

# MIGRAÇÕES, CIDADANIA E SAÚDE PÚBLICA: POR UM OLHAR CULTURAL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

*MIGRATION, CITIZENSHIP AND PUBLIC HEALTH: A CULTURAL VIEW OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION*

*MIGRACIONES, CIUDADANÍA Y SALUD PÚBLICA: POR UNA MIRADA CULTURAL DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*

*Original recebido em: 29 de julho de 2024*

*Aceito para publicação em: 03 de setembro de 2024*

*Publicado em: 18 de novembro de 2024*

Rafael Foletto

A lista completa com informações dos autores está no final do artigo ·

## RESUMO

Este trabalho parte das teorias da comunicação organizacional (Kunsch, 2016) para empreender uma proposta de inter-relação com a noção de cidadania comunicativa (Mata, 2005, 2009), com o intuito de pensar a etapa do planejamento estratégico da comunicação (Santos, 2010, 2022) em sintonia com as demandas dos públicos com os quais se deseja dialogar, de modo a desenvolver, por exemplo, campanhas de saúde pública, que produzam conteúdos em proximidade com as demandas de públicos que estão à margem da sociedade, como é o caso de migrantes e refugiados. Assim, com base na pesquisa epistemológica, na pesquisa histórica da comunicação e na problemática da cultura, dialoga-se com Armand e Michèle Mattelart (2004, 2010), para compreender a comunicação como espaço de produção de conhecimentos sobre a sociedade. Ainda, por meio desse movimento teórico-metodológico, observa-se a potencialidade do saber comunicacional para a indução e o acesso a políticas públicas.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional; Planejamento Estratégico da Comunicação; Cidadania Comunicativa; Campanhas Públicas de Saúde; Migrantes e Refugiados.

## ABSTRACT

This paper draws on theories of organizational communication (Kunsch, 2016) to propose an interrelationship with the notion of communicative citizenship (Mata, 2005, 2009), with the aim of thinking about the stage of strategic communication planning (Santos, 2010, 2022) in line with the demands of the audiences with whom we wish to dialogue, in order to develop, for example, public health campaigns that produce content that is close to the demands of audiences on the margins of society, such as migrants and refugees. Thus, based on epistemological research, historical research into communication and the problem of culture, we dialogued with Armand and Michèle Mattelart (2004, 2010) to understand communication as a space for producing knowledge about society. Furthermore, through this theoretical-methodological movement, the potential of communicational knowledge for inducing and accessing public policies is observed.

**Keywords:** Organizational Communication; Strategic Communication Planning; Communicative Citizenship; Public Health Campaigns; Migrants and Refugees.

## RESUMEN

Este trabalho parte de las teorías de la comunicación organizacional (Kunsch, 2016) para construir una propuesta de interrelación con la noción de ciudadanía comunicativa (Mata, 2005, 2009), con el objetivo de pensar la planificación estratégica de la comunicación (Santos, 2022, 2010) en sintonía con las demandas de los públicos con los cuales se desea dialogar, para desarrollar, por ejemplo, campañas de salud pública, que produzcan contenidos en proximidad con los deseos de públicos que están en el margen de la sociedad, como es el caso de migrantes y refugiados. Así, con base en la investigación epistemológica, en la investigación histórica de la comunicación y en la problemática de la cultura, se dialoga con Armand y Michèle Mattelart (2004, 2010), para comprender la comunicación como espacio de producción de conocimientos sobre la sociedad. Con ese movimiento teórico y metodológico, se observa la potencialidad del saber comunicacional para la construcción de políticas públicas.

**Palabras-clave:** Comunicación Organizacional; Planificación Estratégica de la Comunicación; Ciudadanía Comunicativa; Campañas Públicas de Salud; Migrantes y Refugiados.

## 1. INTRODUÇÃO

A partir de aspectos contextuais contemporâneos da inter-relação comunicação e saúde, como é o caso das recentes ondas migratórias, desenvolve-se a pesquisa intitulada "Fluxos Migratórios e Saúde Pública: Indicadores de Avaliação para Qualificar as Informações e o Planejamento de Campanhas Comunicacionais", realizada no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com apoio do Laboratório de Inovação Tecnológica em Saúde (Lais-UFRN), pois se observa que a presença de imigrantes, solicitantes de refúgio e refugiados no Brasil cresceu de forma bastante significativa nos últimos anos, destacando-se, por exemplo, o aumento no ingresso de venezuelanos.

Trata-se de uma população diversa e que chega de diferentes origens geográficas, sociais, culturais, entre outros aspectos. Sendo assim, a partir da pesquisa, busca-se pensar em questões importantes desse contexto, como os aspectos relacionados ao acesso aos serviços públicos de saúde por parte da população imigrante. Compreende-se que é necessário avançar nessa temática, para interpretar as diferentes nuances do acesso à saúde por parte da população migrante e refugiada, pois o fenômeno migratório se configura além dos dados estatísticos, uma vez que também geram dinâmicas perceptivas e construções simbólicas (Fernandez, 2023).

Nesse âmbito, observa-se a comunicação como espaço de exercício de criatividade e de saberes, pelo qual é possível diversificar saberes e as escalas de identificação, análise e avaliação das práticas, como é o caso da comunicação organizacional, que deve ser elaborada com foco em atender os públicos e suas particularidades. Nesse sentido, debater sobre a relação entre o campo da comunicação, a questão da mobilidade humana e da saúde pública é essencial para a sociedade, uma vez que o campo da comunicação se apresenta como uma dimensão essencial da experiência presente (Silverstone, 2014). Nesse sentido, observa-se a importância dos meios de comunicação no contexto da saúde, ressaltando a capacidade dos meios e dos sujeitos como produtores e difusores de conteúdos relevantes para essa questão. Ou seja, a área da comunicação possui centralidade em tais debates, pela amplitude que a sua produção ocupa na sociedade contemporânea. Pois, atualmente, a comunicação atingiu significativos níveis de avanços tecnológicos, penetração social, organização sistêmica e poder simbólico (Mattelart, 2008). Desta forma, tem-se a necessidade de compreender de maneira aprofundada o sistema socioeconômico e o poder da mídia no campo da comunicação social.

Desse modo, considera-se que uma contribuição para os estudos de comunicação na interface com a saúde passa não apenas por discussões teóricas ou conceituais, mas também por questões de ordem prática, no sentido de pensar e desenvolver conteúdos e investigações relacionados à atenção à saúde, principalmente ao problematizar as possibilidades de planejamento estratégico de comunicação de materiais a serem disponibilizados para diferentes grupos sociais. Nesse sentido, pode-se analisar práticas comunicativas de saúde pública para, assim, projetar estratégias comunicacionais de acordo com as demandas desses sujeitos. Ainda, pensa-se que esses elementos podem fomentar não apenas a elaboração de campanhas de saúde pública em sintonia com as demandas dos públicos envolvidos, mas também outras estratégias que igualmente possibilitem o planejamento de conteúdos para cursos e o suporte para criar outros projetos de pesquisa e extensão.

Enfim, para entender de forma plural os fenômenos comunicacionais das diversas classes, grupos, comunidades e sujeitos, como é o caso de migrantes refugiados, acredita-se que um caminho propício é a construção de problemáticas relacionadas ao saber acumulado. Um caminho traçado por Mattelart para selecionar “fundamentos, categorias, redes conceituais, problemas, perguntas e experiências de investigação que aprofundam e ampliam os saberes em comunicação social” (Maldonado, 2000, p. 11).

Na sequência, apresentam-se os caminhos e as descobertas a partir de três linhas do pensamento de Armand e Michèle Mattelart (2004, 2010), que contribuem para o

desenvolvimento de processualidades de diálogo com os conhecimentos do campo da comunicação, a saber: a epistemológica, a pesquisa histórica da comunicação e a problemática da cultura (Maldonado, 2000). Pensa-se que esse diálogo com as propostas teórico-metodológicas de Mattelart permite a análise de investigações anteriores da área para além das técnicas de pesquisa, de modo a aprofundar o saber comunicacional como elemento central das discussões.

Portanto, com base na revisão teórica e epistemológica do conhecimento do campo, busca-se pensar em estratégias eficazes para a formulação de futuras ações comunicacionais relacionadas a migrantes e refugiados, ancoradas na perspectiva cultural, que coloca em evidência os saberes, sentidos, comportamentos e visões de mundo dos sujeitos e sujeitas, que devem ser compreendidos pelos comunicólogos.

## **2. LINHAS METODOLÓGICAS PARA PENSAR COM O SABER ACUMULADO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO: PESQUISA TEÓRICA E EPISTEMOLÓGICA**

Entende-se que a metodologia deve ser pensada como instância que constrói caminhos, definindo planos, sistematizações, operacionalizações, testes, explorações, observações, experimentações, estratégias e táticas que, no caso da ciência, tem por objetivo produzir conhecimento sobre fenômenos e processos do cosmos (Maldonado, 2002).

Assim sendo, por meio da inter-relação entre comunicação e saúde, compreende-se a relevância de analisar perspectivas teóricas na interface comunicação e saúde para projetar estratégias comunicacionais de acordo com as demandas dos distintos sujeitos, como migrantes e refugiados. Para tanto, realizaram-se, em diálogo com a vertente Mattelart, duas processualidades de pesquisa teórica e epistemológica, as quais são apresentadas na sequência.

A primeira consiste na pesquisa da pesquisa. Para tanto, realizaram-se dois movimentos, em março e abril de 2023. O primeiro foi realizado em plataformas de pesquisa, como Google Acadêmico e espaços de pesquisa da área da Comunicação (Intercom, Compós e SBPJor), o que resultou em 39 artigos encontrados relacionados à temática da pesquisa. Já o segundo se deu em espaços de banco de dados de artigos científicos como Scielo e Web of Science, nos quais foram encontrados 91 artigos.

Nessa primeira processualidade metodológica, visualizou-se uma predileção por estudos bibliográficos, documentais ou de revisão integrativa. Ainda, observou-se a ocorrência

de pesquisas sobre avaliação e otimização de campanhas de saúde sugerindo, inclusive, pesquisas colaborativas com grupos sociais, no caso, com povos indígenas.

Em termos de panorama da produção científica da área da comunicação sobre a temática da saúde, o Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) se destaca como o espaço com mais trabalhos publicados no período analisado, com 32 artigos, seguido do Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), com quatro textos, e pelo evento da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), com três produções. Acredita-se que essa distribuição se justifica pela dimensão e especificidade de cada um desses eventos acadêmicos. O Intercom é um encontro nacional aberto tanto para a estudantes de graduação e pós-graduação, quanto para professores e profissionais da área; já o Compós é específico para integrantes dos programas de pós-graduação e, por seu turno, a SBPJor tem enfoque na pesquisa em Jornalismo.

Desse modo, na análise dos congressos na área da comunicação, percebeu-se uma prevalência de temas relacionados à Covid-19, como o tratamento informativo das notícias relacionadas à pandemia e a problematização da desinformação e das *fake news* em relação à temática da saúde. Compreende-se que esse foco apresentado pelas pesquisas analisadas condiz com a necessidade de compreender uma realidade nova, pois se trata de um momento de emergência sanitária, que acarreta outras questões sociais, econômicas e culturais, produzindo outras dinâmicas na sociedade, inclusive no próprio Jornalismo, que precisou construir uma cobertura do acontecimento seguindo as determinações de distanciamento social, por exemplo. Enfim, acrescenta-se a isso acontecimentos recentes, como a ampliação de fluxos migratórios e o contexto da pandemia no novo Coronavírus, em 2019, de modo que a interface comunicação e saúde alcance ainda mais relevância, trazendo a necessidade da construção de novos estudos.

Sobre a questão das migrações, sobressai-se a análise da cobertura midiática sobre o tema, principalmente em relação ao recente fluxo de venezuelanos no Brasil, pois a presença desses imigrantes solicitando refúgio cresceu de forma bastante significativa nos últimos anos. Diante desse cenário, em países multiculturais como o Brasil, é difícil imaginar uma comunidade sem imigrantes. Mas, a integração social e econômica de estrangeiros nem sempre é simples. Acredita-se que a compreensão da importância da mídia na aquisição de conhecimentos, seja para fortalecimento de valores, direitos, redução de vulnerabilidades, diversidade da representação ou para reforço de crenças, tabus, mitos e estereótipos sobre a imigração aponta para a relevância das pesquisas analisadas, uma vez que se tem observado o crescimento dos índices migratórios nos últimos anos no Brasil. Isso ocorre à medida que se

reflete sobre temas emergentes relacionadas às migrações, como a questão de gênero e a acessibilidade, o que demonstra uma dinâmica de busca por novos objetivos e recortes para pensar a questão das ondas migratórias no Brasil. Assim, de modo geral, ainda são poucos os trabalhos no campo da comunicação sobre comunicação e saúde relacionados a migrantes e refugiados.

Contudo, há algumas pesquisas sobre análise e avaliação de campanhas de saúde sobre DSTs que apresentam bons indicadores e análises para pensar essa temática, incluindo uma diversidade de dispositivos midiáticos. Por intermédio dessas pesquisas sobre indicadores e avaliação de campanhas públicas, compreende-se a importância de incluir no planejamento dessas ações, as possibilidades de incidência espontânea do conteúdo na mídia, por meio de linguagens e produções que possam não apenas gerar conteúdos midiáticos, como também desdobramentos em espaços públicos, de modo a ganhar ressonância em outros espaços midiáticos, como em entrevistas e em matérias jornalísticas. O aumento do volume de mídia espontânea em uma determinada campanha nacional pública de prevenção e tratamento da sífilis, por exemplo, demonstrou que, além da expansão da mídia espontânea em comparação com outros anos, houve também o crescimento da qualidade dessa cobertura midiática (Pinto *et al.*, 2021).

Pensa-se que esse movimento contribui para a elaboração de questionamentos que trazem a observação de novos aspectos do problema pesquisado; no caso, pode-se qualificar o atendimento ao público, no intuito de planejar e desenvolver estratégias de campanhas de saúde pública que dialoguem de maneira mais próxima e eficaz com determinado setor da sociedade. Ainda, compreende-se essa perspectiva metodológica dialoga com o pensamento de Mattelart, ao buscar as contribuições do conhecimento, das ideias, das estratégias, das comunidades de pensamento e dos modelos conceituais e de procedimentos desenvolvidos para pensar o campo da comunicação, no caso, em sua interface com a área da saúde.

Por fim, a segunda processualidade de pesquisa teórica consiste em um esforço processual de análise, problematização, construção e desconstrução de "ideias, trajetórias, conceitos, utopias, teorias, fundamentos, paradigmas, escolas, comunidades e autores no contexto internacional da comunicação" (Maldonado, 2000). Ou seja, diz respeito à construção das dimensões teóricas para compreender o contexto da pesquisa, no caso, trata-se do diálogo com duas perspectivas bibliográficas, a primeira é comunicação organizacional, que envolve planejamento e estratégias de comunicação, já a segunda é a cidadania comunicativa, que promove informações dialógicas e acessíveis. É nesse sentido, por meio da leitura e da

problematização dessas teorias, que se compreende que o planejamento estratégico é um recurso para pensar a comunicação de forma ampla, tendo por base as informações organizacionais e o cenário social, de modo a compreender os fenômenos existentes e suas distintas imbricações, bem como as possíveis adequações e mudanças nos fluxos e produtos comunicacionais.

Esse ponto de vista metodológico procura pôr em perspectiva conceitos e abordagens que ficariam incompletos se ancorados em único ponto dos processos de construção do conhecimento. Ainda, compreende-se que a construção crítica e reflexiva do saber possibilita um desenvolvimento mais amplo dos conceitos e olhares sobre questões, epistemológicas e teorias, longe das correntes especulativas, abstratas e formais, propondo uma multilética que combina práxis teórica e empírica no processo heurístico das descobertas, fabricações e formulações de conhecimento (Maldonado, 2008).

A partir dessa contextualização, busca-se e problematiza-se referências em comunicação organizacional 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 teórica, pensar a importância da comunicação organizacional para a saúde, no planejamento, construção e disseminação de informações relevantes sob a ótica dos públicos que a envolvem. Trata-se do esforço de examinar a literatura para analisar o impacto do planejamento estratégico de comunicação no desenvolvimento de conteúdos de saúde, 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 deficiências nos processos de informação.

Com base nessas discussões, busca-se uma perspectiva histórica e epistemológica da área da comunicação organizacional. Assim, observa-se nos trabalhos de Santos (2010, 2022) 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 contribuísse 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

objetivou criar uma matriz metodológica de identificação, baseada em investigações reconhecidas internacionalmente, a saber, Juan Díaz Bordenave e Horácio 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, desenvolvida 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 e nortear os planos e táticas de comunicação para que a organização alcance os resultados e dialogue 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 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.

Entende-se que as perspectivas de Santos (2010, 2022) 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 econômico no qual as organizações estão inseridas.

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 (2010, 2022), e a forma como essa reflexão pode contribuir tanto para a pesquisa como para a prática.

Com base nesse segundo movimento metodológico, compreende-se a necessidade de problematizar a comunicação organizacional (concepções e práticas) para superar um mero uso instrumental, de apenas gerar mais valor à imagem da organização, por exemplo. É nessa direção que se pode produzir caminhos mais criativos para a humanidade, em consonância com o enfrentamento dos problemas sociais, de modo a promover uma inclusão social, bem como um maior entendimento dos diferentes sujeitos envolvidos. Para tanto, torna-se relevante a construção de concepções de conhecimento da realidade em que o todo não apenas contém as partes, mas estas estão presentes no todo, de modo a repensar os significados das práticas econômicas, que podem trazer a possibilidade de se construir futuros alternativos ao sistema capitalista.

Nesse sentido, Peruzzo (2017), atenta para o fato de que a comunicação permeia todos os processos de conscientização-organização-ação populares, não apenas pela efetivação de canais para circulação da informação trazidos pelas tecnologias, mas, principalmente, pelo diálogo, por suas formas interpessoais e grupais por meio dos quais se desenvolve práxis coletivizada, a participação ativa, e estabelecem-se laços e novos sentidos de partilha, favoráveis ao desenvolvimento humano e das comunidades.

Enfim, observa-se a comunicação organizacional como um processo contínuo e dinâmico, que direciona a constituição de objetivos, políticas, posicionamentos, metas, ações e estratégias. Então, por intermédio dessa processualidade comunicacional, tem-se, por exemplo, a possibilidade de não apenas pensar na 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.

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 à 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, 2002). Enfim,

observa-se a necessidade de desenvolver, no âmbito do campo da Comunicação, a relação entre a teoria e os fenômenos concretos.

Compreende-se que a abordagem metodológica se constrói a cada deslocamento, estando em constante processo de criação e reformulação. Sendo assim, a partir do caminho trilhado sobre as processualidades de pesquisa em comunicação, sobretudo, por meio dos movimentos de pesquisa desenvolvidos por Mattelart, compreende-se a necessidade de montar de um arranjo metodológico próprio, com a finalidade de apreender as várias dimensões do objeto em relação à problemática da pesquisa.

### **3. UMA LINHA CULTURAL PENSAR A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: A ARTICULAÇÃO ENTRE COMUNICAÇÃO, SAÚDE E CIDADANIA**

A presença de imigrantes, solicitantes de refúgio e refugiados no Brasil cresceu de forma bastante significativa nos últimos anos. Da mesma forma, esse fluxo se diversificou, abrangendo diferentes regiões do mundo. Diante desse cenário, uma dimensão comunicacional da cidadania vem à tona, pois a diversidade cultural coloca em cena distintas lógicas narrativas e, assim, tem-se a necessidade de realizar uma negociação constante dessas narrativas, entrando na lógica do outro.

Nessas ondas migratórias, nota-se a proposição de diversas iniciativas de acolhimento a imigrantes e refugiados, mesmo em meio à disseminação de notícias falsas em relação aos estrangeiros, que passam a ideia de que os imigrantes vão ter acesso a políticas públicas (educação, saúde, etc.) que os nativos não têm, de forma que, muitas vezes, possa estimular a xenofobia e rejeição aos migrantes. Por isso, é importante de conhecer e analisar iniciativas propositivas, que buscam abrir espaços para que as organizações tenham efetividade na proteção dos imigrantes, o que passa pelo desenvolvimento de campanhas de interesse público.

A articulação dos domínios da saúde, comunicação e cultura, colocam novos paradigmas no campo da prevenção, informação e literacia em saúde, revelando-se fundamentais para melhorar a adesão, a relação e a qualidade das práticas clínicas e a compreensão dos determinantes e comportamentos de saúde, para o desenvolvimento de cuidados de saúde social e culturalmente adaptados, para promover competências comunicacionais e interculturais, para favorecer a qualidade do funcionamento das organizações de saúde e para a definição de políticas de saúde (Pereira Ramos, 2020, p. 41).

Trata-se de iniciativas que visam promover o diálogo com o público, para identificar os conteúdos que desejam e os canais de preferência para recebê-los, bem como para avaliar os meios e conteúdos já existentes, de modo a qualificá-los para que possam ser realizados com

uma linguagem e com um conteúdo mais próximo ao desejado pelos sujeitos envolvidos nesse processo. Assim sendo, observa-se que a dimensão da cultura, proposta por Armand e Michèle Mattelart (2010), possibilita compreender o caráter plural da inter-relação entre os sujeitos e os conteúdos midiáticos. Assim, é preciso pensar que esse movimento resulta na emergência de novas dinâmicas de participação dos sujeitos não apenas no cotidiano das sociedades, como também na produção de conteúdos comunicacionais, que não acontece apenas nos meios, mas também é desenvolvido pelos próprios sujeitos.

Nesse sentido, observa-se que a noção de cidadania comunicativa se mostra instigante, por considerar as competências dos interlocutores enquanto leitores, colaboradores e fruidores, trata-se de “un particular agrupamiento social que se produce a partir de la interacción individual con un conjunto de interpelaciones mediáticas y que confiere rasgos identitarios según el modo en que ellas se experimentan” (Mata *et al.*, 2009, p. 184).

A dimensão dos sujeitos possibilita compreender o caráter plural da inter-relação entre os sujeitos e os produtos midiáticos. Dito de outro modo, significa que não se pode apenas afirmar que há outras condições comunicativas, políticas, sociais e culturais nas sociedades contemporâneas, mas também é preciso pensar que essas mudanças resultam na emergência de novos atores sociais e novas dinâmicas de participação dos sujeitos no cotidiano de seus países. Tais articulações aparecem marcadas, sobretudo, pela questão de conceber os sujeitos não apenas como reivindicadores de direitos, mas também como produtores de demandas por direitos mais amplos, como o de Comunicação.

Diante disso, a noção de cidadania comunicativa assume um papel relevante para pensar as dinâmicas e processos sociais contemporâneos. Também marca a ruptura de visões instrumentais sobre a comunicação, de maneira a assumir o campo das mídias como um cenário de lutas e disputas não apenas por visibilidade, mas também por direitos e controle dos processos decisórios nos espaços públicos, buscando não apenas demandar, mas também propor, dar visibilidade e marcar os seus pensamentos, concepções, compreensões e visões dos processos contemporâneos. Nesse sentido, assume-se um papel ativo dos sujeitos nos processos comunicacionais, incidindo, atrelando e imbricando os papéis de consumidor e produtor de conteúdo. Assim, observa-se a necessidade de analisar a questão da cidadania pelo prisma dos sujeitos, pois é por meio dos agires, saberes e fazeres dos atores sociais que estruturam e dinamizam esse conceito enquanto prática social.

De acordo com Mata *et al.* (2005), a cidadania comunicativa pode ser entendida como o reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito e demanda, no âmbito da comunicação

pública, e no exercício desse direito. Implica, também, o desenvolvimento de práticas que contribuam para a garantia dos direitos junto ao campo da comunicação. Desse modo, pensa-se que essa proposta teórica pode fomentar não apenas a elaboração de campanhas de saúde pública em sintonia com as demandas dos públicos envolvidos, mas também outras estratégias que igualmente possibilitam qualificar essas ações, como o planejamento de conteúdos para cursos e o suporte para criar outros projetos de pesquisa e extensão. Isso possibilita pensar o tema da relação entre comunicação, educação e saúde, pois, como observa Soares (2011, p. 15), “é um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os segmentos humanos”, no qual a comunicação se constitui como o elemento central nos processos educativos.

O conceito de Educomunicação institui um conjunto de práticas voltadas para a formação de espaços educativos, mediados por processos tecnológicos da informação, e tem como objetivo ampliar formas de expressão dos membros das comunidades, bem como a melhoria do nível comunicativo das ações educativas, tendo como meta o pleno desenvolvimento da cidadania (Freitas, 2015). Desse modo, a Educomunicação tem relação direta com as bases sociais e culturais, de modo a objetivar o desenvolvimento de uma “leitura crítica” das mensagens midiáticas, bem como a constituição de ações que compõem o campo da inter-relação comunicação e educação.

Contudo, o principal obstáculo encontrado nessa adaptação é a resistência às mudanças nos processos comunicacionais, principalmente pelo fato de, muitas vezes, privilegiar-se um modelo de comunicação que reproduz uma perspectiva vertical na relação entre emissor e receptor. Por isso, avançar no debate sobre o papel dos meios de comunicação na sociedade e trazer para o contexto da cultura dos sujeitos a produção de conteúdos se apresenta como o mote para visualizar a relevância dos estudos de educomunicação na interface comunicação e saúde.

Nesse sentido, torna-se possível problematizar a forma como essas questões de saúde ligadas às ondas migratórias podem ser apresentadas em estruturas, sistemas e produtos midiáticos, como ações e campanhas de saúde, bem como as consequências dessas construções em outros processos, como o do acolhimento, o da integração social e o da constituição da cidadania e da interculturalidade. Enfim, observa-se como necessárias produções midiáticas focadas em ações afirmativas e inclusivas, contribuindo para a construção de conhecimentos qualificados, ampliados e produtivos sobre a questão. Desse modo, apresentam-se como instâncias potencializadoras para o desenvolvimento de culturas comunicacionais, cidadãos e

políticas inovadoras e transformadoras. Ou seja, trata-se de desenvolver processos voltados à valorização das expressões culturais, por meio de práticas de comunicação cidadã.

No desafio de pensar em possibilidades de campanhas e ações de comunicação com foco em migrantes e refugiados, alguns elementos que fazem parte do movimento de concepção do planejamento estratégico de comunicação parecem ser importantes, tanto para pensar nas possíveis ações, quanto para estudar as melhores estratégias de comunicação e de produção de conteúdo para esse público, de modo a levar em consideração os seus elementos culturais e as suas percepções.

Santos (2022) enfatiza a importância da comunicação integrada e do contexto social e econômico no qual as organizações estão inseridas para a construção do planejamento estratégico da comunicação, o que demanda considerar as especificidades dos processos de comunicação com grupos vulneráveis, como migrantes e refugiados, a exemplo da questão da língua, da cultura, dos dispositivos midiáticos e dos formatos de mídia.

No entanto, não existe uma receita de bolo para o planejamento estratégico eficaz. 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 processo comunicacional, como é o caso de uma campanha de saúde pública. 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 contexto, Kunsch (2016) também avalia que, ao visualizar o cenário, é possível compreender as demandas necessárias para construir um planejamento estratégico adequado, ou seja, identificar as ameaças, oportunidades, forças e fraquezas. Assim, é 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.

Na trilha dessas discussões, 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. Nesse sentido, Baldissera (2001) observa que as estratégias de comunicação residem em um conjunto de decisões e métodos adotados visando dotar a comunicação de elementos eficazes para a realização de objetivos.

Nessa perspectiva, destaca-se a análise de campanhas de saúde, que contribui para dimensionar o papel da comunicação na articulação com a saúde e com a cidadania. Pois observa-se a importância de problematizar processualidades comunicacionais relacionadas à atenção à saúde de migrantes e refugiados, no sentido de investigar que conteúdos e estratégias de comunicação podem ser evidenciados nesses documentos, em sintonia com a cultura desses sujeitos.

Enfim, para além de uma discussão conceitual, pensa-se que essa trilha proposta de articulação entre comunicação, saúde e cidadania 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, por meio da produção de conteúdos comunicacionais em proximidade com a cultura dos sujeitos.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inter-relação entre comunicação e saúde ocupa um espaço significativo de problematização na produção científica na área da comunicação, a qual apresenta uma proximidade com as questões de políticas e práticas de saúde pública. Nessa perspectiva, destacam-se pesquisas empíricas com foco em campanhas e na promoção da saúde, que contribuíram para dimensionar a importância da comunicação nessas questões. Contudo, o tema ganhou uma grande expansão nos últimos anos (Araújo; Petracci, 2020), sobretudo com o surgimento de cursos de pós-graduação na área, de forma que a temática foi ganhando relevância e amplitude de produção científica, apresentando novos temas de pesquisa, desde análises da cobertura midiática sobre saúde, passando pela relação entre comunicação e desigualdade na saúde e chegando até a investigação sobre a disseminação de *fake news* sobre saúde.

Assim, propõe-se acrescentar as teorias da comunicação organizacional a essas discussões, pois acredita-se que a compreensão dos estudos de comunicação organizacional, buscando especialmente os estudos de comunicação e saúde, é fundamental para o reconhecimento da importância da mídia na aquisição de conhecimentos, seja para fortalecimento de valores, direitos, redução de vulnerabilidades, diversidade da representação ou para a quebra de crenças, tabus, mitos e estereótipos sobre a imigração.

Igualmente, tem-se a necessidade de adensar as discussões sobre ondas migratórias, no sentido de compreender a vinculação desse fenômeno com o contexto social. Para tanto, observa-se que as teorias sobre cidadania, a partir da noção de cidadania comunicativa e dos processos de educomunicação, como um caminho relevante para pensar esses processos com foco nos sujeitos, suas complexidades e multidimensionalidades socioculturais, políticas, econômicas, etc. Entende-se que essa trilha dialoga com as propostas teórico-metodológicas de Armand e Michèle Mattelart, uma vez que aprofunda e amplia os saberes em comunicação social, ao colocar em evidência a perspectiva cultural dos sujeitos.

Armand e Michèle Mattelart observavam que as empresas de comunicação necessitam inserir na sua programação matrizes culturais populares, regionais, étnicas e tribais de longa presença histórica, ou de forte significação no contexto cultural contemporâneo, como agentes que provocam o interesse dos públicos para o consumo dos seus produtos. O que também pode ser incorporado a campanhas de saúde, para que seus conteúdos sejam mais próximos e atrativos para os sujeitos.

Nesses termos, pode-se pensar, no caso, em estratégias de linguagem adequadas para dialogar com determinado grupo social, de modo a adaptar formatos, conteúdos e modelos para projetar a construção, por exemplo, de uma campanha de comunicação. Enfim, trata-se, assim, de entender esse conceito como uma referência para pensar ações, instrumentos e técnicas que melhor se adequam à construção e disseminação de informações a determinado público, o que dialoga tanto com os preceitos da comunicação organizacional, quanto da cidadania comunicativa. Entende-se que essa proposta de diálogo pode ser fundamental para aprimorar o planejamento estratégico da comunicação em ações de saúde voltadas não apenas para migrantes e refugiados, mas também de outros públicos em vulnerabilidade social, a exemplo da população negra, dos povos originários e da população privada de liberdade.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, I. S.; PETRACCI, M. Um dossiê, muitas vozes. **ALAIC**, São Paulo, v. 19, n. 35, set./dez. 2020, p. 15-28.

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

BALDISSERA, R. Estratégia, Comunicação e Relações Públicas. **Anais de XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação**. São Paulo: INTERCOM, 2001.

FERNANDEZ, A. J. P. Fronteira, migração e poder simbólico. In: Daniela Cristiane Ota; Marcos Paulo da Silva. (Org.). **Fronteiras culturais e práticas comunicativas**. Campo Grande: Editora UFMS, 2023, p. 79-104.

FREITAS, J. V. **Educomunicação**: contextualizando o processo de atribuição de sentidos e significados no delineamento do conceito. São Paulo: Revbea, 2015.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2016.

MALDONADO, A. E. Teorias Críticas da Comunicação: O pensamento de Armand Mattelart. **Revista Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, 2000.

MALDONADO, A. E. Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das ciências da comunicação. **Ciberlegenda**, São Paulo, ECA/USP: 2002. Disponível em: [www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/download/284/169](http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/download/284/169). Acesso em: 1 jun. 2024.

MALDONADO, A. E. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: Maldonado, Alberto Efendy; Bonin, Jiani; Rosário, Nísia (org.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa: Editora UFPB, 2008, p. 27-54.

MATA, M. C. et al. **Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa**. Córdoba: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2005.

MATA, M. C. et al. Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: PADILLA, Adrián e MALDONADO, Alberto Efendy. **Metodologías transformadoras**: tejiendo la Red em Comunicación, Educación, Ciudadanía e Integración em América Latina. Caracas: Fondo editorial CEPAT/UNESR, 2009.

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

MATTELART, A.; MATTELART, M. **Pensar as mídias**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

PEREIRA RAMOS, M. N. Desafios globais contemporâneos da comunicação e da saúde das populações migrantes e refugiados. **ALAIC – Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 19, n. 35, 2020, p. 38 – 49.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação popular e comunitária em práticas de desenvolvimento rural na região de Borborema, PB, Brasil. **Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo**, v. 5, 2017, p. 159-170.

PINTO, R.; VALENTIM, R.; FERNANDES DA SILVA, L.; FONTOURA DE SOUZA, G.; GÓIS, T.; PEREIRA DE OLIVEIRA, Carlos Alberto; MARQUES DOS SANTOS, M.; ESPINOSA, A.; CUNHA-OLIVEIRA, A.; KUMAR, V.; ATUN, R. Use of Interrupted Time Series Analysis in Understanding the Course of the Congenital Syphilis Epidemic in Brazil. **The Lancet Regional Health - Americas**, v. 7, 2022, p. 1-12.

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.

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

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2014.

*Rafael Foletto*

Docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Campus Frederico Westphalen. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Realizou estágio de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq-Brasil. Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional