**A IMPORTÂNCIA DO COTIDIANO NA FORMAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM SAÚDE:**

**UM COMPARATIVO ENTRE OS CANAIS DRAUZIO VARELLA, FIOCRUZ E MINISTÉRIO DA SAÚDE**

Bruna Rezende Leite[[1]](#footnote-5386)

Alexandre Farbiarz[[2]](#footnote-2)

**Resumo**

O presente trabalho busca apresentar a importância do Cotidiano na formação de políticas públicas em saúde. Para tanto, nos debruçamos sob os canais do *YouTube “*Ministério da Saúde”, “VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz” e “Drauzio Varella”, a fim de comparar suas características visuais e linguísticas buscando indícios que possam explicar a audiência exponencial de “Drauzio Varella” sob os demais. Desta maneira, acreditamos ser possível encontrar caminhos que indiquem melhores estratégias para a divulgação de informação científica para a população. Os resultados indicaram que apesar de os canais da Fiocruz e do Ministério da Saúde alinharem a publicação de seus conteúdos na plataforma *YouTube* ao macro cotidiano, eles negligenciam a esfera do micro cotidiano, ao estabelecerem o canal como repositório virtual e não como espaço de interação com sua audiência, diferente da dinâmica do canal “Drauzio Varella”. Dessa forma, a falta de um canal oficial de comunicação sobre saúde com estratégias de interação a partir das demandas da população, reduz o alcance e eficiência de políticas públicas na área.

**Palavras-chave**: saúde; mulher; políticas de prevenção; mídia-educação; cotidiano.

**Introdução: a emergência da educação em saúde**

Segundo o relatório “Aceleração do progresso para a redução da gravidez na adolescência na América Latina e no Caribe” (OPAS/OMS; UNICEF; UNFPA, 2016) publicado pela Organização Pan-Americana da Saúde/Organização Mundial da Saúde (OPAS/OMS), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), a taxa de gravidez na adolescência esteve, em 2016, acima da média latino-americana e caribenha. Esse valor representa 65 gestações adolescentes a cada mil meninas, ou 400 mil brasileiros nascidos de mães adolescentes por ano. Segundo o relatório “Situação da População Mundial 2017”, publicado pelo Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA, 2017), agência da ONU que defende importância dos direitos e serviços de saúde sexual e reprodutiva, o Brasil constava com a sétima maior taxa de gravidez na adolescência da América do Sul em 2017. Os reflexos da falta de atenção à saúde da mulher afetam tanto o Sistema Único de Saúde (SUS) quanto a economia. O relatório da UNFPA confirma que a cada cinco adolescentes que engravidam, três não trabalham e nem estudam, alegando menor saúde física e mental mais tarde na vida.

Não apenas para a gravidez na adolescência, a educação sobre saúde da mulher soa o alarme das políticas de prevenção quanto ao câncer de colo de útero. O relatório “Diretrizes brasileiras para o rastreamento do câncer do colo de útero”, produzido pelo Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA, 2011), indica que esta é a quarta maior causa de morte por neoplasia entre as mulheres no Brasil, fazendo, em média, 4.800 vítimas por ano (SAÚDE, 2014, p. 3).

Outra pesquisa realizada pelo Tribunal de Contas da União em 2012, sobre a Política Nacional de Atenção Oncológica (UNIÃO, 2012), aponta que 60% dos casos de câncer no Brasil são diagnosticados já nos estágios 3 e 4, quando o tratamento envolve mais recursos. Este número corrobora com os resultados publicados em artigo na plataforma Observatório de Oncologia[[3]](#footnote-3) (CEPAS, 2016, s.p.), da Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia (Abrale), que calculou o quanto esses diagnósticos tardios podem custar à economia brasileira. Segundo o estudo, o câncer de mama - o segundo mais comum no Brasil e o que causa mais mortes por câncer em mulheres no país a partir dos 25 anos (SAÚDE, 2019, p. 4), chega a custar cinco vezes mais quando diagnosticado no estágio três, aproximadamente R$66.126,00 por ano, quando comparado aos custos de tratamento envolvendo cirurgia, quimioterapia e radioterapia ainda no estágio um. Se o câncer for pós-menopausa, esse valor pode chegar a R$93.241,00 por caso por ano aos cofres públicos.

Segundo site do Ministério da Saúde[[4]](#footnote-4505), este já vem investindo em ações de educação em saúde e planejamento reprodutivo para jovens. Uma de suas iniciativas desde 2009 é a distribuição da Caderneta de Saúde do Adolescente, em versões femininas e masculinas, que orientam o atendimento e ficam disponíveis nas Unidades Básicas de Saúde. Além disso, o Ministério afirma disseminar publicações e tecnologias aos governos estaduais e municipais a fim de melhorar os serviços de Atenção Básica à adolescentes, além de fornecer informação em saúde em ambiente escolar pelo Programa Saúde na Escola (PSE).

Constata-se que o Ministério da Saúde e as Unidades Básicas de Saúde se dedicam e pensam em formas de prevenção para questões de saúde da mulher – no entanto, revisando relatórios de órgãos nacionais e internacionais sobre o assunto, fica claro que as estratégias adotadas não atendem ao requisito. O aumento dos índices supracitados com o passar dos anos pode ser devido à maior disponibilidade de dados pelos órgãos, mas subjaz nos elementos subjetivos dessa dinâmica de saúde preventiva, uma carência de entender em profundidade as demandas sobre o assunto. Assim, de modo a propor novas abordagens para o diálogo necessário à saúde preventiva, nos propomos a estudar um espaço onde tal diálogo recebe a sanção popular e o respaldo científico.

**Um novo cenário de aprendizagem**

Na era digital, com o uso da Internet, o acesso à informação e à construção do conhecimento já não se faz apenas de maneira passiva, com um professor designando a quais conteúdos os alunos terão, ou não, acesso. Hoje, com as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs), o aluno se torna peça ativa do processo de ensino-aprendizagem, uma vez que pode selecionar os conteúdos, a linguagem, e a fonte da informação que procura (CHARTIER, 1998). Considerando a emergência da pós-verdade no diálogo contemporâneo, quando o assunto tange conhecimentos preventivos em saúde, sobressai a importância de fontes de informação confiáveis sobre o assunto.

Dentro desse cenário de aprendizagem se destaca a plataforma de vídeos *YouTube,* na qual buscamos identificar como diferentes canais, com diferentes linguagens, exercem a função de “educadores” em saúde, nesse ambiente digital que favorece a autonomia de aprendizado. Dessa forma, determinamos os critérios de oficialidade da informação e visibilidade, defendidos pelos Estudos Culturais, para a seleção dos canais a serem analisados.

Por meio da visibilidade proporcionada pela rede, os sujeitos conferem sentidos às organizações os quais se convertem em valores, como autoridade e reputação, e que passam a ser buscados por todas elas. Por isso é preciso refletir não apenas sobre a transposição de ações de um meio para o outro, mas também sobre como as características da internet influenciam nas rotinas de comunicação de sujeitos, meios e organizações. (STASIAK, 2015, p. 36)

A partir do diálogo com os Estudos Culturais elencamos o canal do médico cancerologista, o Dr. Drauzio Varella, que une os temas de Educação e Saúde em suas produções. Certificado com o selo *Science Vlogs[[5]](#footnote-4),* atribuído pela plataforma e que o atesta como um canal de divulgação científica confiável, o canal do Dr. Drauzio busca falar “de saúde a questões sociais sem ser chato”[[6]](#footnote-5).

Parte da visibilidade do Dr. Drauzio nas redes não se deve somente à qualidade do conteúdo do canal. O Dr. já apresentou programas sobre saúde nas rádios Jovem Pan AM e 89 FM e no programa Fantástico da Rede Globo, mas, segundo o médico,

[...] a Internet trouxe muitos benefícios ao possibilitar que a população fique mais informada sobre saúde. O problema é a falta de crivo para diferenciar a informação correta daquela produzida sem evidência científica. (CAMBRICOLI, 2019, s.p.)

Corroborando com essa interpretação, a proposta do canal está em sintonia com Candotti (2002, p. 15), que considera intrínseco o diálogo entre ciência divulgada na Internet e democracia.

Talvez mais do que nos anos 50, saibamos hoje, com maior clareza, qual a importância de contar a todos o que fazemos e pensamos, para a democracia e para o próprio reconhecimento social do valor da pesquisa científica. Nas sociedades democráticas, educar e prestar contas do que se estuda e investiga constituem imperativo categórico fundamental. [...] A livre circulação das ideias e resultados de pesquisas é fundamental para o próprio avanço da ciência, o exame de suas implicações éticas e o enriquecimento da educação.

Na mesma linha, Sodré (2012, p. 13) afirma que a vivência humana tanto perpassa as mídias quanto também é modulada por estas.

A grande transformação privilegia a dimensão técnica do homem, em tal magnitude que a forma da consciência contemporânea é fundamentalmente tecnológica. Isso equivale a dizer que o relacionamento do sujeito humano com a realidade hoje passa necessariamente pela tecnologia, em especial as tecnologias da informação, em todos os seus modos de realização. (SODRÉ, 2012, p. 13)

Além do canal do Dr. Drauzio[[7]](#footnote-6), foram selecionados os canais “Ministério da Saúde”[[8]](#footnote-7) e “VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz”[[9]](#footnote-8), a partir do critério de oficialidade da informação. O primeiro sendo o canal oficial do Governo Federal para a divulgação de medidas de saúde em âmbito nacional, e o segundo, da Fiocruz, por ser a principal instituição de formação e qualificação de recursos humanos para o Sistema Único de Saúde (SUS)[[10]](#footnote-9).

**Metodologia**

Para realizar a análise comparativa entre os três canais de maneira abrangente e profunda, utilizamos os métodos de Análise de Conteúdo (OLABUENAGA; ISPIZÚA, 1989, *apud* MORAES, 1999, s.p.) e Netnografia (KOZINETS, 2010 *apud* LIMA, 2016, p. 190). Segundo Moraes (1999), a Análise de Conteúdo tem como objetivo descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos, de modo que as mensagens retidas ali possam ir além do sentido comum.

A análise de conteúdo é uma técnica para ler e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, que analisados adequadamente nos abrem as portas ao conhecimento de aspectos e fenômenos da vida social de outro modo inacessíveis. (OLABUENAGA; ISPIZÚA, 1989, *apud* MORAES, 1999, s.p.)

Além disso, para Moraes, a Análise de Conteúdo funciona como “um único instrumento marcado por uma grande variedade de formas e adaptável a um grande campo de aplicação”, e deve envolver cinco fases: 1) preparação das informações; 2) transformação do conteúdo em unidades; 3) classificação das unidades em categorias; 4) descrição; 5) interpretação (*Ibid.*, s.p.). Contudo, para ele, o ponto mais importante de toda Análise de Conteúdo é a contextualização do objeto a ser estudado.

O contexto dentro do qual se analisam os dados deve ser explicitado em qualquer análise de conteúdo. Embora os dados estejam expressos diretamente no texto, o contexto precisa ser reconstruído pelo pesquisador. Isto estabelece certos limites. Não é possível incluir, nesta reconstrução, todas as condições que coexistem, procedem ou sucedem a mensagem, no tempo e no espaço. Não existem limites lógicos para delimitar o contexto da análise. Isto vai depender do pesquisador, da disciplina e dos objetivos propostos para a investigação, além da natureza dos materiais sob análise. (*Ibid*., s.p)

Assim, ao seguirmos as fases da Análise de Conteúdo conseguimos concluir parte desta investigação, de modo que: 1) ao delimitarmos o campo de pesquisa, definimos os critérios que selecionariam os canais a serem estudados; 2) ao elegermos os objetos para análise, pudemos selecionar os canais do *YouTube* que melhor se enquadravam nos critérios eleitos e, também, contextualizá-los; 3) ao agruparmos os dados por semelhança, colhemos as informações comparativas entre os canais, que consideramos melhor expressarem sua influência sob o público; 4) ao comunicarmos o resultado do trabalho, quantificamos e organizamos os dados coletados após a classificação, exibindo resultados concretos sobre a influência do canal; e, por fim, 5) ao estabelecermos relações a partir dos resultados gerados, descrevemos uma compreensão mais aprofundada do assunto, possibilitando a criação da hipótese de pesquisa.

Por sua vez, a aplicação da Netnografia (KOZINETS, 2010 *apud* LIMA, 2016, p. 190) se fez necessária, para nos permitir compreender as relações entre os consumidores e o canal e também das relações estabelecidas entre os próprios consumidores do canal. Dessa forma, ficaria claro se o canal criava seu conteúdo partindo de premissas próprias ou a partir das demandas de seu público.

Criador do neologismo netnografia (net + etnografia), Kozinets define a netnografia como a etnografia conectada pela tecnologia, pela Internet, sendo considerada por ele como a etnografia adaptada às complexidades de nosso mundo social contemporâneo. [...] De acordo com Kozinets (2010), os indivíduos contemporâneos vivem suas vidas em uma matriz interrelacionada de comportamentos on-line e off-line, sendo, portanto, imperativo observar todas as relações estabelecidas nesses ambientes. Assim, segundo ele, a netnografia adapta a etnografia para essa combinação complexa de sociabilidade, fornecendo maneiras para estudarmos a vida em uma época de cultura mediada pela tecnologia. (*Ibid*., p. 190)

A fim de aprofundar as discussões que surgiram a partir dos resultados da análise netnográfica, utilizamos também método Análise do Discurso, advindo da semiótica francesa de Greimas (2014), sob a elucidação de Teixeira (2004). Desse método, evocaremos o conceito de objetos sincréticos, a fim de identificar características que possam indicar razões outras para a audiência do canal “Drauzio Varella” sob os demais.

Objetos sincréticos, para dizer com mais rigor, são aqueles em que o plano de expressão se caracteriza por uma pluralidade de substâncias mobilizadas por uma única enunciação cuja competência de textualizar supõe o domínio de várias linguagens para a formação de uma outra que as organize num todo de significado. (TEIXEIRA, 2004, p. 235)

Além disso, Teixeira lembra, por meio de Klinkenberg (2000, p. 234), que tais textos *pluricódigos*, também têm como objetivo “elevar o nível de redundância global do enunciado”, adensando os sentidos contidos na enunciação.

[Isso] não significa que uma mesma informação é repetida duas vezes no discurso, uma vez graças às unidades do código *a* e uma segunda vez graças a unidades do código *b*. Melhor dizer que as informações veiculadas pelo enunciado de *a* e pelo enunciado de *b* se completam de modo a assegurar um sentido coerente ao conjunto do discurso *ab*, sentido que não será obtido pela presença apenas de um dos dois enunciados (KLINKENBERG, 2000, p. 234-235, *apud* TEIXEIRA, 2004, p. 232-233)

Em resumo, primeiro foi aplicada a Análise de Conteúdo de modo a delimitar a relevância e impacto dos vídeos a serem posteriormente analisados, medindo por meio de índices gerais de interatividade as diferenças entre o canal “Drauzio Varella” e os veículos oficiais de disseminação de informações sobre saúde. Então, uma análise netnográfica permitiu vislumbrar as relações qualitativas no espaço dos comentários de alguns vídeos selecionados dentro da categoria “Drauzio Comenta” - que despontou, após a Análise de Conteúdo, como pertinente para observação. Tal netnografia permitiu a exploração de novos aspectos das relações entre o autor do canal e sua audiência. Enfim, a Análise do Discurso de linha semiótica permitiu investigar os discursos evocados nos planos de expressão e de conteúdo nos vídeos do canal selecionado, de modo a perceber os elementos sincréticos que resultam no engajamento observado.

**Busca por saúde na web: um consultório online ou canal educativo?**

A partir da Análise de Conteúdo notamos que o canal do Dr. Drauzio possuía uma audiência expressivamente maior que os do Ministério da Saúde e Fiocruz até 19 de fevereiro de 2019, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Análise dos canais do *YouTube* até 19 de fevereiro de 2019.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz** | **Ministério da Saúde** | **Drauzio Varella** |
| **Nº de Inscritos** | 10.322 | 65.695 | 1.650.000 |
| **Nº de Visualizações** | 1.066.536 | 41.652.390 | 89.604.092 |
| **Nº de Vídeos Publicados** | 269 | 3.075 | 580 |

*Fonte: Fiocruz (https://www.youtube.com/user/VIDEOSAUDEFIO/featured); Ministério da Saúde (https://www.youtube.com/user/MinSaudeBR); Drauzio Varella (https://www.youtube.com/user/drdrauziovarella). Acesso em: 08 abr. 2020.*

No ano subsequente (2020), conforme a Tabela 2, o canal de Varella alcançou patamares absolutos ainda maiores.

Tabela 2: Análise dos canais do *YouTube* até 19 de março de 2020.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz** | **Ministério da Saúde** | **Drauzio Varella** |
| **Nº de Inscritos** | 20.000 (+94%) | 145.000 (+21%) | 2.210.000 (+34%) |
| **Nº de Visualizações** | 1.764.245 (+65%) | 128.858.144 (+209%) | 124.732.447 (+39%) |
| **Nº de Vídeos Publicados** | 412 (+53%) | 3.504 (+14%) | 701 (+21%) |

*Fonte: Fiocruz (https://www.youtube.com/user/VIDEOSAUDEFIO/featured); Ministério da Saúde (https://www.youtube.com/user/MinSaudeBR); Drauzio Varella (https://www.youtube.com/user/drdrauziovarella). Acesso em: 08 abr. 20220.*

Percebe-se que o crescimento relativo à 2019 do canal da Fiocruz foi mais elevado, e que houve um aumento considerável na audiência do canal do YouTube “Ministério da Saúde”, chegando esse a ultrapassar o canal “Drauzio Varella”, em quantidade de visualizações. Acreditamos que esse crescimento esteja relacionado ao início da pandemia de Covid-19 no Brasil. Contudo, apesar de o número de visualizações ter crescido exponencialmente, a quantidade de usuários inscritos no canal do Ministério da Saúde continuou baixa, sendo 145 mil inscritos contra 2.210.000 inscritos no canal do Dr. Drauzio, até março. Tal resultado demonstra que “Drauzio Varella” fideliza sua audiência por não apenas engajá-la a assistir a algum vídeo do momento, mas também a acompanhar as postagens semanais.

Com os dados recolhidos na categoria “Drauzio Comenta”, do canal “Drauzio Varella”, por meio de Análise de Conteúdo, pudemos identificar também que o tema mais frequente na categoria era Saúde da Mulher (55%). Sua frequência frente aos demais vídeos do canal também tem sua importância, pois contempla 20% dos vídeos publicados na plataforma pelo canal, até o início de 2019.

Após a aplicação da Análise de Conteúdo, selecionamos dois vídeos da categoria “Drauzio Comenta”, do canal do *YouTube* “Drauzio Varella”, para aplicar o método netnográfico. Acreditamos que os vídeos que mais nos permitiriam compreender os tipos e o desenvolvimento das interações no canal, seriam: “O que é menopausa? | Drauzio Comenta #92”[[11]](#footnote-10) e “Alimentação durante a menstruação | Drauzio Comenta #43”[[12]](#footnote-11). Em ambas as publicações pudemos identificar que assuntos referentes à Saúde da Mulher interessavam tanto a mulheres quanto a homens, que geravam perguntas e sugestões de mais temas para os vídeos, a fim de terem conhecimento sobre a saúde de suas mães, irmãs, filhas e/ou cônjuges.



Figura 1: Comentário retirado do vídeo “O que é menopausa? │ Drauzio Comenta #92”

*Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=EeEi2jVvwnc&t=23s. Acesso em: 08 abr. 2020.*

Durante a aplicação, notamos que mesmo sem necessidade ou obrigação, o público se identificava em gênero e idade, para formular perguntas ao médico, que surgiam tanto de adolescentes em idade escolar quanto de adultos acima de 40 anos.

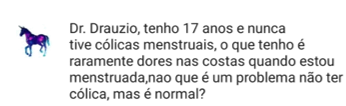


Figura 2: Comentário retirado do vídeo “Alimentação durante a menstruação | Drauzio Comenta #43”

*Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=v-zsk1fKqUI. Acesso em: 08 abr. 2020.*

A partir desses resultados, acreditamos que havia grandes chances de nem a Atenção Básica (SUS) e nem a Educação Básica (Programa Saúde na Escola – PSE) estarem conseguindo suprir de maneira adequada demandas de conhecimento sobre o tema. Para isso realizamos uma pesquisa exploratória na rede social *Facebook*, buscando indícios que corroborassem com essa hipótese, a partir dos quais constatamos que não apenas no canal do *YouTube* do Dr. Drauzio Varella a questão da Saúde da Mulher ganha destaque.

Durante a busca foram encontrados os seguintes grupos na rede social *Facebook*: “Contraceptivos - Trocando Experiências”[[13]](#footnote-12), com 24 mil membros; “Síndrome dos Ovários Policísticos e Hirsutismo”[[14]](#footnote-13), com 104,9 mil membros; “Saúde da Mulher – Dicas e Informações”[[15]](#footnote-14), com 125 mil membros. Os grupos contam com pelo menos uma postagem ao dia e reúnem mulheres de todo o país que buscam, mesmo sem conhecimento específico na área, tirar dúvidas umas das outras sobre saúde, envolvendo até mesmo dúvidas sobre fármacos.

Além de apresentar a relevância do tema Saúde da Mulher para a população, a aplicação da Netnografia expôs que tamanha discrepância de audiência entre os canais oficiais e o do Dr. Drauzio pode ser explicada a partir da criação de uma suposta comunicação direta e eficiente entre o público e o canal. Tal característica é expressa na aba “Drauzio Comenta”, do canal do *YouTube* “Drauzio Varella”, em que os comentários feitos nos demais vídeos com dúvidas ou curiosidades sobre outros assuntos em saúde, eram respondidos pelo próprio autor na categoria, fazendo com que o público do canal tivesse a sensação de que suas demandas de conhecimento estavam sendo atendidas.

Tais demandas eram apresentadas em comentários cujo conteúdo variava de: pedidos de diagnósticos, a partir da exposição de sintomas; segunda opinião sobre doença pré-existente; ou orientação/tira dúvidas sobre doenças, medicamentos e hábitos. Contudo, grande parte dos sujeitos, em seus comentários, não citavam a possibilidade de ida a um hospital, deixando, em um primeiro momento, a demanda de saúde apenas no campo da informação. Ou seja, as demandas populacionais sobre conhecimento em saúde antecedem a telemedicina, pois a audiência anseia por conhecimentos preventivos. Mas também a ultrapassa, pois esta mesma audiência deseja aprofundar conhecimento sobre sua própria saúde (ou a de entes próximos) que não seria possível realizar durante as consultas rotineiras.

Alguns comentários ao vídeo “Alimentação durante a menstruação | Drauzio Comenta #43”[[16]](#footnote-15), ilustram esta questão:

Dr Drauzio você poderia fazer um vídeo sobre opções de métodos contraceptivos alternativos para quem não toma anticoncepcional por escolha ou decorrência de problemas causados pela pílula?

Drauzio, e tem alimentos que causam odor na menstruação? Por exemplo: ovo, peixes de pele, etc.

Dr. Drauzio, eu tenho 19 anos e sofro com problemas de acne, minha dermatologista disse que devo tratar o problema com anticoncepcional, porém fico com receio de tomar hormônio devido aos problemas que esse pode causar, como trombose, por exemplo. O que fazer?

Esse tipo de interação não se mostra presente nos canais do *YouTube* do Ministério da Saúde e da Fiocruz. Um indício, que pode nos levar a crer que, ao não promoverem formas de interação com o público tais canais acabam afetando a ampliação de sua audiência, é que ao não responderem aos comentários ou darem alguma devolutiva de conteúdo, assumem que essa audiência se constrói de maneira passiva (WHITE, 1998, p. 58). Ou seja, para os canais “Ministério da Saúde” e “VideoSaúde Distribuidora Fiocruz”, seu público deve cumprir a função no espaço comunicacional de apenas receber as informações que tais órgãos oficiais julgam importante difundir, sem que haja qualquer ressignificação da mensagem.

**Entre o satisfazer e informar a audiência**

A ideia de uma comunicação direta é o ponto que mais acentua a interação na plataforma *YouTube*. Esta, além de ser um recurso imprescindível no processo *educomunicacional* em saúde, quando presente nesse ambiente digital, também é ilusória. Não é possível, ou viável, que um canal produza um conteúdo para cada dúvida de cada internauta. Por isso, é realizada uma seleção das questões levantadas pelo público nos comentários, de acordo com os critérios de relevância de cada assunto. Quando a aba “Drauzio Comenta” apresenta um vídeo respondendo ao pedido ou à dúvida de algum internauta, o autor-personagem do canal não respondeu, de fato, a todas as perguntas e dúvidas enviadas, mas ainda assim o público se sente acolhido por acreditar ter sido ouvido. Dessa forma, cria-se a ilusão de uma comunicação direta, pois, para o público, ao comentar na plataforma, o Dr. irá atendê-los, quando na verdade, o comentário enviado passará por um filtro que determinará se a questão levantada é de relevância ou não e, então, poderá ou não ser respondida.

Por mais que tal processo possa lembrar o conceito de *gate keeper* (WHITE, 1950), de haver uma seleção guiada do conteúdo a ser veiculado, pelos valores determinados pelo enunciador, em rede há também forte influência do público nesta escolha (CANAVILHAS; TORRES; LUNA, 2016).

De acordo com Fiske (1987 *apud* WHITE, 1998, p. 70),

O texto é construído de maneira a convidar a audiência a entrar no script, atuando em conjunto e reestruturando o enredo de tais programas populares em discussões que acontecem durante e após sua produção. O envolvimento da audiência, tipicamente representado pelos clubes de fãs, é a base do prazer da audiência e do sucesso de um programa. A audiência precisa sentir-se participante do programa e promovê-lo entre amigos e vizinhos.

Quando a interação deixa de fazer parte das estratégias comunicacionais, a Internet passa a operar como uma grande “biblioteca online”. Os canais “Ministério da Saúde” e “VideoSaúde Distribuidora Fiocruz”, que a utilizam dessa maneira, como um repositório de informação digital, acabam por utilizar a Internet como um meio digital e não midiatizado.

[...] a interação social mediada pela internet introduz novos elementos na experiência espacial contemporânea e evidencia a importância do espaço como instância de mediação. Nesse contexto ressalta que ‘a interatividade é apontada como um dos elementos principais, senão o mais importante, da redefinição das formas e processos psicológicos, cognitivos e culturais decorrente da digitalização da comunicação. (FRAGOSO, 2001 *apud* STASIAK, 2015, p. 30)

Ao deixarem de fazer uso da interação, os canais se distanciam de seu público e deixam de receber informações preciosas sobre as reais demandas de conhecimento da população. Quando isso ocorre, acreditamos que se destacam dois fenômenos que acontecem em cadeia: 1) os órgãos oficiais se tornam reféns de estatísticas que muitas vezes não apresentam/representam a esfera do micro cotidiano (PENIN, 2011), impossibilitando o direcionamento de medidas assertivas quanto à educação em saúde; 2) esses mesmos órgãos perdem audiência e influência no algoritmo, abrindo espaço para canais não oficiais (e muitas vezes de validade científica duvidosa), tomarem lugar na educação de crianças, jovens e adultos.

Assim, por mais que se busque conhecimento na Internet, como em uma biblioteca, o público busca mais que uma estante online com livros, pois em rede eles esperam que o meio considere seus anseios individuais, os compreenda e forneça informações personalizadas e que possam ser compartilhadas.

**A construção do enunciador**

Na construção de uma linguagem ideal para um canal educomunicativo, a interação é o ponto chave para a audiência. E, para que essa ocorra, acreditamos que seja necessário: 1) aproximação; 2) identificação; 3) ilusão de mesmo poder midiático.

Durante a análise, identificamos um contraste entre os canais oficiais (“Ministério da Saúde” e “VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz”), e o canal com maior visibilidade (“Drauzio Varella”). O canal do Dr. Drauzio apresenta a característica de ter presente em suas publicações, um sujeito ao qual o público acredita poder se comunicar diretamente, através dos comentários. Há neste ponto o fator comunicacional de que se fala para um sujeito e não para uma instituição, ou seja, a interação é facilitada por não exigir o uso de uma linguagem formal.

Nos canais do *YouTube* “VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz” e “Ministério da Saúde”, os formatos predominantemente utilizados para a exibição de seus vídeos são séries documentais, gravação de aulas e eventos, entrevistas coletivas e informativos animados. Enquanto que no canal “Drauzio Varella”, ainda que haja o formato de informativo animado e entrevistas, o formato predominante é o “*Youtuber*”. Ou seja, aquele em que o sujeito quebra a todo momento a quarta parede e fala diretamente com o seu público, em primeira pessoa.

Tabela 3: Formatos predominantemente utilizados para a exibição de vídeos.

|  |  |
| --- | --- |
| Canal | Formatos |
| Vídeosaúde Distribuidora Fiocruz | Séries documentais e a gravação de aulas e eventos |
| Ministério da Saúde | Entrevistas coletivas, propaganda animada e reportagem jornalística |
| Drauzio Varella | “*Youtuber*”, entrevistas e informativo animado |

*Fonte: Fiocruz (https://www.youtube.com/user/VIDEOSAUDEFIO/featured); Ministério da Saúde (https://www.youtube.com/user/MinSaudeBR); Drauzio Varella (https://www.youtube.com/user/drdrauziovarella). Acesso em: 08 abr. 20220.*

A maneira como tais pontos aparecerem, demonstra que os canais oficiais optam, mais uma vez, pela construção de um enunciador que reforça o distanciamento de seu público. Essa estratégia, muito encontrada em textos jornalísticos e artigos científicos, é citada por Greimas (2014) como uma camuflagem objetivante. Esta tem como objetivo, por sua vez, a não evidenciação do sujeito na enunciação, deixando-o implícito, provocando, assim, um efeito de sentido de verdade e distanciando o enunciado de seu público.

**Política e Cotidiano**

Se educação e saúde são direitos básicos e fundamentais, quando se trata de prevenção em saúde, um não pode existir sem o outro. E tratando-se de um mundo midiatizado, no qual “[...] o relacionamento do sujeito humano com a realidade passa necessariamente pela tecnologia” (SODRÉ, 2012), entender as demandas de saúde expressas no meio digital torna-se um passo imprescindível para a construção e manutenção de políticas públicas.

Adentrando o campo dos estudos do Cotidiano, elucidado por Lefebvre, e apresentado por Penin (2011, p. 18), este “[...] só pode ser compreendido se seus participantes se tornarem sujeitos ativos e conscientes de sua situação como agentes da história”. Para Penin, uma política pública só poderá ser eficiente quando considerar o micro e o macro cotidiano. Ou seja, quando esta puder integralizar a história do funcionamento de uma região com a história e dinâmica de seus agentes.

Se considerarmos os índices nacionais e internacionais – como as taxas de gravidez na adolescência e a quantidade de diagnósticos tardios de cânceres de mama e colo de útero - como parte integrante desse macro cotidiano, perceberemos com facilidade que há um problema a ser resolvido. Contudo, as estatísticas per se não nos apresentam a forma de resolução ou qual caminho seguir para que esse cenário possa ser modificado. Dessa maneira, presume-se que apenas a esfera do macro cotidiano não seja suficiente para que um projeto de política pública em saúde venha a ser assertivo.

Contudo, é nessa linha que tais projetos vêm sendo desenvolvidos no Brasil. Em 2007, o Ministério da Saúde junto ao Ministério da Educação e Cultura criaram o Programa Saúde na Escola (PSE), que tem como objetivo levar ações de saúde e prevenção para alunos da rede básica de ensino, “[...] para o desenvolvimento da cidadania e da qualificação das políticas públicas brasileiras” (SAÚDE, 2019, p.1). Este documento, além de sinalizar como gestores municipais podem aderir ao programa, também apresenta quais assuntos serão tratados durante sua aplicação, que tem validade de um ano.

As ações que variam entre combate ao mosquito Aedes aegypti, prevenção ao uso de drogas, verificação e atualização da carteira de vacinas, funcionam da seguinte maneira: 1) os temas a serem trabalhados, são definidos previamente pelos ministérios da Saúde e Educação; 2) os temas são selecionados de acordo com os índices de doenças que mais acometem a população e que mais devem ser evitados; 3) os agentes de saúde visitam as salas de aula da escola selecionada, explicam o tema do dia para os alunos e verificam se estes estão devidamente imunizados/protegidos; 4) conclui-se que os alunos possuem informações o suficientes para se prevenirem dali para frente.

Percebe-se que, em todo o processo de desenvolvimento da PSE, não há a consolidação de um canal de diálogo, aberto e permanente, pelo qual o público possa demonstrar demandas outras de conhecimento em saúde. O que torna todo o processo viciado, no qual questões traçadas pelo público, e que não coincidem com o planejamento e narrativa traçada pelo agente de saúde, não serão identificadas. Dessa forma, cria-se a ilusão de que o problema de informação sobre saúde no país está controlado, informação essa divergente da análise realizada no canal do *YouTube* “Drauzio Varella”.

Assim, constata-se que o distanciamento dos canais oficiais de seu público não é uma prática comum apenas no meio digital, mas sim uma marca enunciativa presente em todos os enunciados dirigidos, direta ou indiretamente, ao público geral, que por sua vez evocam o efeito de sentido de que as decisões institucionais que ditam o cotidiano.

[...] as práticas cotidianas são a base de decisões institucionais e do Estado e não o contrário. O entendimento que as decisões se orientam apenas ‘de cima para baixo’ revela um ponto de vista estático de avaliação dos acontecimentos escolares. Somente a análise histórica capta a relação dialética ou ‘via de dupla mão’ na determinação das medidas institucionais em relação às quais as práticas do cotidiano representam a orientação fundamental. (PENIN, 2011, p. 147)

**Considerações Finais**

Após analisar as estratégias seguidas pelos canais no *YouTube* “Ministério da Saúde” e “VídeoSaúde Distribuidora Fiocruz” para fomentar a divulgação de informações sobre saúde, especialmente sobre Saúde da Mulher, percebemos que a não conexão desses conteúdos com o micro cotidiano da audiência impossibilita que qualquer política de prevenção em saúde venha a alterar os índices citados no início deste artigo. Assim, para que as mesmas alcancem eficiência na aplicação, acreditamos que manter um canal aberto de comunicação atrelado a um design e linguagem específicos, como observado no canal “Drauzio Varella”, poderia aumentar a audiência dos canais oficiais e colaborar para melhores políticas de prevenção em Saúde da Mulher.

Fazer com que a produção e a divulgação científica considerem o Cotidiano em suas publicações, é fazer com que esta trabalhe no desenvolvimento dela mesma, alcançando o seu objetivo: informar, prevenir e transformar. Em tempos midiatizados, esta produção, que deveria ser a base de toda política pública, deve passar ainda mais a se atentar às interações que permeiam o micro cotidiano da população.

**Bibliografia**

ALMEIDA, M. S. B. Educação não formal, informal e formal do conhecimento científico nos diferentes espaços de ensino e aprendizagem. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação. **O professor PDE e os desafios da escola pública paranaense**, 2014. v. 1, (Cadernos PDE), Curitiba: SEED/PR.

CAMBRICOLI, Fabiana. 'A gente tem que se abrir para o futuro', diz Drauzio Varella sobre informação de saúde na Internet. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 fev. 2019, 2019. Disponível em: https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/a-gente-tem-que-se-abrir-para-o-futuro-diz-drauzio-varella-sobre-informacao-de-saude-na-internet,fa4c525c34e96922027a564af50896bfabyyxpfg.html. Acesso em: 01 ago. 2020.

CANAVILHAS, João; TORRES, Vitor; LUNA, Diógenes de. Da audiência presumida à audiência real: Influência das métricas nas decisões editoriais dos jornais online. **Mediápolis**, Coimbra, n. 2, 2016, p. 135-149.

CANDOTTI, Ennio. Ciência na educação popular. In. MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fátima. **Ciência e público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002.

CEPAS, Tiago. **Quanto custa tratar um paciente com câncer no SUS em 2016**. Abrale, Observatório de Oncologia, 01 set. 2016. Disponível em: https://observatoriodeoncologia.com.br/quanto-custa-tratar-um-paciente-com-cancer-no-sus-em-2016/. Acesso em: 01 ago. 2020.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro do leitor ao navegador**. São Paulo: UNESP. 1998.

GREIMAS, Algirdes Julien. **Sobre o sentido II:** ensaios semióticos. São Paulo: Nankin/Edusp, 2014.

INCA, Instituto Nacional do Câncer José Alencar Gomes da Silva. **Diretrizes brasileiras para o rastreamento do câncer do colo do útero**. 2 ed., Rio de Janeiro: INCA, 2011.

LIMA, N. R. M. et al. **Narcisismo na Rede:** o espetáculo do hiperindivíduo nas páginas do Facebook.Porto Alegre: PUCRS, 2016. Tese de Doutorado (Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), Porto Alegre: Faculdade de Comunicação Social, Pontifica Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2016.

MORAES, Roque. Análise de Conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, 1999, p. 7-32.

ONU. **Taxa de gravidez adolescente no Brasil está acima da média latino-americana e caribenha**, 2018. Disponível em: https://nacoesunidas.org/taxa-de-gravidez-adolescente-no-brasil-esta-acima-da-media-latino-americana-e-caribenha/. Acesso em: 01 ago. 2020.

OPAS/OMS; UNICEF; UNFPA. **Acelerar el progreso hacia la reducción del embarazo en la adolescencia en América Latina y el Caribe**. Informe de consulta técnica. Organización Panamericana de la Salud, Fondo de Población de las Naciones Unidas y Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia: Washington, EUA. 2018. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/34853/9789275319765\_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 26 jul. 2020.

PENIN, Sônia. **Cotidiano e escola**: a obra em construção: (o poder das práticas cotidianas na transformação da escola), 2. ed., São Paulo: Cortez Editora, 2011.

SAÚDE, Ministério da. **Câncer de mama:** vamos falar sobre isso?. 5 ed., Rio de Janeiro, RJ, 2019.

SAÚDE, Ministério da. **Informe técnico sobre a vacina Papilomavírus Humano (HPV) na Atenção Básica.** Brasília, 2014.

SAÚDE, Ministério da. **Manual de adesão ao Programa Saúde na Escola.** Brasília**:** 2019**.** Disponível em: http://189.28.128.100/dab/docs/portaldab/documentos/pse/ manual\_adesao\_2019\_20.pdf. Acesso em: 01 ago. 2020.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação:** Diversidade, descolonização e redes. 2 ed., Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.

STASIAK, Daiana. As estratégias de visibilidade e interação das organizações na sociedade midiatizada. In: GONÇALVES, Gisela, LISBOA, Flavi. **Novos Media e Novos Públicos**, v. III. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

UNIÃO, Tribunal de Contas da. **Política Nacional de Atenção Oncologica**. Brasília, 2012. Disponível em: https://portal.tcu.gov.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?inline=1&fileId= 8A8182A14D6E85DD014D7327C2B15507. Acesso em: 01 ago. 2020.

UNIDAS, Fundo de População das Nações. **Brasil tem maior taxa de gravidez adolescente da América do Sul.** Nações Unidas Brasil, UNFPA, 17 out. 2017. Disponível em: https://nacoesunidas.org/brasil-tem-setima-maior-taxa-de-gravidez-adolescente-da-america-do-sul/. Acesso em: 01 ago. 2020.

WHITE, D. C.. *The ‘gate keeper’: A case study in the selection of news*.**Journalism Quaterly**, v. 27, 1950, p. 383-390.

WHITE, Robert A. Recepção: a abordagem dos Estudos Culturais. **Comunicação e Educação**, v. 12, 1998, p. 57-76. UNFPA. **Situação da População Mundial 2017**. Nova York: Fundo de População das Nações Unidas. 2017. Disponível em: https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/PT\_WEB-SWOP2017-Report.pdf. Acesso em: 26 jul. 2020.

1. Estudante de Jornalismo, bolsista PIBIC e integrante do grupo Educ@mídias, do curso de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense. brunarezendeleite@gmail.com [↑](#footnote-ref-5386)
2. Mestre e Doutor em Design pela PUC-Rio, Mestre em Educação e Linguagem pela USP. Professor do corpo permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense e do curso de Graduação em Jornalismo da UFF. alexandre.farbiarz@gmail.com. [↑](#footnote-ref-2)
3. Plataforma online de monitoramento de dados sobre a oncologia no Brasil. Disponível em: <https://observatoriodeoncologia.com.br/#inicio>. Acesso em: 26 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-3)
4. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45196-saude-e-mais-tres-ministerios-firmam-carta-compromisso-para-prevencao-da-gravidez-na-adolescencia>. Acesso em: 27 mar. 2020. [↑](#footnote-ref-4505)
5. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCqiD87j08pe5NYPZ-ncZw2w>. Acesso em: 25 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-4)
6. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/drdrauziovarella/about>. Acesso em: 25 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-5)
7. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/drdrauziovarella/featured>. Acesso em: 15 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-6)
8. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/MinSaudeBR>. Acesso em: 25 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-7)
9. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/VIDEOSAUDEFIO>. Acesso em: 25 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-8)
10. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/pesquisa-e-ensino>. Acesso em: 25 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-9)
11. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EeEi2jVvwnc&t=23s>. Acesso em: 26 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-10)
12. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v-zsk1fKqUI>. Acesso em: 26 jul. 2020. [↑](#footnote-ref-11)
13. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/656592204466843/>. Acesso em: 27 mar. 2020. [↑](#footnote-ref-12)
14. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/1551481971773825/>. Acesso em: 30 mar. 2020. [↑](#footnote-ref-13)
15. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/605758403102959/>. Acesso em 27 mar. 2020. [↑](#footnote-ref-14)
16. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v-zsk1fKqUI&t=44s>. Acesso em: 01 ago. 2020. [↑](#footnote-ref-15)