



Defenda o SUS! Podcast como ferramenta de comunicação em saúde

Sandra Riter Machado ⁱ 
Cristianne Maria Famer Rocha ⁱⁱ 

RESUMO

Os *podcasts* são uma inovação relativamente recente tendo se mostrado como uma ferramenta de comunicação bastante interessante. Semelhantes a programas de rádio, diferenciam-se por ficarem hospedados em plataformas às quais o ouvinte pode ter acesso a qualquer momento. Podem ser realizados por um indivíduo ou um grupo, mais ou menos fixo, podendo utilizar-se de diferentes estratégias de interação e abordando temas variados. Desenvolvimento: O objetivo do artigo é descrever a experiência de criação do *podcast Defenda o SUS!*, no âmbito do Curso de Bacharelado em Saúde Coletiva da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). A partir da solicitação de um trabalho de uma disciplina do Curso, em formato de *podcast*, foi pensado como seria interessante, diante da campanha de desinformação vigente no país e das estratégias de fragilização e destruição do Sistema Único de Saúde (SUS), criar-se um programa que pudesse abordar temas desconhecidos pela população em geral e que tivessem um formato agradável e amigável, que pudesse ser ouvido na realização de outras atividades. O *podcast* tem um formato que não ultrapassa uma hora de duração, tendo temas e estratégias variados, com informações sobre saúde a populações específicas por meio de entrevistas com pessoas que contam suas experiências de formação e atuação no campo da Saúde Coletiva. Resultados: O projeto é recente, mas já foi possível perceber que é uma estratégia que facilita o desenvolvimento de diversas competências de Comunicação em Saúde. Conclusão: A materialidade dá-se no exercício de escrita e de síntese na sua criação; assim representando uma inovação no campo da Comunicação em Saúde, para a construção de um produto barato e acessível a uma parcela da população que não tem outros meios para ampliar seus conhecimentos sobre saúde e informações fidedignas sobre variados temas.

Palavras-chave: saúde coletiva; comunicação em saúde; podcast.

Defenda o SUS! Podcast como herramienta de comunicación en salud

RESUMEN

Los *podcasts* son una innovación relativamente reciente mostrándose como una herramienta de comunicación muy interesante. Semejantes a programas de radio, se diferencian por estar hospedados en plataformas a las cuales el oyente puede tener acceso en cualquier momento. Pueden ser realizados por un individuo o un grupo, más o menos fijo, pudiendo utilizarse de diferentes estrategias de interacción y abordando temas variados. Desarrollo: El objetivo del artículo es describir la experiencia de creación del *podcast Defenda o SUS!*, en el ámbito del Curso de Licenciatura en Salud Colectiva de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS). A partir de la solicitud de un trabajo de una disciplina del Curso, en formato de *podcast*, fue pensado lo interesante de, ante la campaña de desinformación vigente en Brasil y de las estrategias de fragilización y destrucción del Sistema Único de Salud (SUS), crear un programa que pudiese abordar temas desconocidos por la población en general y que tuviesen un formato agradable y amigable, que pudiese ser oído mientras se realizan otras actividades. El *podcast* tiene un formato que no supera una hora de duración, teniendo temas y estrategias variados, con informaciones sobre salud a público específico por medio de entrevistas con personas que cuentan su experiencia de formación y actuación en el campo de la Salud Colectiva. Resultados: El proyecto es reciente, pero ya fue posible percibir que es una estrategia que facilita el desarrollo de diversas competencias de Comunicación en Salud. Conclusión: La materialidad se da en el ejercicio de escritura y de síntesis en su creación; representando así una innovación en el campo de la Comunicación en Salud, para la construcción de un producto barato y accesible para una parte de la población que no tiene otros medios para ampliar sus conocimientos sobre salud e informaciones fidedignas sobre varios temas.

Palabras clave: salud colectiva; comunicación en salud; podcast.



1. INTRODUÇÃO

(...) um bom comunicador não se constrói a partir da obediência a um único caminho fixo, dogmático e ‘verdadeiramente revolucionário’; mas sim a partir do uso de suas próprias dores, amores, traumas, desejos e dificuldades como fontes constantes de inspiração para a construção da forma e do conteúdo que alguém pretende trazer ao público. (Lucas Machado, comunicador marxista e integrante do Tese Onze, grifo no original)

O presente artigo tem como tema central o *podcast Defenda o SUS!* como uma estratégia de Comunicação, Promoção e Educação da Saúde e como objetivo relatar a experiência de criar, produzir e divulgar este *podcast*.

A partir da solicitação de realização de uma atividade acadêmica na Unidade de Produção Pedagógica Saúde, Sociedade e Humanidades IV do curso de graduação em Saúde Coletiva da UFRGS, foi criado um *podcast* voltado para temática relativa à saúde, tendo como enfoque principal a defesa do Sistema Único de Saúde (SUS), a partir da demonstração da importância que este tem sobre a vida da população.

Com a pandemia do SARS-Cov 2, a partir de fevereiro de 2020, no Brasil, diante da magnitude dos impactos causados sobre a saúde da população mundial e, especialmente, sobre a população brasileira, sentiu-se a necessidade de seguir realizando-se o *podcast* com outras temáticas, daí nasceu a ideia do *Defenda o SUS!*. Identificou-se, no início, a importância de abordar as temáticas de forma a levar até o público informações que antes eram mais restritas aos meios acadêmicos e científicos e com os quais a maioria das pessoas não têm familiaridade, tais como as formas de contágio, o uso de máscaras, a disponibilização de vacinas, entre outros temas.

Diante das chamadas *fake news* ou *wrong news*¹, principalmente em relação à Covid-19, faz-se necessário buscar-se informações em fontes seguras, de forma a combater a desinformação.

Nesse sentido, o *podcast Defenda o SUS!* pode ser uma importante ferramenta para o debate e a troca de informações e de conhecimentos acerca de saúde, ciências e

¹ *Fake news* são notícias falsas que consistem na disseminação de informações falsas ou boatos nos diversos meios de comunicação, principalmente em sites e em redes sociais, com o propósito de enganar ou ludibriar, e que tem grande efeito sobre a opinião pública. A internet potencializou esse uso por ser um meio no qual as informações ganham uma circulação mais veloz. Já as *wrong news* são notícias erradas, no sentido de serem informações que podem ter algum fundo de verdade e são tiradas de seu contexto, por atribuição de fatos a pessoas, etc. Podem ser intencionais ou não, quando checadas, essas informações em geral são corrigidas pelo veículo que as distribuiu.



políticas públicas, sem pretender, contudo, ser uma fonte detentora de verdades, mas principalmente um mecanismo para o incentivo à busca de conhecimentos e ao desenvolvimento de pensamento crítico, podendo ser utilizado na Comunicação, na Promoção e na Educação em Saúde.

Desafios para a consolidação da Comunicação no Sistema Único de Saúde

Desde a criação do Sistema Único de Saúde (SUS), há mais de 30 anos, muitos desafios têm sido encontrados pelos diversos atores envolvidos, o que dificulta sua consolidação e fortalecimento.

Mesmo com muitos avanços conquistados com políticas públicas voltadas ao Sistema, os desafios antigos permanecem e acabam somando-se a outros. Políticas econômicas de cortes e de retrocessos, principalmente no que tange ao financiamento deste, enfraquecem políticas já existentes e inviabilizam a criação e ampliação de outras.

Recentemente, a Emenda Constitucional (EC) nº 95 de 15 de dezembro de 2016, conhecida como Emenda Constitucional do Teto dos Gastos Públicos, alterou a Constituição brasileira de 1988 para instituir o Novo Regime Fiscal. Na prática, a EC 95/2016, congela os gastos públicos por 20 anos, provocando o agravamento do subfinanciamento da saúde, da educação e da proteção social. Em 2019, por exemplo, em relação ao SUS, a perda propiciada pela Emenda foi de R\$ 20 bilhões, segundo informação do Conselho Nacional de Saúde. Não obstante isso, no final de 2019, tivemos o início da pandemia da Covid-19, que levou à morte, até o momento, mais de 584 mil pessoas (dados de setembro de 2021) e ao colapso do Sistema, com falta de leitos, profissionais e insumos, além de um imenso número de pessoas com sequelas da doença, entre outros problemas ligados à mudança de rotina, perda de emprego e renda, e agravamento de problemas já existentes como a fome.

Em meio a tudo isso, “campanhas” difamatórias foram disseminadas, por meio de reportagens veiculadas nas mais variadas mídias, que enfatizaram e enfatizam os problemas do SUS, retratando-o de forma negativa, trazendo sempre o uso do discurso biomédico, que aborda as doenças, a falta de medicamentos, a dificuldade de acesso,



comparando-o de forma simplificada e superficial aos serviços privados de saúde, como se estes não fizessem parte de um mesmo Sistema, o qual faz a regulação da oferta e da qualidade dos serviços, além de não informar que serviços privados recebem recursos públicos na prestação destes.

Acrescenta-se, ainda, que segundo levantamento da *Revista Piauí*, o valor que o SUS cobrou dos planos de saúde foi de 5,7 bilhões de reais entre 2001 e 2019. Desse total, 4 bilhões foram pagos ou estão parcelados. Já 1,7 bilhão não foi pago – foi inscrito na dívida ativa da União ou suspenso judicialmente, por atendimentos realizados a usuários com planos de saúde, principalmente pela realização de tratamento para o câncer de mama. Essas informações, em geral, não circulam nos meios tradicionais de comunicação.

Com todas as dificuldades encontradas, o nosso sistema de saúde foi capaz de evitar um caos ainda maior na vigência da pandemia da Covid-19. No Rio Grande do Sul, por exemplo, o número de leitos SUS para tratamento da doença é de 3.415, enquanto os leitos privados são 884 (dados de 25 de julho de 2021), demonstrando a capacidade que os serviços públicos têm de atender à população - comparando-se ao atendimento privado - já que 71,5% dela depende dos serviços públicos (IBGE, 2019).

A percepção quanto ao SUS parece ter mudado um pouco, pois durante a vigência da doença, tem sido veiculadas reportagens que o apontam como um sistema eficaz que mesmo em meio à crise sanitária, foi capaz de absorver em grande parte seu impacto, e, mais adiante como único sistema a distribuir, de forma gratuita, as vacinas, com grande repercussão nas mídias tradicionais, além do apoio da classe artística e influenciadores nas redes sociais em detrimento da falta de uma campanha massiva pelo Ministério da Saúde.

Diante disso, verifica-se, ainda, o fato de o campo da Comunicação em Saúde não ter uma política nacional voltada de forma específica para o tema e para a inexistência de diretrizes do SUS, no sentido de fazer a divulgação de suas realizações. O setor de comunicação é visto, ainda, com uma ferramenta generalista, que é utilizada para a organização de processos de trabalho e de modificação de comportamentos que objetivam hábitos mais saudáveis, por meio, majoritariamente, de campanhas com



textos escritos. Isso posto, Teixeira e Cyrino (2013) alertam que é importante utilizar-se da comunicação como um meio de publicizar as ideias, concepções, ações e serviços, de forma a trazer transparência ao SUS. Nesse movimento, busca-se o diálogo e o debate público, trazendo aos usuários e trabalhadores protagonismo para que alcancem as mudanças desejadas.

Além disso, faz-se necessária uma maior participação dos agentes atuantes do setor saúde na criação e divulgação de informações acerca dos temas nos mais diferentes meios, da forma mais qualificada possível.

Atualmente, com o aumento do acesso e do uso de tecnologias de informação e comunicação, temos vivenciado diversas alterações na forma como produzimos e consumimos produtos de mídia. A internet, antes apenas consumida, hoje possibilita criação e compartilhamento de conteúdo nas mais diferentes mídias, constituindo-se como um novo espaço de troca e interação humana, o que Lévy (1999) chama de “ciberespaço”.

Segundo Lévy (1999, p.94), o ciberespaço constitui-se como “o espaço aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” que propicia o acesso à distância e a transferência de arquivos, utilizando-se de diversas ferramentas para a troca de mensagens, como o correio eletrônico, as conferências eletrônicas na qual se inserem os dispositivos de ensino em grupo, entre outros. Em relação ao ensino, os dispositivos são projetados para promover a discussão coletiva, a divisão de conhecimentos, as trocas de saberes, o acesso on-line a tutores, assim como o acesso a dados, hiperdocumentos e simulações, constituindo espaços de interatividade.

Mais adiante, Jenkins (2009) descreveu também as primeiras mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais, ocorridas desde os anos 2000, que provocaram o que se chama de “cultura de convergência”, na qual é crescente a substituição das mídias tradicionais por novas, incluindo a profusão de plataformas tecnológicas que propiciam a produção de conteúdos e seu compartilhamento que levam a uma interação midiática intensa com a migração de públicos para experiências inovadoras de entretenimento.



Essas mudanças foram e são tão constantes e intensas, que não somos mais meros consumidores (passivos), pois a interatividade propiciada pelas mais variadas mídias tornou as pessoas agentes que participam, interagem, criticam, produzem e difundem o que recebem. Dessa forma, por meio das conexões disponíveis, pode-se, mesmo com poucos recursos tecnológicos, escolher-se, compartilhar-se e criar-se conteúdos de mídias das mais diferentes formas, as constituindo como integrantes de comunidades cada vez mais ampla e de redes, nas quais circulam conteúdos que extrapolam limites geográficos (JENKINS, GREEN e FORD, 2014).

Embora esse ciberespaço pareça democrático em essência, temos acompanhado a grande concentração de dados em número pequeno de plataformas e empresas digitais, em sua maioria, privadas e concentradas em uma mesma região de um único país. Essa concentração fragiliza e ameaça os processos democráticos.

Recentemente, com o surgimento da pandemia da Covid-19, temos convivido com diversas informações que antes eram mais restritas aos meios acadêmicos e científicos, com termos bastante específicos com os quais a maioria das pessoas não tinha contato. Por exemplo: quantas vezes perguntamos qual foi a indústria farmacêutica que produziu a vacina que tomamos na Unidade Básica de Saúde? Sobre sua eficácia? Não que essas informações não sejam importantes ou que não tenham relevância. Contudo, o que seria mais importante diante de tantas perdas e de colapso do SUS e para enfrentar a maior pandemia de nosso século? A resposta é um conjunto de ações, nas quais está incluída a vacinação em massa, por exemplo. Não cabe, portanto, fazer às vezes de um *sommelier* de vacina². Cabe à população tomar uma decisão que, embora pareça individual, é coletiva.

Além dos problemas recorrentes e da pandemia, ainda estamos nos defrontando diariamente com as *fake news* e com as *wrong news*, com os movimentos antivacina, com o negacionismo propagado por entes políticos e a desinformação, isso tudo ao

² *Sommelier* de vacina: Tradicionalmente, o *sommelier* é o profissional especializado em bebidas alcoólicas, como vinhos, por exemplo. Recentemente a expressão começou a ser usada na Internet para identificar pessoas que passaram a se recusar a receber determinadas vacinas, dependendo da empresa farmacêutica fabricante. O ato de buscar e escolher determinadas “marcas” levou algumas prefeituras pelo Brasil a aprovarem leis que colocam no final da fila da imunização contra a Covid19, pessoas que se recusem ou insistam na escolha de imunizantes.



mesmo tempo em que tentamos nos proteger e sobreviver diante do caos sanitário. Essas informações entram em conflito com informações que são idôneas, e, infelizmente, causam uma série de problemas e agravamento da situação sanitária. As pessoas ficam confusas e desconfiadas, pois muitas das informações que recebem contrariam recomendações preconizadas por órgãos como a Organização Mundial da Saúde (OMS), como distanciamento social, uso de máscaras, higiene e imunização, colocando-as em risco de adoecimento e, no limite, morte pela Covid-19.

Ainda que o quadro atual - de crises sanitária, econômica e política - nos desmotive, faz-se necessário partir-se da indignação para uma ação mais efetiva, ocupando e reocupando espaços disponíveis e possíveis, nos quais a comunicação enquanto campo em disputa, se insere, para promover mudanças. Para o alcance dessas transformações, precisa-se, necessariamente, utilizar-se de todas as estratégias e ferramentas disponíveis, no campo da Informação, da Comunicação e da Educação, em articulação com o campo Saúde, de forma a não só levar informações sobre as realizações do SUS, como também ampliarmos as nossas possibilidades de interação com o maior número possível de pessoas em todos os níveis. O *podcast Defenda o SUS!* pretende, portanto, ser uma dessas ferramentas e estratégias.

Por que um podcast?

Segundo BUCCIONI (2020), a origem do nome *podcast* vem da junção do prefixo *pod* que faz referência à palavra *IPod*, equipamento da empresa *Apple* utilizado para a escuta de arquivos de áudio no formato MP3, com a palavra *broadcasting* que é a transmissão pública e massiva de informação, surgindo assim o termo *Podcasting* no ano de 2004. O *podcast* é semelhante a um programa de rádio, contudo se diferencia por ficar hospedado em plataformas (ou agregadores) às quais o ouvinte pode ter acesso a qualquer momento, escutando até mesmo quando está realizando outras atividades, podendo seguir os canais pelos quais tem interesse, recebendo avisos de atualização quando são postados novos episódios, como também deixando-os salvos para ouvir novamente, utilizando-se de computadores, *smartphones* e outros tocadores portáteis.



Com um crescimento cada vez maior, os *podcasts* têm se mostrado como uma ferramenta/estratégia de comunicação bastante interessante e potente. Nesse ano, a Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPod) divulgou uma pesquisa sobre o perfil de *podcasts* e os bastidores da produção (ABPod, 2020). Segundo essa pesquisa, a estimativa é que o Brasil tenha 34,6 milhões de ouvintes de *podcast*, praticamente 8% da população. O aumento na produção de conteúdo por meio dessa mídia foi observado no Brasil, desde o início de 2020. Mídias tradicionais de rádio e televisão também têm feito uso dessa ferramenta, assim como mídias independentes.

Os *podcasts* podem ser produzidos por um indivíduo ou um grupo específico, mais ou menos fixo, que pode trazer diferentes pessoas para entrevistas e “rodas de conversa”, também sobre os mais variados temas. Têm diferentes tempos de duração, podendo ser ouvidos trechos em diferentes momentos do dia. Contudo, para o projeto do *Defenda o SUS!* foi pensado um formato que não ultrapasse uma hora de duração, intercalando entrevistas com episódios mais curtos sobre outros temas no qual há a participação de uma só pessoa.

Dentro do universo da chamada “podoesfera”, o leque de temas é bastante variado: política, notícias, saúde, bem-estar, literatura, etc. A pesquisa apontou que os temas Cultura Pop e Política cresceram 13,1% em relação à pesquisa anterior, tendo o tema feminismo em números absolutos quase 700 respostas. Na figura abaixo, podem ser observados os temas mais acessados:



Figura 1: Tabela sobre interesses e preferências

Valores	2019		2018			
	Qtd	%	Qtd	%		
RESPOSTAS TOTAIS	16713	100,0%	22993		-6280	100,0%
Autoajuda	1264	7,6%	1021	4,4%	243	3,1%
Automotivo	361	2,2%	390	1,7%	-29	0,5%
Carnes	2977	17,8%	4096	17,8%	-1118	0,0%
Ciência	8734	52,3%	9924	43,2%	-1190	9,1%
Cultura Pop	10840	64,9%	11891	51,7%	-1051	13,1%
Economia / Educação financeira	3552	21,3%	4422	19,2%	-870	2,0%
Educação infantil	300	1,8%	481	2,1%	-173	-0,2%
Feminismo	3114	18,6%	3445	10,6%	669	8,0%
Filosofia	3359	20,1%	4003	17,4%	-644	2,7%
Games	5973	35,7%	8614	37,5%	-2641	-1,7%
Gastronomia	959	5,7%	3243	14,1%	-2284	-8,4%
História	7961	47,6%	9968	43,4%	-2007	4,3%
HQs	4124	24,7%	5928	25,8%	-1804	-1,1%
Humor e comédia	8878	53,1%	12320	53,6%	-3442	-0,5%
Investimentos	1778	10,6%	3339	14,5%	-1561	-3,9%
Línguas e idioma	3080	18,4%	4602	19,9%	-1502	-1,6%
Livros	3965	23,1%	4656	19,8%	-691	3,3%
Luta e consciência negra	1387	8,3%	1367	5,9%	20	2,4%
Maternidade / Paternidade	834	5,0%	901	3,9%	-67	1,1%
Medicina	714	4,3%	852	3,7%	-138	0,6%
Moda e Beleza	642	3,8%	345	1,5%	297	2,3%
Música	3159	18,9%	4475	19,5%	-1316	-0,8%
Notícias	5354	32,0%	6796	29,6%	-1442	2,5%
Nutrição	309	1,8%	760	3,3%	-451	-1,5%
Política	7128	42,6%	7942	34,5%	-814	8,1%
Psicologia	2949	14,1%	3050	13,3%	-701	0,8%
Sexualidade	2431	14,5%	2265	9,9%	166	4,7%
Tecnologia	6090	36,4%	9699	42,2%	-3609	-5,7%
TV & filmes	7090	42,4%	12224	53,2%	-5134	-10,7%
Viagens e destinos	2217	13,3%	2686	11,9%	-391	1,9%

Fonte: ABPod (2019)

O uso do podcast no campo da saúde

Qualquer pessoa que tenha acesso a um computador com microfone, programas de gravação e internet tem a capacidade de produzir conteúdos para serem difundidos por meio de *podcasts*. Este tipo de mídia tem sido empregado em diferentes contextos educacionais, principalmente no nível superior e no ensino de línguas estrangeiras.

Nesse sentido, foram diversas as estratégias para o ensino em todos os seus níveis, com a criação e compra de plataformas digitais por governos, escolas e universidades (ensino, pesquisa e extensão). Para atingir os mais variados públicos, são utilizadas, de forma simultânea, diversas mídias para a distribuição dos conteúdos e sua divulgação. No caso do *podcast Defenda o SUS!* os episódios são distribuídos em



diversas plataformas, sendo o *Spotify* a mais utilizada pelo público, e as redes sociais *Instagram* e *WhatsApp* são as ferramentas utilizadas para a sua divulgação.

Como indicado na seção anterior, houve um incremento da audiência de *podcasts* no Brasil, o que demonstra uma abertura de espaço para a difusão da ciência, principalmente em relação ao tema da Saúde.

Portanto, diante desse potencial para a dinamizar o fluxo de dados e de informações propiciado por esse formato de mídia, ele foi escolhido porque pode contribuir em ações de Comunicação, Promoção e Educação da Saúde e se mostra como uma importante ferramenta, o que colabora para a produção de conhecimento em redes, além de ampliar o leque de canais já existentes e, como consequência indireta, que o acesso a serviços de saúde seja facilitado. Programas de áudio em outros materiais audiovisuais, como DVDs e vídeos *on-line*, necessitam ser acessados em locais específicos, como também demandam uma atenção maior de seus ouvintes. O *podcast* tem uma vantagem bastante importante, pois pode ser ouvido em casa, no trabalho, no transporte e durante atividades físicas.

Dentre as características de mídias inseridas no campo Saúde, estão a troca de experiências pela possibilidade de debate entre profissionais não só da área, como também entre outros atores sociais, por meio de parcerias que vão envolver comunidades de determinados espaços territoriais. Um exemplo é o episódio número 6 (ver quadro 1) sobre o uso de máscaras, que circulou entre comunidades quilombolas da cidade de Porto Alegre e compôs as ações de prevenção ao novo coronavírus.

2. OBJETIVO GERAL

Descrever a experiência de criação, produção e divulgação do *podcast Defenda o SUS!*

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o artigo é o Relato de Experiência, que se constitui em um texto que descreve de forma precisa uma dada experiência que possa contribuir de forma relevante para uma determinada área de atuação. Trata-se de uma reflexão sucinta, a partir de uma organização estruturada pelo próprio autor, no qual possa



analisar aspectos que considere significativos para a compreensão da experiência que será relatada, indicando os aspectos positivos e as dificuldades identificadas na organização e no desenvolvimento da experiência acadêmica, os resultados e outros elementos que julgar pertinentes. O relato de experiência, de forma geral, deverá conter informações sobre o trabalho realizado, tais como aquelas relativas ao planejamento, execução e resultados alcançados, fazendo a relação entre teoria e prática, conhecimentos desenvolvidos e aplicados.

4. RESULTADOS

O projeto para a criação do *Defenda o SUS!*, como indicado antes, surgiu a partir de um trabalho acadêmico, em que se optou por realizar uma entrevista sobre Comunicação no campo da Saúde, que foi disponibilizada em formato de *podcast*, constituindo-se no primeiro episódio de uma sequência de outros, que abordam os mais diferentes temas, conforme o quadro 1:

Quadro 1: Episódios do *podcast Defenda o SUS!*

Nº Episódio	Data	Duração	Tema	Convidado	Repercussão (nº de acessos)	Link do episódio
001 - Comunicação em Saúde	18/10/2020	48 min	Comunicação em Saúde	Dr. Prof. Roger Flores Cecon (UFSC)	95	https://open.spotify.com/episode/461uibUyrDSNm0tzgpBlp4?si=98e6c4be28574096
002 - Carta de Ottawa (1986)	18/10/2020	5 min	Conferências Mundiais de Saúde	Não	71	https://open.spotify.com/episode/4XgwmJ22OVMlJnKRR56XTw?si=03dfacfa031e48db
003 - Publicidade e Infância	26/10/2020	38 min	Publicidade infantil em tempos de YouTube	Drª Profª Maria Clara Monteiro (UFRGS)	53	https://open.spotify.com/episode/1T1TONoLSK1RtSy5cTKF1V?si=4ec74ed0c6a24291
004 - Femicídio e violência contra as mulheres	12/11/2020	59 min	Femicídio e violência contra as mulheres	Drª Prof.ª Stela Nazareth Meneghel (UFRGS)	44	https://open.spotify.com/episode/2dA7K38FFp0RHeQAV5HtdT?si=7703773d9a594bba
005 - Temos vacina, e agora?	09/02/2021	8 min	Vacinação contra o novo coronavírus	Não	35	https://open.spotify.com/episode/76R8VEpGqV2Apzu8xE9ar2?si=9a5d82df94b24422
006 - Com que máscara	25/03/2021	15 min	Uso de máscaras para	Não	35	https://open.spotify.com/episode/7DIrMbp383td6acII3B2XB?si=7138



eu vou?			a prevenção ao novo coronavírus			5339dd544703
007 - E o kit covid?	15/04/2021	44 min	Tratamento precoce contra o coronavírus	Dr. Prof. André Demambre Bacchi (UFR)	28	https://open.spotify.com/episode/61ey5vtOskBTt5nnML19o1?si=73d70ef1804c4584
008 - Farmacovigilância	05/05/2021	58 min	Medicamentos e vacinas	Prof.ª Dr.ª Roberta Dorneles Ferreira da Costa Silva (UFRGS)	28	https://open.spotify.com/episode/6Qd1Xd8XY5NyEXVatvWd61?si=69028577a3624d65

Fonte: dados da autora (2021)

Os episódios estão hospedados nas seguintes plataformas/agregadores: *Spotify*, *Anchor FM*, *Google Podcasts*, *Breaker*, *PocketCasts*, *RadioPublic* e *Deezer*. Os agregadores estão disponíveis tanto por acesso pela *web* quanto por meio de aplicativos.

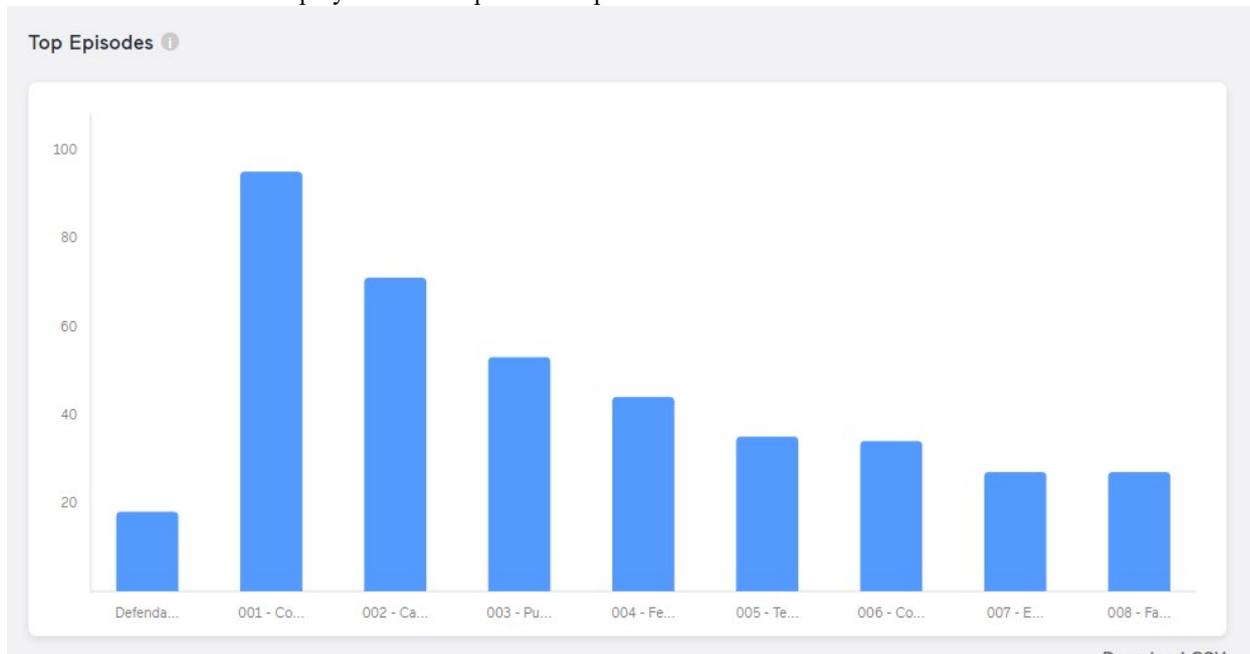
O processo de criação de cada episódio passa pelas seguintes fases:

- Definição do tema;
- Pesquisa de áudio para a introdução do episódio (*download* e edição no aplicativo *Audacity*);
- Definição da participação ou não de um entrevistado;
- Pesquisa bibliográfica sobre o tema;
- Pesquisa e edição da capa do episódio (feita no *Google Apresentações*);
- Revisão do roteiro de perguntas;
- Organização e combinação de datas para a gravação;
- Gravação do episódio pela plataforma *Google Meet* (conta disponibilizada pela UFRGS que possibilita essa gravação);
- Download da gravação e edição no aplicativo *Audacity*;
- Montagem e nova edição no aplicativo *Anchor*;
- Finalização, descrição do episódio e distribuição pelo aplicativo *Anchor* aos agregadores de *streaming*;
- Divulgação nas redes sociais *Instagram* e *WhatsApp*;
- Acompanhamento da repercussão de cada episódio e reforço da divulgação.

Até o momento, o *podcast* foi acessado 407 vezes (dados de 6 de setembro de 2021), distribuído conforme gráfico 1:



Gráfico 1: Número de “plays” de cada episódio do podcast

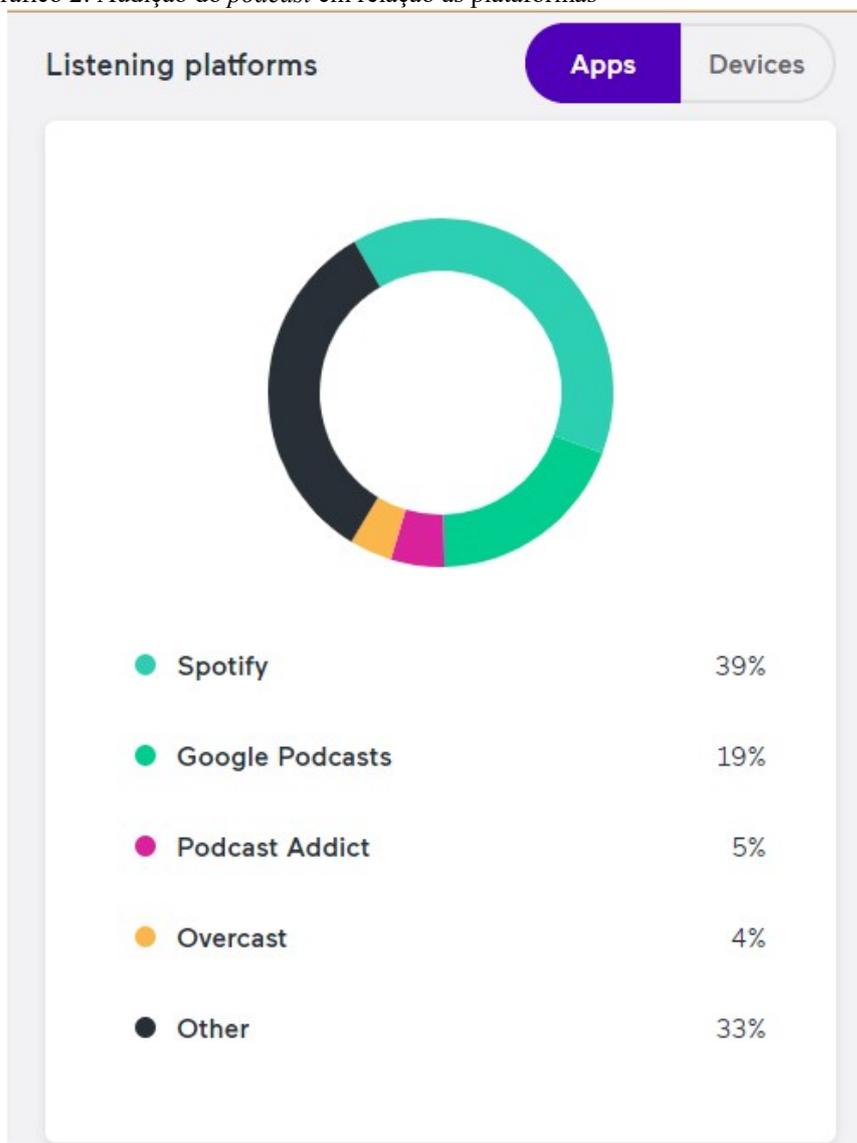


Fonte: Anchor FM (2021)

Quanto às plataformas (ou agregadores), o *podcast* foi escutado conforme gráfico abaixo:



Gráfico 2: Audição do *podcast* em relação às plataformas



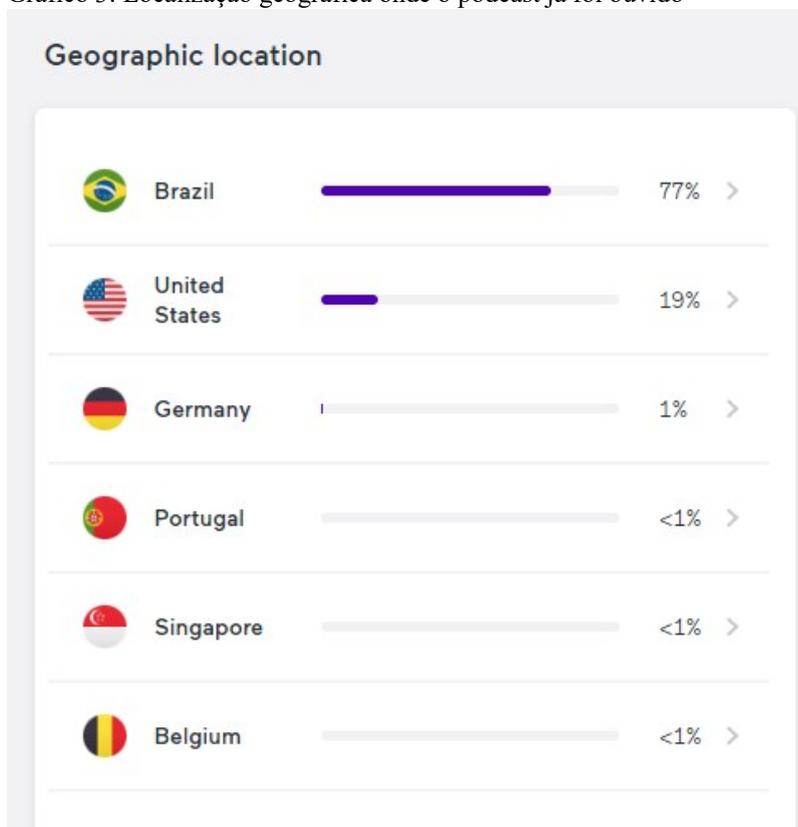
Fonte: Anchor FM (2021)

O gráfico abaixo mostra o local onde o *podcast* foi ouvido, segundo informações de IP³ colhidas pelo aplicativo Anchor FM.

³ IP (Internet Protocol): Segundo a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Lei do Marco Civil da Internet), é o código atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo padrões internacionais. É um número exclusivo, como um CPF, por exemplo, identificando computadores e outros dispositivos de acesso à Internet. Por meio dele, alguns dados de acesso são utilizados pelas mais diferentes plataformas, que coletam dados de localização, entre outros.



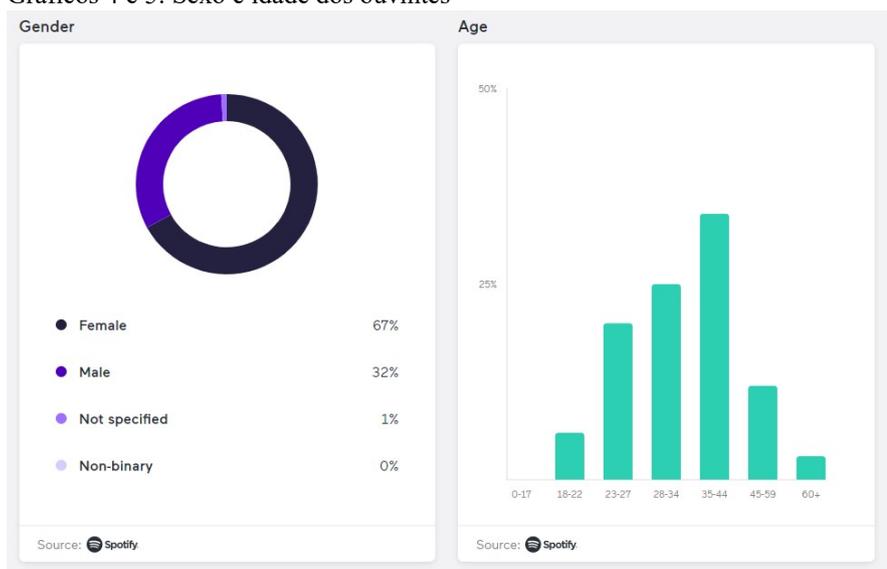
Gráfico 3: Localização geográfica onde o podcast já foi ouvido



Fonte: Anchor FM (2021)

Já os gráficos abaixo mostram informações de acesso quanto ao sexo e à idade dos ouvintes:

Gráficos 4 e 5: Sexo e idade dos ouvintes



Fonte: Spotify (2021)



Desafios e dificuldades

São diversas as dificuldades encontradas para a realização dos episódios, principalmente as de caráter tecnológico, como por exemplo a falta de equipamentos mais adequados e de qualidade. Uma ideia inicial para dirimir esse problema foi a criação de uma campanha de financiamento coletivo pelo *site Apoia-se* (<https://apoia.se/defendaosuspodcast>) pela qual foi possível a compra de um microfone de melhor qualidade. Um problema ainda persistente é que o computador utilizado tem algumas limitações por ser de um modelo mais antigo. Os aplicativos e programas utilizados são gratuitos.

A Universidade Federal do Rio Grande do Sul possui estúdio de gravação de áudios e *podcasts*, que se chama Rede Multivídeos e que surgiu a partir da identificação de uma grande demanda da Educação a Distância, vinculada aos cursos de graduação, de pós-graduação, de extensão, na modalidade a distância, como também de cursos presenciais com ações a distância. Gravações podem acontecer nos estúdios da Rede, que disponibilizam equipamentos específicos como câmeras, isolamento acústico, iluminação e projeções. Os estúdios parceiros da Rede Multivídeos possuem especificidades de infraestrutura e recursos, podendo atender diferentes demandas para produção de vídeos ou áudios. As gravações em estúdio são ideais para videoaulas ou entrevistas. As gravações de áudios também podem ser realizadas como recurso acadêmico. Essa seria uma importante alternativa na produção do *podcast Defenda o SUS!*, mas ficou inviabilizada devido à pandemia da Covid-19.

A criação e manutenção deste projeto é um grande desafio, é uma produção independente sem nenhum incentivo financeiro, com uma equipe pequena.

5. CONCLUSÃO

Enquanto um projeto de Promoção, Comunicação e Educação em Saúde, o *podcast Defenda o SUS!* possibilitou o contato com diversas ferramentas tecnológicas, assim como a ampliação de conhecimentos sobre os mais variados temas, possibilitando novas interfaces do processo ensino-aprendizagem em nível de graduação. O exercício da escrita, o planejamento e a síntese para a produção dos episódios, a leitura de artigos



científicos e o contato com pesquisadores e professores da área da saúde, possibilita que, a cada novo episódio, se aprimorem essas novas habilidades e permita vislumbrar um campo de atuação para a autora desse artigo, assim como para os futuros sanitaristas em formação.

Além disso, é preciso considerar que este é um campo em disputa e que tem uma grande potencialidade. Com as restrições a atividades presenciais devido à pandemia, houve um aumento significativo do acesso a plataformas digitais, com o acesso à internet também num crescente, muito embora devemos lembrar que o acesso ainda é precário a uma parcela grande da população que sofre os efeitos das desigualdades e iniquidades presentes na sociedade brasileira.

Por fim, a materialidade dá-se no exercício de escrita e de síntese na sua criação; assim representando uma inovação no campo da Comunicação em Saúde, para a construção de um produto barato e acessível a uma parcela da população que não tem outros meios para ampliar seus conhecimentos sobre saúde e seus mais variados temas, uma vez que a disponibilidade dos conteúdos e informações científicas dá-se de forma gratuita. Dessa forma, a universidade pública cumpre seu papel de compromisso social para com a sociedade, não estando, portanto, restrita ao meio acadêmico.

6. REFERÊNCIAS

ABPOD, Associação Brasileira de Podcasters. *PodPesquisa 2019*. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-2019-Resultados.pdf>.

BRASIL, Conselho Nacional de Saúde. *Saúde perdeu R\$ 20 bilhões em 2019 por causa da EC 95/2016*. 28 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1044-saude-perdeu-r-20-bilhoes-em-2019-por-causa-da-ec-95-2016#:~:text=Desde%20que%20a%20Emenda%20Constitucional,tem%20diminu%C3%ADdo%20cada%20vez%20mais>.

BRASIL. *Lei 12.965 de 23 de Abril de 2014*. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 31 jul. 2021.



BUCCIONI, Tulio. *Podcast: você sabe o que é e qual a sua história?* Disponível em: <https://www.agenciajovem.org/wp/podcast-sabe-o-que-e-e-qual-o-seu-cenario/>. Acesso em: 15 out. 2020.

DANTAS-QUEIROZ, MARCOS V., WENTZEL, LIA C.P. and QUEIROZ, LUCIANO L. Science communication podcasting in Brazil: the potential and challenges depicted by two podcasts. *Anais da Academia Brasileira de Ciências* [online], v. 90, n. 2, p. 1891-1901, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0001-3765201820170431>.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

ROSSI, Amanda; BUONO, Renata. Planos de Saúde em Dívida com o SUS. *Revista Piauí*, São Paulo, 27 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/planos-de-saude-em-divida-com-o-sus/>.

TEIXEIRA, Ricardo Rodrigues; CYRINO, Antônio Pinthon. As ciências sociais, a comunicação e a saúde. *Ciências e Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v.8, p.151-172, 2003.

Sandra Riter Machadoⁱ

Graduanda em Saúde Coletiva pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Auxiliar Administrativo no Grupo Hospitalar Conceição

Contribuição de autoria: Planejamento da pesquisa, coleta e análise dos dados e organização do texto.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4563-5803>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4700791596283168>

E-mail: sandra.riter@ufrgs.br

Cristianne Maria Famer Rochaⁱⁱ

Doutora e Mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGEDU/UFRGS). Professora Associada II da Escola de Enfermagem da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e do Curso de Bacharelado em Saúde Coletiva.

Contribuição de autoria: Planejamento da pesquisa, coleta e análise dos dados e organização do texto.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3281-2911>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6227320473881539>

E-mail: cristianne.rocha@ufrgs.br

Editor responsável: Daniel Demétrio Faustino-Silva

Recebido em 31 de julho de 2021.



Aceito em 24 de setembro de 2021.

Publicado em 22 de novembro de 2021.

Como referenciar este artigo (ABNT):

MACHADO, Sandra Riter; ROCHA, Cristianne Maria Famer. Defenda o SUS! Podcast como ferramenta de comunicação em saúde. *Cadernos de Ensino e Pesquisa em Saúde*, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 127-145, 2021.