. A produção audiovisual traz informações sobre a Hanseníase e seus estigmas. Para o desenvolvimento do projeto foi definido o público-alvo, uma pesquisa qualitativa com base nos dados do *Google Analytics* e busca de informações em sites oficiais. O conteúdo foi publicado no *YouTube*, no formato *Shorts*. Mostrou-se nítida a necessidade de diversificação de produções sobre esse assunto, com as devidas adaptações para multiplataformas, para que a disseminação de informações sobre saúde ocorra de maneira eficaz e cause impacto positivo no público.

**PALAVRAS-CHAVE:** web vídeo; saúde; hanseníase; janeiro roxo; jovens.

### INTRODUÇÃO

A idealização deste trabalho teve início através de produção integrada das disciplinas Planejamento e Produção em Radiojornalismo e Jornalismo Multiplataforma I, inseridas no 5º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e que possuem os perfis nas redes sociais Espaço Experimental UFPB e ComSaúde UFPB, respectivamente. O produto foi criado com o intuito de integrar o público de diferentes redes sociais na internet e plataformas online sobre temas, muitas vezes pouco retratados, voltados à saúde.

O estudo tem como temática a campanha “Janeiro Roxo”, mês de cuidados com a saúde para o enfrentamento e prevenção da Hanseníase e foi dividido em três partes, sendo elas: 1) a pré-produção, através do estudo do assunto; 2) a produção, com a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, cultura e internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, email: [ana.costa13@academico.ufpb.br](mailto:ana.costa13@academico.ufpb.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, email: [mariana.pimentel@academico.ufpb.br](mailto:mariana.pimentel@academico.ufpb.br).

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, email: [gabriella.fp26@gmail.com](mailto:gabriella.fp26@gmail.com).

<sup>5</sup> Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da UFPB, email: [patricia.monteiro@academico.ufpb.br](mailto:patricia.monteiro@academico.ufpb.br)

<sup>6</sup> Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da UFPB, email: [prof.marcelorodrigo@gmail.com](mailto:prof.marcelorodrigo@gmail.com)

roteirização, gravação e edição do vídeo e, por fim, a 3) pós-produção, com a verificação das métricas e alcances na plataforma.

A escolha do tema foi realizada após observada a maneira que esse assunto é tratado em sociedade, principalmente pelo público-alvo que foi definido como jovens adultos com faixa etária entre 18 e 24 anos. Segundo a Sociedade Brasileira de Dermatologia, a Hanseníase é conhecida como uma “doença invisível e negligenciada”, referindo-se ao fato de que costuma ser esquecida e alvo de omissão por parte de gestores da saúde. A enfermidade também é constantemente associada a estigmas culturais, que identificavam essa doença pelo nome de “lepra”, impedindo o acesso à ajuda e tratamento<sup>7</sup>.

O objetivo principal do estudo foi realizar, através de uma linguagem jovem e atual, o compartilhamento de informações sobre o assunto para que alcance o público em foco e possa haver uma inclusão dessas pessoas em ambientes acadêmicos e corporativos, pois essa é uma doença que, por ser pouco abordada, pode causar estranheza e discriminação por aqueles que não detêm as informações básicas e necessárias. Além disso, é possível afirmar que o poder da comunicação é capaz de quebrar esses estigmas e, através desse material, foi possível ter uma visão mais ampla acerca dessa afirmação.

A partir do contato com profissionais da saúde que atuam dentro da academia, foi possível observar a falta de divulgação da Hanseníase dentro dessa comunidade, o que culminou na principal motivação para a realização deste trabalho, uma vez que se trata de uma doença pouco explorada no âmbito estudantil e acadêmico, desde a grade curricular do ensino fundamental e médio, até debates universitários.

O planejamento inicial foi construído a partir de um projeto de extensão coordenado pela professora Patrícia Monteiro e apresentado em sala de aula na disciplina de Planejamento e Produção em Radiojornalismo. A turma de Jornalismo Multiplataforma I, da qual fazemos parte, também foi convidada a realizar algumas atividades jornalísticas voltadas ao tema, com o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais para veiculação em múltiplas plataformas, entre elas, o *YouTube*.

A partir dos resultados obtidos, produzimos resumos expandidos relatando o processo produtivo da atividade, que foram apresentados no 1º Seminário Paraibano de

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.sbd.org.br/janeiro-roxo-sociedade-brasileira-de-dermatologia-alerta-para-importancia-do-diagnostico-e-tratamento-de-hanseniasis-e-para-riscos-do-subdiagnostico/> Acesso em: 26/03/2024.

Hanseníase, evento que nos permitiu contato com ex-pacientes e profissionais da saúde especializados no tratamento e identificação dessa doença. A participação no evento foi essencial para que percebêssemos a importância da união de estratégias de comunicação à luta do combate ao preconceito e estigmas gerados por anos de exclusão e violências contra portadores.

## **MÍDIA, CONVERGÊNCIA E SAÚDE**

O trabalho apresentado neste resumo levou em consideração as potencialidades das linguagens multiplataforma das redes sociais digitais, tendo em vista que as especificidades dessas novas plataformas têm potencialmente uma alta capacidade de geração ou reconfiguração de modos de produção, publicação, circulação e recirculação, consumo e recepção de novos conteúdos e novos formatos/gêneros, além de sugerirem e propiciarem o aparecimento de novos modelos de negócios (Canavilhas & Stuf, 2015).

A produção audiovisual aqui relatada leva em consideração os preceitos propostos por Jenkins (2009) a respeito da cultura da convergência, na medida em que considera que o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que sejam. Para o autor, “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (Jenkins, 2009, p. 29).

Os modelos narrativos explorados na produção do conteúdo audiovisual também estão orientados pelo que se considerou quarta e quinta geração do jornalismo online (Barbosa, 2013; Silva, 2013; Baccin, 2017).

Compreendemos que a comunicação promotora de saúde contribui para ampliar o acesso das pessoas à informação de qualidade (Soares; Cardoso, 2007). E, no caso de uma doença milenar, mas que ainda faz vítimas atualmente, informações sobre contágio, tratamento e prevenção tornam-se ainda mais importante, a fim de contribuir para prevenir a desinformação em saúde.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

A Hanseníase é uma doença infecciosa, contagiosa, que pode ser adquirida pelo contágio com o *Mycobacterium leprae* ou também chamado de bacilo de Hansen. Para elaboração do vídeo, as informações sobre transmissão, sintomas e tratamento foram obtidas por meio dos conteúdos bibliográficos disponibilizados pelo Ministério da Saúde (2008; 2024).

A produção midiática foi publicada na plataforma *Youtube Shorts*, direcionando sua linguagem para a faixa etária em que o foco do projeto está significativamente inserido. Identificamos uma forte presença de usuários com idades entre 18 e 24 anos por meio de uma pesquisa quantitativa sobre os acessos dessa rede social, com base nos dados fornecidos pelo *Google Analytics*. Para a definição de temas e delimitação de roteiro, nos baseamos em uma pesquisa qualitativa sobre as principais dúvidas desse público sobre hanseníase, também por meio do *Google Analytics*.

Na criação do roteiro e da descrição contida no vídeo, priorizamos um texto que destacasse respostas para as dúvidas identificadas com uma linguagem acessível. Na manipulação das imagens utilizamos recursos de edição para a atenção do público, como transições animadas e populares nas redes sociais dominantes.

Para a gravação do vídeo e do áudio, utilizamos um *IPhone 11* e as edições foram realizadas no aplicativo *CapCut*, com a anexação de imagens de ilustração de uso gratuito disponíveis no site Pexels. O conteúdo foi publicado no *YouTube*, no formato *Shorts*, no perfil do projeto Comunicação e Saúde UFPB (<https://www.youtube.com/shorts/CkUDI1CoIfs>).

## RESULTADOS

A publicação do material foi realizada no dia 18 de janeiro de 2024, na plataforma citada. Até o momento da elaboração deste resumo expandido, o vídeo alcançou 194 visualizações, 22 curtidas e 1 comentário no *Youtube* do projeto Comunicação e Saúde UFPB, além de reverberar por outras redes sociais, como o Instagram no perfil do projeto parceiro Espaço Experimental (@espacoexperimentalufpb), onde obteve 706 visualizações, 22 curtidas e 2 comentários. Os números alcançados, principalmente no *Youtube*, são majoritariamente de pessoas externas ao projeto e não seguidores, logo alcançamos usuários para além daqueles que já consomem os conteúdos do projeto.

O desempenho foi satisfatório para os elaboradores deste projeto por se tratar de um material postado em uma conta recente, na qual não possui constância por se tratar de um trabalho acadêmico pontual. Portanto, a devolutiva desse vídeo superou expectativas calculadas inicialmente, uma vez que a plataforma escolhida ainda é pouco explorada e não se tem clareza de seus critérios de algoritmo.

Apesar de trazer somente informações básicas, o projeto pôde alcançar novas pessoas para apresentar novas perspectivas sobre a Hanseníase, doença cercada de mitos, estigmas e desinformação e ainda invisibilizada entre nosso público-alvo, chamada até mesmo entre a comunidade acadêmica da saúde como “doença invisível”.

Com vídeos rápidos providos com informações claras e simplificadas que alcançaram centenas de pessoas, destaca-se a importância do uso de ferramentas da comunicação contemporâneas para a quebra de preconceitos e estigmas associados à doença e às pessoas acometidas. Com foco no público jovem, observa-se a possibilidade da construção de comunidades cada vez mais inclusivas e dotadas de clareza de um assunto antes invisibilizado.

## **CONCLUSÃO**

O estudo comprovou a importância da diversificação de formatos e plataformas na comunicação sobre temas de saúde, especialmente para públicos específicos como os jovens. A linguagem acessível e dinâmica utilizada no vídeo, somada à escolha de uma plataforma popular entre o público-alvo, foram fatores determinantes para o alcance e engajamento obtidos.

O projeto também reforçou a relevância da comunicação para a quebra de estigmas e preconceitos relacionados à Hanseníase. Através da informação clara e objetiva, o vídeo contribuiu para a conscientização do público jovem sobre a doença, seus sintomas e tratamento, promovendo a inclusão e o respeito às pessoas afetadas.

A partir dos resultados positivos do projeto, sugere-se a continuidade da produção de conteúdos informativos sobre saúde para o público jovem, utilizando diferentes formatos e plataformas, a fim de ampliar o alcance e o impacto das mensagens. Além disso, é importante incentivar a participação de jovens na produção de conteúdos sobre saúde, para que se tornem agentes multiplicadores de informação e promotores de uma cultura de inclusão e respeito.

A realização deste trabalho além de nos proporcionar um conhecimento maior sobre o assunto, abriu portas para novas oportunidades como apresentar o resumo expandido inicial do nosso projeto para mídia sociais no 1º Seminário Paraibano sobre Hanseníase, que consistiu em uma mostra de produtos realizados por estudantes da UFPB, onde tivemos contato com diversos profissionais e pesquisadores da área da saúde.

## REFERÊNCIAS

ALVES, B. / O. / 26/01 – **Dia Nacional de Combate e Prevenção da Hanseníase e Dia Mundial Contra a Hanseníase**. Disponível em: <<https://bvsms.saude.gov.br/26-01-dia-nacional-de-combate-e-prevencao-da-hanseniase-e-dia-mundial-contra-a-hanseniase/>>. Acesso em: 25 mar. 2024.

ARAÚJO Inesita Soares; CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

BACCIN, Alciane. A narrativa longform em reportagens hipermídia. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 14 n. 1. jan a jun 2017.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, John. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2013, p. 33-54. Disponível em: <http://migre.me/hUrFq>. Acesso em: 07 set. 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Hanseníase e Direitos Humanos: direitos e deveres dos usuários do SUS**. Brasília: Ministério da Saúde, 2008.

CANAVILHAS, João; STUFF, Ivan. Org(s). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: LabCom, 2015.

ESPÍRITO SANTO. Secretaria da Saúde. **Janeiro Roxo: mês de enfrentamento à hanseníase**. Secretaria da Saúde do Estado do Espírito Santo, Vitória, ES, jan. 2024. Disponível em: <https://saude.es.gov.br/janeiro-roxo-mes-de-enfrentamento-a-hanseniase>. Acesso em: 22 mar. 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: Uso das tecnologias moveis digitais e a reconiguração das rotinas de produção na reportagem de campo**. Tese de Doutorado, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Brasil, 2013.