



A PANDEMIA E OS TERRITÓRIOS: Resultados do investimento público para a comunicação comunitária em saúde nas cinco regiões brasileiras

The pandemic and territories: : results of public investment for community health communication in the five Brazilian regions

La pandemia y los territorios: resultados de la inversión pública para la comunicación comunitaria en salud en las cinco regiones brasileñas

Mariella Silva de Oliveira-Costa

Maria Fernanda Marques Fernandes

Wagner Robson Manso de Vasconcelos

Fundação Oswaldo Cruz, Gerência Regional de Brasília (Fiocruz Brasília), Assessoria de Comunicação, Brasília – DF, Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 23/12/2024

Aceito: 09/05/2025

Disponível online: 30/07/2025

Artigo ID: e2025114pt

Editoras Chefes:

Dra. Marialva Barbosa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira

Universidade Estadual do Rio de Janeiro, UERJ

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade

Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ

Editores Responsáveis pelo processo de recepção, desk review e avaliação:

Ana Paula Goulart de Andrade (UFRRJ) e

Jorge Carlos Felz Ferreira (UFJF)

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerk (português)

Felicity Clarke (Inglês)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:

OLIVEIRA-COSTA, M.S., FERNANDES, M. F.M. e VASCONCELOS, W. R. A pandemia e os territórios: Resultados do investimento público para a comunicação comunitária em saúde nas cinco regiões brasileiras. São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 48, e2025114. <https://doi.org/10.1590/1809-58442025114pt>.

Autor de contato:

*Mariella Silva de Oliveira-Costa
mariella.costa@fiocruz.br*

RESUMO:

A pesquisa sistematiza os resultados de 15 iniciativas de comunicação comunitária em saúde que receberam financiamento internacional durante a pandemia de covid-19. O estudo é qualitativo e descritivo, com coleta de dados via observação participante e pesquisa documental. Por meio de análise de conteúdo, observou-se que a rede de parceiros locais dos comunicadores comunitários foi ampliada, e a maior parte das iniciativas teve fontes locais e pautou problemas comunitários, com participação de membros da comunidade em um modelo de comunicação em rede, se atentando para a sustentabilidade das ações com o término do financiamento, apesar da ausência de avaliação coletiva. A criação de rede de comunicadores comunitários com a Fundação Oswaldo Cruz e a Organização Pan-Americana da Saúde foi fortalecida, bem como a possibilidade de multiplicação de soluções em comunicação comunitária em emergências sanitárias e suas consequências em outros espaços.

Palavras-chave: mídia popular; participação da comunidade; comunicação e divulgação científica; mídias sociais; comunicação em saúde.

ABSTRACT

This research systematizes the outcomes of 15 internationally funded community health communication initiatives implemented during the COVID-19 pandemic. Employing a qualitative and descriptive approach, the study utilized participant observation and document analysis to gather data. Content analysis revealed that these initiatives successfully expanded the network of local partners for community communicators, predominantly relied on local sources, and addressed community problems through the participation of community members in a network communication model. While the sustainability of actions post-funding was emphasized, collective evaluation mechanisms were notably absent. Creating a network of community communicators with the Oswaldo Cruz Foundation and the Pan American Health Organization was strengthened, highlighting the potential for multiplying community communication solutions in future health emergencies and their impact in other contexts.

Keywords: Popular and Social Media, Community Participation, Scientific Communication and Dissemination, Health Communication.

RESUMEN

La investigación sistematiza los resultados de 15 iniciativas de comunicación comunitaria que recibieron financiamiento internacional durante la pandemia de covid-19. El estudio es cualitativo y descriptivo, con recolección de datos mediante observación participante e investigación documental. A través del análisis de contenido, se observó que se amplió la red de socios locales de comunicadores comunitarios, y la mayoría de las iniciativas tuvieron origen local y abordaron

CRediT

- Contribuição dos autores: MSOC é responsável pela concepção e delineamento, coleta, interpretação dos dados e pela redação do artigo. MFMF é responsável pela interpretação dos dados e redação do artigo. WRMV é responsável pela redação do artigo.
- WRMV é responsável pela redação do artigo.
- Conflito de interesse: os autores certificam que não têm interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Financiamento: Este artigo é resultado de pesquisa financiada pela Organização Panamericana da Saúde (Opas) e Governo do Canadá

Artigo submetido à verificação de similaridade

Disponibilidade dos Dados:

Dados complementares podem ser acessados publicamente no site da Fiocruz - Brasília: <https://www.fiocruzbrasilia.fiocruz.br/projetos-de-comunicacao-comunitaria-em-saude-avancam-em-todo-o-pais/>.

A REVISTA INTERCOM incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de *open data* é viabilizar a reproduzibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC- BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

problemáticas comunitarias, con la participación de los miembros de la comunidad en un modelo de comunicación en red, prestando atención a la sostenibilidad de acciones con el fin de la financiación, a pesar de la falta de evaluación colectiva. Se fortaleció la creación de una red de comunicadores comunitarios con la Fundación Oswaldo Cruz y la Organización Panamericana de la Salud, así como la posibilidad de multiplicar soluciones en comunicación comunitaria en emergencias de salud y sus consecuencias.

Palabras clave: medios populares, participación comunitaria, comunicación y difusión científica, redes sociales, comunicación en salud.

Introdução

A pandemia de covid-19 ressaltou aspectos específicos de comunicação em saúde que merecem sistematização. Em meio à emergência sanitária, a comunicação popular e comunitária foi um dos focos de atuação da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), que trabalhou com comunicadores comunitários de todo o país e verificou a necessidade de investimento junto a esse público com suas demandas.

A comunicação popular é forma alternativa de comunicação que emerge de grupos, movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por meios próprios de comunicação. Também chamada de comunicação comunitária, tem como foco esclarecer sobre temas de interesse local e dar voz à comunidade. O protagonista da comunicação popular e comunitária é o povo, que por meio dela vai se expressar e manifestar as necessidades de quem tem identidades e interesses comuns (PERUZZO, 2015). O próprio sentido de comunidade auxilia a explicar a base da comunicação comunitária:

“implica a participação ativa, horizontal e democrática dos cidadãos; a propriedade coletiva; o sentido de pertença que desenvolve entre os membros; a corresponsabilidade pelos conteúdos emitidos; a gestão partilhada; a capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; o poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura.” (PERUZZO, 2007. p. 22).

Fazer esse tipo de comunicação pressupõe que sejam usados recursos diferentes dos meios de massa, e também que se dê outro sentido para a comunicação, mais participativa, problematizadora, que possa organizar a comunidade, apoiar alguma ação popular e não só conscientizar sobre determinado tema. (KAPLUN, 1985)

Pressupõe também mobilização, isto é, a capacidade de “convocar vontades para atuar em busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO e WERNECK, 1996). Para tanto, os assuntos de qualquer comunicação popular devem surgir da comunidade, que auxilia na construção e desenvolvimento dos conteúdos. Quando estes estiverem prontos para divulgação, a própria comunidade se identifica com essa comunicação, mesmo que não tenha participado de todas as suas etapas, se sente coautora da mensagem, pois se reconhece nela e a entende como sua também.

Apesar de todas as suas potencialidades, a comunicação comunitária ainda tem como obstáculo uma tradição de pouca participação popular no Brasil, consequência de quatro séculos de colonização e escravidão, e de uma república marcada pelo autoritarismo de golpes e ditaduras (PAIXÃO, 2015).

Estudo recente que analisou as estratégias de comunicação nos três níveis de gestão do SUS, durante a pandemia de covid-19, apontou a necessidade de mecanismos para garantir uma comunicação comunitária emancipatória, com engajamento das comunidades e articulação de “lideranças, equipamentos e instituições locais. A pesquisa sugere, inclusive, a criação de agentes populares de comunicação que atuem nas emergências em saúde, especialmente com a Atenção Básica, articulando suas ações com as iniciativas comunitárias.” (SANTOS et al, 2021)

Para fortalecer essa comunicação popular e comunitária em saúde de forma participativa e descentralizada, a Fiocruz e a Organização Pan-Americana da Saúde (Opas) selecionaram, em 2022, 15 projetos das cinco regiões brasileiras, a partir de Chamada Pública para Projetos da Sociedade Civil de Comunicação Popular e Comunitária em Saúde, com financiamento do Governo do Canadá. Dos 138 inscritos, os 15 selecionados tiveram oito meses para executar recursos no valor de R\$ 45 mil cada, e traziam temas relacionados às seguintes áreas: enfrentamento da covid-19 e suas consequências, por meio de ações para promoção da saúde e acesso a políticas públicas e direitos; estímulo à vacinação; combate às fake news; segurança alimentar; saúde mental; vigilância em saúde; geração de renda; e diversidade sociocultural.

E para além do aporte financeiro, a iniciativa contribuiria na formação desses comunicadores populares e comunitários de todo o país, por meio de Oficinas de Trocas online, sobre temas relacionados à gestão de projetos e comunicação em saúde, de modo a apoiar a execução das propostas, possibilitar a replicação das soluções em outros contextos e ampliar sua resiliência em situações de crise sanitária e social.

O presente artigo sistematiza a implementação das 15 iniciativas selecionadas dentre organizações da sociedade civil de pequeno e médio porte de todo o país, considerando perspectivas de gênero, direitos humanos, equidade e etnicidade. Na fase preparatória, foi realizada oficina online de formação em elaboração de projetos, com foco em comunicação em saúde, aberta a todos os comunicadores interessados na chamada. Logo após a seleção, cada projeto passou a ser acompanhado por um assessor sociotécnico designado pela Fiocruz e OPAS, profissional com experiência em comunicação em saúde que poderia auxiliar, a distância, o desenvolvimento das atividades.

Diante desse contexto, cabe questionar: como a comunicação popular dos 15 projetos selecionados foi

fortalecida a partir do incentivo financeiro governamental? No decorrer da implementação dos projetos, laços entre Fiocruz, OPAS e comunicadores comunitários foram estabelecidos formando uma rede de comunicadores populares? Os comunicadores foram qualificados e os resultados são sustentáveis e replicáveis a outras realidades?

Material e métodos

O estudo é qualitativo e descritivo, e apresenta a síntese de monitoramento e avaliação dos resultados dos 15 projetos selecionados em Chamada Pública para Projetos da Sociedade Civil de Comunicação Popular e Comunitária em Saúde. Os participantes estão descritos brevemente na tabela 1:

Tabela 1 - Projetos selecionados em chamada pública de comunicação popular e comunitária em saúde

Região	Nome	Local	Foco	Produtos esperados
Sudeste	Comitê Popular de Saúde Informação é o melhor remédio	Santo André - SP	Criar conteúdo de combate às fake News, divulgar e comunicar dicas de prevenção à saúde e de higiene, atualizar as ações governamentais no combate à pandemia e informar sobre programas de promoção à saúde da população, como as campanhas de vacinação.	Vídeos, materiais gráficos para as redes sociais, listas de transmissão via WhatsApp das comunidades, spots em carro de som, faixas com alertas e material informativo
	Jovens comunicadores - comunicação popular em favelas da Região Metropolitana do RJ	Niterói - RJ	Capilarizar informações sobre vacinação no SUS, formando jovens comunicadores para produção, checagem e compartilhamento de informações em saúde, contribuindo para o enfrentamento à desinformação	Bolsas - auxílio Formação dos jovens
	Comunicação comunitária para uma plataforma de direitos à vida digna em territórios populares	Niterói - RJ	Gerar processos e produtos de comunicação que fortaleçam a mobilização e o engajamento comunitário, em sua diversidade cultural, nas demandas sociopolíticas por direitos.	Formação de comunicadoras e produção de peças impressas e digitais, fanzines, podcasts
Centro-Oeste	Nas ondas do rádio: saúde pública ao alcance de todos	Alto Paraíso - GO	Aliar o processo educativo na formação de 20 jovens comunicadores, com atividades de Educomunicação	podcasts, videocasts, vinhetas e 1 programa semanal
	Comunicação Positiva reduzindo o impacto das fake news nas políticas públicas de saúde	Brasília - DF	Desenvolver estratégias de fortalecimento das ações de comunicação popular e comunitária em saúde para desconstrução de Fake News na saúde pública, incentivar a vacinação e contribuir com a defesa do SUS	Oficinas de formação de multiplicadores Campanha de Comunicação nas redes sociais em defesa da vacinação
	Juventude cigana: da invisibilidade à comunicação popular em saúde	Cuiabá - MT	Formar jovens romani brasileiros em comunicação popular em saúde para atuação junto às suas comunidades no combate à desinformação e fake news	Capacitação online, produção de conteúdo para as redes sociais desde uma perspectiva ética, antirracista e emancipatória em saúde.
Norte	Projeto de comunicação para a promoção de campanhas da saúde e estímulo à vacinação	Boa Vista – RR	Informar, persuadir e motivar as pessoas que vivem na comunidade atendida pelo coletivo rede de migração	Campanha de promoção da saúde, incentivo à vacinação e combate às fake news para comunidade de migrantes venezuelanos
	Comunicação popular para desconstruir fake news e negacionismo nos territórios do Tapajós	Santarém - PA	Combater a desinformação com produção de conteúdo online e offline	Conteúdo para redes sociais, através de cards, vídeos, entre outros elementos, rádios comunitárias, campanhas e informativo impresso para moradores que não possuem contato com as redes de telefonia
	Comunicando segurança alimentar e saúde na região do Baixo Amazonas	Santarém - PA	Sensibilizar a população do Baixo Amazonas para a importância e cuidado com a segurança alimentar e promoção da saúde.	Podcast e spots de rádio para as emissoras sócias e parcerias da Rede e às rádios comunitárias

Região	Nome	Local	Foco	Produtos esperados
Sul	Informar é vacinar: uma história de fake news contra vacina e o sistema público de saúde	Porto Alegre – RS	Producir documentário sobre vacinas e efeitos de informações falsas sistema público de saúde	Documentário sobre fake news e vacinas
	Caravana e Podcast Saúde e Cultura	Rio Grande – RS	Disseminar informação desmentindo fake news	Podcasts quinzenais e três intervenções culturais em bairros da cidade
Nordeste	Minutos de mais saúde nos territórios: a rádio literária Carrapato no combate à desinformação	Crato – CE	Melhorar a transmissão e produção da web rádio Carrapato e ofertar cursos para comunicadores populares	Produção radiofônica, cursos e conteúdo para moto divulgação
	Rádio comunitária do Coque - caminhos para a saúde	Recife – PE	Transmitir programação de saúde na Rádio Comunitária na favela/bairro do Coque	Conteúdo audiovisual programas informativos semanais,
	Kuna Luvovelu Ua Jungu em defesa da vida	Salvador - BA	Fortalecer as práticas comunicacionais dos povos e comunidades tradicionais	Formações e estratégias de comunicação para diversos temas (covid-19, saúde mental, vacinação, cultivo agroecológico, combate às fake news, segurança alimentar, diversidade sociocultural)
Nacional (considerado como região sul no edital)	O negócio tóxico do Agro: como denunciar exposição aos agrotóxicos	Iporã - PR	Apresentar pontos estratégicos da pesquisa contendo 30 casos emblemáticos de violações de direitos em comunidades, e orientando como denunciar as intoxicações e contaminações por agrotóxico nas comunidades, sobretudo para as populações campesina, ribeirinha, indígena e quilombola	Cartilha e série de seis episódios de podcast

Fonte: autoria própria (2022)¹

Para a análise, considerou-se o processo de mobilização social com suas quatro dimensões que devem ser construídas e executadas ao mesmo tempo: o imaginário, que demonstra uma escolha e construção de algum interesse compartilhado pelo grupo; o campo de atuação, definido de maneira clara e realista conforme a possibilidade de intervenção e os limites de atuação; a coletivização, que estabiliza o processo de mobilização social, na medida em que os integrantes atuam com os mesmos propósitos e sentidos e conhecem o que está sendo feito a partir de alguma comunicação, e o acompanhamento, que traz critérios de verificação das mudanças, englobando dar visibilidade aos resultados. (TORO e WERNECK, 1996)

Os dados foram coletados via pesquisa documental nos 45 relatórios técnicos produzidos pelos responsáveis dos projetos e assessores técnicos para registro das atividades (MOREIRA, 2005) e também por meio de observação participante (LAVILLE e DIONE, 1999) nas oficinas de trocas, eventos e outras atividades de que os grupos foram convocados a participar. Cada projeto produziu três relatórios técnicos, com entregas programadas para janeiro, março e maio de 2023.

Os dados para análise de conteúdo (BARDIN, 2011) foram agrupados nas categorias descritas na tabela 2, após entrega dos relatórios de execução, e para cada categoria se registrou, em planilha de Excel, a ausência ou presença das categorias, bem como observações e exemplos extraídos dos relatórios que justificavam cada dado coletado. As categorias foram definidas com base na literatura sobre comunicação comunitária. O teste do instrumento de coleta de dados foi realizado com o primeiro conjunto de 15 relatórios entregue pelos coletivos, nos quais foram verificadas as definições de cada categoria e se eram mutuamente exclusivas, homogêneas, exaustivas e de classificação objetiva. Após coleta de dados nos relatórios, a planilha foi enviada à coordenação do projeto e respectivos assessores sociotécnicos para validação.

1 Mais informações: <https://www.fiocruzbrasilia.fiocruz.br/projetos-de-comunicacao-comunitaria-em-saude-avancam-em-todo-o-pais/>

Tabela 2 - Categorias para análise de conteúdo sobre elementos da comunicação comunitária

Categoría	Descrição	Bibliografia
Localização	As mensagens referem-se explicitamente a problemas da comunidade e se identificam com a cultura e interesses locais, trazendo informações sobre a vida e as atividades daquele grupo para esclarecer sobre temas de interesse local.	Peruzzo (2005), Kaplun (1985), Peruzzo (2015)
Fontes	Vozes das pessoas da comunidade como fontes dos materiais de comunicação, com diversidade de atores (polifonia) que se articulam nas mensagens elaboradas.	Kaplun (1985), Peruzzo (2015), Santos et al (2021)
Participação e produção	A participação dos membros da comunidade é ativa, horizontal e democrática, na produção e elaboração dos materiais. (Há registros dessa participação em reuniões de produção, por exemplo, ou as decisões são restritas aos coordenadores do projeto?).	Peruzzo (2005), Kaplun (1985)
Avaliação coletiva	A comunidade avalia os materiais depois de sua veiculação. (Quem verifica a qualidade das ações e se os objetivos foram cumpridos são os coordenadores ou há espaço para essa avaliação coletiva?)	Kaplun (1985)
Conexão	Manutenção de canal de diálogo aberto com a comunidade; comunicação dialógica: interação/diálogo ativo entre os interlocutores. (Descrição desses canais e seu funcionamento, exemplos disso)	Kaplun (1985), Santos et al (2021)
TICs	Atividade potencializada pelo acesso às tecnologias de informação e comunicação	Antunes e Coqueiro (2022)
Clareza da linguagem	Uso de palavras comuns, gramática correta, design legível, informação fácil de ser apreendida	Santos et al (2021)
Modelo de comunicação adotado	Informacional (linear, unidirecional, emissor – receptor) ou em rede (consideração de diversidade de vozes, discursos, ideias, propostas, considerando os receptores também como emissores)	Santos et al (2021)
Sustentabilidade	A continuidade das ações após encerramento do financiamento está prevista e se sabe como será a execução	Edital
Replicabilidade	Registros das etapas e passos de execução que possibilitem aplicação em outras realidades	Edital
Contrapartida	Descrição dos números da força de trabalho de pessoas envolvidas; uso do espaço físico da instituição para gestão do projeto; uso de equipamentos; rede de contatos que a instituição ou grupo já possui na comunidade, outras parcerias locais, etc.	Edital

Fonte: autoria própria (2022)

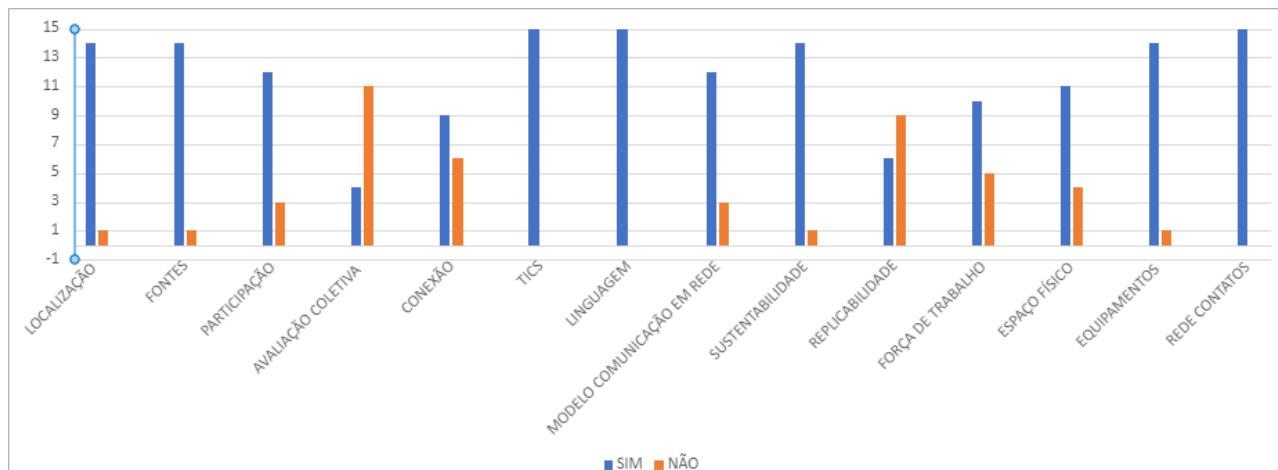
Sabe-se que “a comunicação comunitária se transforma em espaço de partilha entre o semelhante e o diferente, o novo e o antigo, recriando novas identidades culturais e possibilidades de transformação social.” (PAULINO, MENDES e PEDROSA, 2009) e nesse sentido, foram realizadas oito oficinas de trocas com temas como acesso à informação, SUS, vacinas, combate às *fake news*, comunicação de riscos, produção audiovisual, divulgação científica etc, além de uma específica sobre a produção de relatórios, conforme demanda dos projetos selecionados. As oficinas contribuíram para o acompanhamento das atividades. Em março de 2023, foi realizado um seminário virtual com apresentação dos resultados de todos os projetos executados, para inspirar iniciativas similares.

Como se trata de projetos de natureza e objetos diversificados, que partem de comunicadores populares com experiências distintas, sendo uns mais antigos e outros com atuação inicial recente, não foi objeto de análise o tema de cada projeto nem uma comparação entre os avanços e limites de cada um, mas em que medida eles trouxeram elementos de comunicação comunitária. A pesquisa tampouco compara as iniciativas e seus resultados, mas fornece um panorama da aplicação dos recursos e a efetiva execução em comunicação comunitária em saúde. A pesquisa foi registrada junto ao Comitê de Ética da Fiocruz Brasília.²

Resultados e Discussão

A partir dos dados apresentados nos 45 diferentes relatórios escritos pelos participantes da Chamada Pública, foi observado que as categorias de análise estiveram presentes na maior parte das ações desenvolvidas, conforme gráfico abaixo.

2 Acessível neste link <https://www.youtube.com/watch?v=uTSWZKKQrHk>

Gráfico: Presença das categorias analisadas nos 15 projetos apoiados

Fonte: autoria própria (2023)

Todos os grupos apoiados se utilizaram de tecnologias da informação e comunicação para apresentar seus produtos e ações de comunicação comunitária. Para além do uso das mídias sociais em diferentes formatos, seja em cards para redes sociais, podcasts, grupos de WhatsApp, observou-se, em alguns grupos apoiados pelo edital, em ações com moradores de favelas, populações rurais, indígenas etc, a manutenção de uso de meios mais tradicionais e que têm o seu valor na comunicação comunitária, como faixas, cartazes, panfletos, carro de som, rádio poste e moto divulgação. Afinal, o excesso de *tecnização* e formalização, comum na história da comunicação do governo para a sociedade, engessa o diálogo na esfera pública (GIL e MATOS, 2012). Por outro lado, usar tecnologias de informação e comunicação é fundamental para comunicar saúde em momentos de crise. Elas potencializam a difusão de informações entre comunidades, comunicando sobre cuidado, denúncias ou mesmo pedidos de apoio, com pessoas exercendo papel de sujeito ativo da comunicação e não simples sujeitado (ANTUNES e COQUEIRO, 2022).

A linguagem utilizada nas produções de todos os coletivos foi considerada adequada, com uso de palavras simples e norma culta da língua portuguesa, acessíveis a qualquer pessoa, sem academicismos. Observou-se, em uma das produções, o uso do dialeto não-binário (em que se utiliza a letra E à frente das letras A e O para demarcar o que seria gênero neutro), o que pode dificultar a compreensão dos que desconhecem esse dialeto, em especial em casos de pessoas disléxicas, por exemplo, pois trata-se de algo sem respaldo linguístico e ainda pouco debatido para ser imposto como norma e figurar em comunicações. Também se observou alguns equívocos na grafia de palavras, o que pode ser corrigido com a revisão das peças por alguém da comunidade com maior habilidade com a língua portuguesa.

Todos os grupos também relataram a formação ou ampliação de sua rede de contatos e parcerias a partir das ações realizadas, retomando contato com lideranças das comunidades, lista de transmissão para alcance dos moradores de outras comunidades, etc. Secretaria Municipal de Saúde, faculdades, movimentos sociais, conselho municipal de saúde e organizações não governamentais foram alguns dos parceiros citados. Em determinados casos, a parceria rendeu propostas para cursos de extensão universitária.

A comunicação comunitária pressupõe trabalho em rede, e cada parceria traz maior possibilidade de ampliação do alcance da comunicação em saúde produzida, bem como de qualificação do trabalho, já que os parceiros não só recebem materiais para divulgação, mas também são chamados a colaborar em alguma medida. “Quanto mais densa é a rede, mais efeitos positivos ela tende a exercer sobre o desenvolvimento daquela coletividade” (GIL e MATOS, 2012, p. 163). Essa comunicação em rede também com a população amplia a possibilidade de se compreender e responder as demandas de saúde e o engajamento comunitário (SANTOS et al, 2021).

Interessante notar que 12 dos 15 grupos apoiados relataram uma comunicação dialógica e participativa com a comunidade, enquanto três seguiram a lógica *transmissional* e informacional (emissor – mensagem – receptor), com comunicação baseada no planejamento e execução somente do grupo gestor do projeto – o que destoa da base da comunicação comunitária, que pressupõe democratização das decisões e atividades. Para uma comunicação promotora da saúde, porém, é fundamental que haja engajamento comunitário em todas as fases, da elaboração dos materiais à avaliação. Já se observou esse predomínio de comunicação verticalizada em estratégias de comunicação adotadas pela gestão do SUS durante a pandemia de covid-19, sem trazer a população como parte do processo comunicativo (SANTOS et al, 2021). A comunicação comunitária, porém, possibilita que as pessoas acessem meios de comunicação como produtor e difusor de conteúdos - e não só como receptoras. (PERUZZO, 2015).

A comunicação comunitária tem o povo como protagonista e destinatário (PERUZZO, 2015), nasce nos movimentos populares e "quem a produz são as comunidades e os grupos sociais com identidades e interesses comuns" (PERUZZO, 2005, p.22). Nesse sentido, 14 coletivos apresentaram informações que explicitaram que as atividades tinham caráter local, ou seja, referiam-se a problemas da comunidade identificados com a cultura e interesses locais, com fontes extraídas dentre os membros da própria comunidade, assim como descreveram formas para se garantir a sustentabilidade das ações após o encerramento deste financiamento específico e o uso de equipamentos próprios como contrapartida para execução das atividades.

Cabe ressaltar que um dos coletivos produziu um documentário sobre a vacinação contra a covid-19, tema não específico de uma comunidade, nem ligado a uma determinada cultura e interesse local, mas o grupo se articulou para exibir o documentário em espaços como a Conferência Municipal de Saúde e nas reuniões do Conselho Municipal de Saúde, envolvendo a população em debate e sensibilização para a importância da vacinação - com relatos de participantes que saíram do debate e foram se vacinar.

Observou-se que outro coletivo, por sua vez, não trabalhou com fontes locais, apresentando notícias com base em especialistas que eram de fora da comunidade – o que não é ruim, porém, em se tratando de comunicação comunitária, poderiam ter ouvido membros da comunidade também como fontes nas matérias produzidas. Eles tampouco explicitaram como se dará a sustentabilidade das ações após o financiamento, bem como quanto ao uso de equipamentos próprios para execução das atividades.

O uso do espaço físico próprio e de sua força de trabalho foram contrapartidas relatadas pela maior parte dos coletivos, e houve os que utilizaram recurso especificamente para contratação de pessoal para auxiliar no desenvolvimento das ações e outros incrementaram o espaço já existente, com reformas e aquisição de equipamentos para estúdio de rádio e caixas de som para rádio poste nas ruas da comunidade, por exemplo.

Obviamente, toda iniciativa de comunicação comunitária é válida como difusão de conteúdos de interesse local, mas não é só por meio dessa difusão que há conscientização das pessoas, e deve-se buscar que as pessoas aprendam não só pela mensagem divulgada, mas também pela sua conexão e participação direta na produção e difusão das mensagens (PERUZZO, 2015). Nesse sentido, observaram-se práticas de diálogo aberto entre os grupos e a comunidade em nove projetos, explicitadas nos relatórios de variadas maneiras, tais como: interações em redes sociais e testemunhos enviados pela comunidade; escuta dos participantes; diálogos registrados durante atividades; campanhas produzidas a partir de comentários e sugestões da comunidade; atendimento de pedidos de ouvintes, no caso das rádios; incentivo da comunidade no convívio presencial diário nas redes online e inclusive, inclusão de conteúdo a partir do retorno de movimentos sociais comunitários.

A replicabilidade dos projetos não foi apresentada na maior parte dos relatórios. Apenas seis deles descreveram formas de outros coletivos conhecerem mais e replicarem as experiências exitosas em sua realidade. As formas descritas incluem: oferta de material de comunicação em saúde para redes sociais em outros perfis online, artigo acadêmico em formato de relato de experiência para livro, grupo de estudos, guia prático para replicação, repasse de programação a outra web rádio da região, capacitação de profissionais de outros espaços de comunicação, produção de apostilas e cartilhas que podem ser reproduzidas. É importante considerar que este critério de replicabilidade em alguma medida, se explicitado, poderia prejudicar a subsistência dos coletivos, pois alguns deles se mantêm com os recursos obtidos de mentorias que realizam nas áreas em que atuam - o que pode explicar a ausência desta categoria na maior parte dos relatórios. Está disponível online NN [eliminado para efeitos da revisão por pares] material contendo relatos sobre o desenvolvimento de cada projeto.

Outro ponto importante está na avaliação da comunicação comunitária, que deve ser feita pelos destinatários da mensagem, membros da própria comunidade (KAPLUN, 1985). Em relação a esta categoria, apenas quatro grupos realizaram algum tipo de avaliação coletiva. Um grupo que realizou a formação com mulheres da comunidade buscou verificar o aprendizado individual e coletivo, envolvendo coordenação, consultores e oficineiras no final de cada uma das atividades, para orientar os próximos no sentido de conteúdo, recursos didáticos e meios instrumentais. Também foram planejadas, de modo participativo, as ações previstas nas fases seguintes do projeto. As avaliações trouxeram a pauta de demandas sociais vinculadas à saúde da comunidade, assim como demandas concretas para o manejo mais consciente, qualitativo, técnico e protagonista das plataformas digitais, conforme consta em um dos relatórios entregues. "Para além de um domínio de um repertório conceitual e metodológico sobre a comunicação comunitária, se faz necessário vivências práticas com técnicas e plataformas digitais, (e) passamos a investir então em exercício de criação para geração de produtos digitais de comunicação comunitária."

Já um grupo que trabalhou com podcast previu a devolução dos produtos aos entrevistados para que se tivesse uma avaliação deles sobre as produções, mas não descreveu como, de fato, foi feita essa avaliação. O coletivo que produziu o documentário já citado promoveu reuniões de exibição como momentos de troca e diálogo,

ampliando o debate e conversa sobre novas formas e espaços de exibição, e o quarto grupo relatou que a avaliação dos participantes revelou “a necessidade de qualificar a forma de nos comunicar com o público prioritário”, porém, sem o detalhamento de como isso seria feito.

Cabe ressaltar que o ponto alto da mensagem na comunicação comunitária não se dá na sua difusão, mas quando os destinatários começam a refletir, discutir, e aplicar a comunicação. “Uma mensagem que não seja completada, enriquecida, recriada, assumida por aqueles a quem está destinada é um pouco de esforço perdido. Nossas mensagens não são fins em si mesmas, mas meios; instrumentos para suscitar processos.” (KAPLUN, 1985; p. 258 - 259).

Uma limitação da pesquisa foi o curto prazo entre o recebimento do recurso e execução da proposta original, o que impactou na mensuração dos resultados. Na comunicação comunitária, a corresponsabilidade das pessoas da comunidade pelos conteúdos emitidos, assim como o sentido de pertença dos conteúdos desenvolvidos entre os membros da comunidade, são características (PERUZZO, 2005), porém, é o tipo de dado que dificilmente estaria descrito nos relatórios ou poderia ser aferido, sem viés, junto aos assessores técnicos ou aos responsáveis pelos projetos.

Também se reconhece que, no desenho e na condução da chamada pública, até mesmo por questões jurídicas e burocráticas da administração pública, o processo foi demasiado centrado na equipe coordenadora. É possível que o que se esperava dos projetos não tenha ficado suficientemente claro para os coletivos, ao mesmo tempo em que a chamada pública pode não ter sido capaz de atender plenamente às expectativas dos coletivos. Apesar da intenção de relações horizontais, os papéis de patrocinadores e patrocinados são inescapáveis em determinadas situações, e podem ter impactado as entregas dos projetos, tanto positiva quanto negativamente.

Em que pesem os possíveis constrangimentos e conflitos, a chamada pública colocou em evidência um ponto de convergência da maior relevância entre a comunicação de órgãos governamentais e de organismos internacionais, e a comunicação comunitária: o interesse público. Dialógica, participativa, centrada no cidadão e promotora de cidadania, a comunicação de interesse público, ou comunicação pública, não é uma escolha, mas uma obrigação do Estado. E, para cumprir esse dever, é imprescindível que se fortaleça e se dê protagonismo à comunicação comunitária, pois “a comunicação pública precisa da participação da sociedade e de seus segmentos, não como receptores da comunicação do governo, mas como produtores ativos” (NASCIMENTO, 2012, p. 295).

Considerações finais

Verificou-se que todos os projetos utilizaram tecnologias da informação e comunicação, bem como ampliaram sua rede de parceiros locais a partir das atividades desenvolvidas por meio do financiamento público. A maior parte das iniciativas teve fontes locais e pautou problemas comunitários, com participação de membros da comunidade em um modelo de comunicação em rede e não *transmissional*, se atentando para a sustentabilidade das ações com o término do financiamento.

Por outro lado, a avaliação coletiva e a replicabilidade foram pontos não observados na maior parte dos relatórios. Houve fortalecimento das iniciativas que atuam com comunicação comunitária a criação de rede de comunicadores comunitários com Fiocruz e Opas, bem como a possibilidade de multiplicação de soluções inovadoras em comunicação comunitária para o enfrentamento de emergências sanitárias e suas consequências.

Apesar de não ser foco do estudo a comparação entre os grupos, foi notável que alguns tiveram entregas aquém do esperado, em comparação com os demais. Para futuros editais, considera-se imprescindível condicionar o repasse de recursos posteriores a entregas completas e qualificadas, bem como que os prazos de execução inicialmente previstos não sejam encurtados, garantindo a completa atividade de cada grupo, conforme programado no projeto aprovado.

Outras propostas de financiamento devem considerar também a necessidade de apresentação de conceitos e práticas de comunicação comunitária, para que os grupos verifiquem em que medida estão, de fato, colocando o povo como protagonista da comunicação ou sendo apenas reprodutores da comunicação massiva. A partir desta pesquisa, podem surgir outras em que se mensure diretamente com a comunidade de cada uma das propostas essa participação e conexão dos comunicadores comunitários com as pessoas, bem como a sua corresponsabilização e avaliação dos conteúdos produzidos. Os resultados e recomendações desta pesquisa denotam, assim, um caminho de fortalecimento da comunicação pública por meio do fomento à comunicação comunitária.

Referências

- ANTUNES, M.N.; COQUEIRO J.M. Comunicação rizomática: reflexões sobre os movimentos de resistência em tempos da Covid-19. **Saúde debate** [Internet]. 27º de junho de 2022 [citado 29º de agosto de 2023];46(132 Jan-Mar):200-1. Disponível em: <https://saudeemdebate.org.br/sed/article/view/6852>
- GIL, P.G.M.; MATOS, H. Quem é o cidadão na comunicação pública? In: MATOS, H.(org). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 141-167. Disponível em: <<https://portolivre.fiocruz.br/comunicação-pública-interlocuções-interlocutores-e-perspectivas>>. Acesso em: 26 set. 2023.
- KAPLÚN, M.. **El comunicador popular**. Quito: CIESPAL, 1985.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciéncia humanas**. São Paulo: Editora Artmed 1999.
- MOREIRA, S.V. Análise documental como método e como técnica. IN: Duarte J, Barros A. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- NASCIMENTO L.L.. Comunicação pública nas redes sociais digitais. In: MATOS, H. (org). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 289-309. Disponível em: <<https://portolivre.fiocruz.br/comunicação-pública-interlocuções-interlocutores-e-perspectivas>>. Acesso em: 26 set. 2023.
- PAULINO, F.O.; MENDES, J.S.; PEDROSA, L.L. Saúde e Comunicação comunitária no Distrito Federal. IN: PAULINO, F.O. **Comunicação e Saúde**. 1a edição. Brasília: Casa das Musas. 2009.
- PERUZZO, C.M.K. Conceitos de Comunicação popular, alternativa e comunitaria revisitados e reelaborações no setor. In: BARBERO, J.M. et al. **Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina**. CLACSO, 2015. Disponível em: <<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20150928123202/VocesAbiertas.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2023
- PAIXÃO, R. **Gestão de Políticas Públicas e Mecanismos de Participação**. Valinhos: Anhanguera, 2015.
- PERUZZO, C.M.K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2007. DOI: 10.34019/1981-4070.2007v1.20989. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20989>. Acesso em: 23 nov. 2022.
- SANTOS, M.O.S.; PEIXINHO, B.C.; CAVALCANTI, A.M.C.; SILVA, L.G.F.; SILVA, L.I.M.; LINS, D.O.A.; GURGEL, A.M. **Estratégias de comunicação adotadas pela gestão do Sistema Único de Saúde durante a pandemia de Covid-19 – Brasil**. Interface (Botucatu). 2021; 25 (Supl. 1): Disponível em: <https://doi.org/10.1590/interface.200785>. Acesso em 13 jan. 2023.
- TORO, J.B.; WENECK, N.M.D. **Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação**. UNICEF, 1996. Disponível em <http://comcom.fac.unb.br/images/docs/mobilizacao-social-bernardo-toro-e-nisia-maria-duarte-werneck.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2022.