

## **Jornalismo para promoção da Saúde no Instagram: um relato de experiência do Projeto @ComSaúde UFPB<sup>1</sup>**

Janinne Vivian Paiva da SILVA<sup>2</sup>  
Manoel Victor Freire DOMINGO<sup>3</sup>  
Ana Rebeca Soares de OLIVEIRA<sup>4</sup>  
Marcelo Rodrigo da SILVA<sup>5</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### **RESUMO**

Este relato de experiência tem o objetivo de apresentar a atividade de produção jornalística audiovisual para redes sociais digitais, especialmente no Instagram, pelo projeto Comunicação e Saúde da Universidade Federal da Paraíba (ComSaúde UFPB). O projeto tomou como base estudos sobre produção jornalística multiplataforma e concentrou seus esforços na campanha “Janeiro Roxo”, dedicada à conscientização sobre a hanseníase. Como resultado, até a produção deste relato de experiência, o vídeo havia alcançado 1.820 visualizações, 35 curtidas e 10 comentários na referida plataforma.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo multiplataforma; saúde; hanseníase; janeiro roxo; Instagram.

### **INTRODUÇÃO**

Este relato de experiência tem o objetivo de apresentar a atividade de produção jornalística audiovisual para redes sociais digitais, especialmente no *Instagram*, pelo projeto Comunicação e Saúde da Universidade Federal da Paraíba (ComSaúde UFPB). A atividade foi desenvolvida em dezembro de 2023 e foi uma iniciativa de extensão da disciplina Jornalismo Multiplataforma I, no curso de Jornalismo da UFPB, campus João Pessoa.

O projeto ComSaúde UFPB tem o objetivo de conscientizar o público sobre temas relevantes da saúde através da produção de conteúdos audiovisuais em multiplataformas, de acordo com o calendário anual de campanhas do Ministério da Saúde. A atividade de produção audiovisual foi realizada em parceria com o projeto Espaço Experimental e 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: [vivianjaninne@gmail.com](mailto:vivianjaninne@gmail.com).

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

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

<sup>5</sup> Professor do curso de graduação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: [prof.marcelorodrigo@gmail.com](mailto:prof.marcelorodrigo@gmail.com).

disciplina de Laboratório de Radiojornalismo concentrou seus esforços na campanha “Janeiro Roxo”, dedicada à conscientização sobre a hanseníase e veiculada no formato de *Reels* do *Instagram* no dia 22 de dezembro de 2023.

Ao desmistificar mitos e promover a informação correta sobre a hanseníase, contribuímos para melhorar a qualidade de vida dos pacientes, reduzir o sofrimento causado pelo estigma e auxiliar na promoção da saúde pública. Dito isso, a conscientização da população sobre a hanseníase contribui para a construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e liberta de preconceitos.

## MATERIAIS E MÉTODOS

A primeira etapa do projeto consistiu em uma pesquisa profunda sobre a doença. Mergulhamos em livros, artigos, vídeos e reportagens veiculadas em plataformas de áudio, bem como redes sociais, buscando entender os diferentes aspectos da doença, desde seus sintomas e formas de tratamento nas mídias, até o impacto social e psicológico que ela causa nas pessoas afetadas.

Em paralelo, participamos de reuniões com a equipe do projeto, composta por alunos de diferentes semestres do curso de Jornalismo e coordenadas pelos professores Marcelo Rodrigo e Patrícia Monteiro. Nessas reuniões, debatemos ideias para os vídeos, definimos o roteiro, dividimos tarefas e planejamos a produção audiovisual.

A etapa de produção foi a mais dinâmica e empolgante do projeto. Captamos imagens no estúdio de rádio para ilustrar o formato *videocast*, que se traduziu pelo formato de *takes* de gravações em forma de bastidores entre o entrevistado e o entrevistador. Nele, duas alunas da UFPB interpretaram personagens: uma médica e uma *videocaster*. Elas estão em uma sala com microfones, simulando um estúdio de *podcast*. A cena foi supervisionada pelos docentes responsáveis pelo projeto.

A personagem médica, com jaleco branco, inicia a conversa explicando o que é a hanseníase, uma doença infecciosa causada por uma bactéria. Ela destaca que a hanseníase não é contagiosa da forma como muitos pensam e que o diagnóstico precoce é fundamental para o tratamento eficaz. Já a personagem *podcaster*, com um tom informal e perguntas instigantes, interage com a médica, buscando desmistificar mitos e crenças errôneas sobre a doença. A médica responde de maneira clara e objetiva, utilizando linguagem acessível ao público.

Ademais, o vídeo apresenta imagens ilustrativas e animações para complementar as explicações da médica, tornando o conteúdo mais dinâmico e compreensível. E a edição final foi um processo criativo e desafiador, no qual buscamos combinar as imagens, sons e entrevistas de forma clara, informativa e, ao mesmo tempo, envolvente.

Em consonância, usamos a *hashtag* #pracegover na legenda da publicação, fato esse que demonstra a preocupação dos autores com a acessibilidade. A descrição do cenário, dos personagens e das ações contribui para que pessoas com deficiência visual pudessem compreender o conteúdo.

Um dos maiores desafios que enfrentamos foi encontrar uma linguagem acessível e engajadora para abordar um tema tão complexo e com preconceitos enraizados na sociedade. Buscamos utilizar termos simples e evitar jargões técnicos, sem deixar de lado a qualidade e a precisão das informações. Outro desafio foi lidar com o estigma social associado à doença. Para combater esse problema, optamos por utilizar uma linguagem positiva e humanizada, destacando a importância do diagnóstico precoce e do tratamento adequado.

## RESULTADOS

Os vídeos produzidos pelo projeto ComSaúde UFPB foram publicados nos *Reels* do perfil @comsaude.ufpb no *Instagram* e alcançaram um público significativo. As postagens receberam 1.820 mil visualizações até a produção deste relato de experiência, 35 curtidas e 10 comentários, demonstrando o interesse do público em aprender mais sobre o assunto. Através dos comentários, pudemos perceber que os vídeos conscientizaram as pessoas sobre a doença, desmistificaram informações erradas e incentivaram a busca por informações confiáveis.

Além disso, os primeiros resultados foram apresentados também em forma de relato de experiência no I Seminário Paraibano de Hanseníase, promovido pelo projeto de extensão “Educação Permanente em Saúde: Implementando a Vigilância Epidemiológica dos Casos de Hanseníase na Região Metropolitana de João Pessoa (EPVIP), com o apoio do Núcleo de Estudos em Saúde Coletiva (NESC) e da Secretaria de Estado da Saúde da Paraíba (SES-PB). O evento aconteceu no período de 29 de fevereiro a 1 de março de 2024.

A iniciativa foi dedicada à disseminação de conhecimentos e experiências acerca da hanseníase. O seminário foi uma oportunidade também para aproximar os campos da saúde e do jornalismo na perspectiva de pensar mecanismos e oportunidades de pesquisa e produção de conteúdos que otimizem o trabalho de combate e conscientização do público sobre diversas doenças. Foi um espaço de troca de experiências e estabelecimento de parcerias futuras.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a produção do trabalho, foi levado em consideração o poder que o jornalismo tem de influenciar os indivíduos (ou grupos) a adotar ou a sustentar uma prática comportamental ou uma mudança política capaz de melhorar os resultados de saúde (SCHIAVO, 2014). Além disso, foram consideradas as discussões contemporâneas sobre a cultura da convergência, conceituada por Jenkins (2009). Segundo o autor, convergência é um termo que traduz 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” (JENKINS, 2009, p. 29).

O cenário de convergência também estimulou a multiplataformização do Jornalismo, na medida em que são crescentes as produções que utilizam os espaços das diversas plataformas de redes sociais digitais para veicular seus conteúdos.

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, 2014, p. 14).

Segundo Canavilhas & Stuff (2015), com a emergência dos dispositivos móveis, os hábitos de consumo alteraram-se e passaram a ter mais períodos nobres, embora tenham também o seu pico de utilização no final do dia: esta constatação remete-nos para um ambiente de consumo individual, o que abre novas possibilidades. Esse cenário configuraria o que se chama quarta e quinta geração do jornalismo online (BARBOSA, 2013, SILVA, 2013).

Na quarta geração, os dados serviram de sustentação para as práticas jornalísticas de produção, edição, formato de produtos, criação de conteúdos, construção de narrativas jornalísticas hiperfídia e experimentação com novos gêneros jornalísticos. Foi nessa fase que as narrativas hiperfídia surgiram, tendo como sustentação a base de dados e a integração do hipertexto, da hiperfídia e da interação. Todavia, foi na quinta geração que a base de dados tornou-se ainda mais presente no processo de estruturação do jornalismo na web, pois foi quando se ampliaram as formas narrativas do Jornalismo Guiado por Dados ou Data Journalism [...] e as mídias móveis surgiram como agentes impulsionadores da inovação. (BACCIN, 2017, p. 92)

A partir desses preceitos, foram estudadas as melhores linguagens para o desenvolvimento do conteúdo jornalístico direcionado para a plataforma *Instagram*, levando em consideração as características mais comuns utilizadas nesse ambiente, com a intenção de tornar a abordagem do tema mais atrativo e dinâmico, mesmo mantendo a seriedade e compromisso com a temática.

## CONCLUSÃO

Minha jornada como aluna de jornalismo no ComSaúde UFPB foi enriquecedora em diversos aspectos. Desde o início, me senti desafiada e motivada a contribuir para a produção de conteúdo informativo, engajador e descomplicado sobre a hanseníase, uma doença ainda cercada de estigma e desinformação. Foi uma experiência transformadora. Além de aprofundar meus conhecimentos sobre a hanseníase, desenvolvi minhas habilidades em pesquisa, produção audiovisual, trabalho em equipe e comunicação.

Aprendi a importância de utilizar a comunicação como ferramenta de conscientização e empoderamento da sociedade. O projeto me sensibilizou para a necessidade de combater o estigma social e promover a inclusão de pessoas com diagnóstico de hanseníase.

Acredito que o projeto ComSaúde UFPB é um exemplo de como a comunicação pode ser utilizada para promover a saúde e o bem-estar da sociedade. Através da produção de conteúdo informativo e engajador, o projeto contribuiu para desmistificar informações erradas sobre a doença, combater preconceitos e incentivar o diagnóstico precoce.

Nesse contexto, o *Instagram*, com sua linguagem mais jovial, dinâmica e marcada pela linguagem do entretenimento, torna-se um palco ideal para combater o estigma ligado à hanseníase. Vídeos desmistificadores, utilizando linguagem simples e acessível,

podem alcançar um público amplo e diverso, especialmente os jovens, frequentemente mais engajados com a plataforma.

Por meio de vídeos informativos e cativantes, podemos desmistificar crenças errôneas, esclarecer que a hanseníase não é contagiosa pelo toque, que o tratamento é eficaz e gratuito, e que a cura é possível. Outrossim, podemos combater a discriminação, mostrar histórias reais de pessoas que superaram a doença, promover o diagnóstico precoce, alertar para os sinais e sintomas da hanseníase, e incentivar a busca por ajuda médica imediata.

Ainda, podemos educar e conscientizar a população sobre a doença, divulgar informações precisas sobre seus sintomas, formas de transmissão e tratamento, e empoderar pacientes e familiares, oferecendo informações e apoio para que pessoas afetadas pela hanseníase possam ter seus direitos assegurados e viver com dignidade. A experiência que vivi como aluna de jornalismo nesse projeto foi motivadora e me inspirou a continuar utilizando minhas habilidades em comunicação para fazer a diferença no mundo.

## REFERÊNCIAS

BACCIN, Alciane. A narrativa longform em reportagens hipermédia. 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.

CANAVILHAS João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet. In: CANAVILHAS, J.; FIDALGO, A. (Org.) **Comunicação Digital: 10 anos de investigação**, Covilhã: Livros LabCom, 2014.

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

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 20089

SCHIAVO, Renata. **Health Communication, from theory to practice**. São Francisco: Jossey-Bass Public Health, 2014.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Natal/RN - 08 a 10/05/2024

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