
Health Campaigns and the Deaf Person: the need for language accessibility in Libras

Campanhas em Saúde e a Pessoa Surda: a necessidade da acessibilidade linguística em Libras

Received: 2023-01-11 | Accepted: 2023-02-12 | Published: 2023-03-04

Gláucio de Castro Júnior

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3002-5308>
Universidade de Brasília- UnB, Brasil
E-mail: librasunb@gmail.com

Gildete da Silva Amorim Mendes Francisco

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5185-2092>
Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil
E-mail: gildeteamorim@id.uff.br

Daniela Prometi

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0133-075X>
Universidade de Brasília – UnB, Brasil
E-mail: danielaprometi@gmail.com

Erivaldo de Jesus Marinho

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4144-9918>
Instituto Federal da Bahia – Campus Salvador, Brasil
E-mail: erivaldomarinho@ifba.edu.br

ABSTRACT

The present study aimed to evaluate thematic campaigns in health carried out by the Ministry of Health in the period between 2014 and 2022 using observation strategies and critical analysis of the structure and composition of the contents offered and the possibility of implementing the communication process and the identification of the main noises identified between sender and receiver. We opted for campaigns with relevant themes among the most sensitive in the country's scenario. As a result, an analysis was obtained in eight previously selected categories, which was compiled in detail in the form of tables. With this study, it was possible to observe the relevance of inclusion and accessibility in national public health campaigns, which are powerful instruments in the dissemination of information about prevention and care, both personal and collective.

Keywords: Libras; Health; Linguistic Accessibility.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo avaliar campanhas temáticas em saúde veiculadas pelo Ministério da Saúde no período entre 2014 e 2022, utilizando-se de estratégias de observação e análise crítica sobre a estrutura e composição dos conteúdos oferecidos e a possibilidade de efetivação do processo de comunicação e a identificação dos principais ruídos identificados entre emissor e receptor. Optou-se por campanhas de temas relevantes dentre os mais sensíveis no cenário do país. Como resultado, obteve-se uma análise em oito categorias previamente selecionadas, que foi compilada em detalhes na forma de tabelas. Com este estudo, foi possível observar a relevância da inclusão e acessibilidade nas campanhas de saúde pública nacional, que são instrumentos poderosos na disseminação de informações sobre prevenção e cuidados, tanto pessoais como coletivos.

Palavras-chave: Libras; Saúde; Acessibilidade Linguística.

INTRODUÇÃO

A comunicação é um dos pontos mais sensíveis e relevantes a serem estudados na atualidade. É possível afirmar, sem qualquer hesitação, que é substancialmente impossível estabelecer qualquer relação, do interpessoal ao global, sem uma prática ativa, consciente e articulada da comunicação.

Ressalta-se ainda que, no contexto atual, não é possível estabelecer relações que se pretendam efetivas à margem do cenário midiático, obrigando à reflexão a respeito de um novo *locus*. Segundo Sodré (2002, p. 27) a comunicação “implica, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com referências concretas ou com o que se tem convencionalmente designado como verdade, ou seja, uma outra condição antropológica”.

Xavier (2005), por sua vez, define por mídia uma mediação criativa, que se encontra relacionada à inteligência humana e às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Devido ao caráter multifacetado da comunicação, ela vai além da estrutura emissor-canal-receptor, propondo um novo bios nesta estrutura, chamado bios midiático, caracterizado por uma nova consciência social não linear, contemplando sentidos diversificados.

Entretanto, apesar da propagada ação democrática e abrangente da mídia e das conexões em rede, a comunicação e dinamização do processo comunicacional e disponibilização de informações para a pessoa Surda segue sendo um desafio, tendo como um dos marcos mais sensíveis a comunicação em saúde. É evidente a relação entre comunicação e saúde, uma vez que as informações propagadas nos veículos de massa costumam permear a área da saúde. Desta forma, elas podem ser vistas como áreas estratégicas, que se interligam e são capazes de influenciar no comportamento e na tomada de decisões, tanto dos indivíduos, quanto da comunidade como um todo (BRAGA; MENEZES, 2014).

O uso da internet e das demais TICs vem se ampliando substancialmente, na medida em que crescem as políticas de democratização digital. No entanto, embora a disponibilização de informação cresça de forma exponencial, uma parcela da população, em especial as pessoas com deficiência auditiva, não são contempladas nesses processos, evidenciando, assim, uma lacuna e a falta de inclusão das pessoas surdas, dificultando o acesso à informação e de outras atividades. Dessa maneira, o ciberespaço se tornou uma ótima ferramenta de inclusão social, visto que, na contemporaneidade, o mundo gira em torno de tecnologias, como, por exemplo, as comunicações por meio de *chats*,

vídeo Chamadas, *e-mail*, entre outras possibilidades. Além disso, tais tecnologias facilitam também a busca de informações, além de oferecerem entretenimento *on-line* e oportunidades de emprego, contribuindo para que a pessoa surda tenha independência em sua cidadania (ANDRIOLI; VIEIRA; CAMPOS, 2013).

O Estatuto da Pessoa com Deficiência, Lei 13.146, de 6 de julho de 2015, apresenta em seu Art. 1º, de forma clara, seu objetivo: “[...] destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania”. Entretanto, cabe-nos apresentar o questionamento a respeito da possibilidade de se exercer a plena cidadania percebendo-se à margem das estratégias de bem-estar, prevenção e promoção da saúde para as pessoas Surdas.

Dentre os tipos de deficiência, podemos apontar a surdez, que pode ser compreendida como a diminuição e a inexistência da capacidade de percepção de alguns tipos de sons (MONTEIRO et al., 2016), como uma das mais negligenciadas nos processos de inclusão comunicacionais.

Esta experiência é entendida quando a falta da audição prioriza a visão como meio de comunicação, relacionando os outros sentidos como estratégias complementares. Diante disso, a cultura surda ganha espaço a partir da representação por meio da língua de sinais, e com isso consegue se expressar, estudar, compreender e interagir com o mundo (GONÇALVES ALVES; FRASSETTO, 2015; PERLIN; MIRANDA, 2003).

A Língua Brasileira de Sinais (Libras), oficializada pela Lei 10.436, de 24 de abril de 2002, exerce um papel fundamental na forma de instrumento para auxiliar o surdo, na interpretação, produção e reprodução de conteúdo da língua escrita, sejam eles palavras, frases, entre outros. Salienta-se que esta forma de linguagem consegue obter a mesma funcionalidade que a oralidade/escrita possui com pessoas não surdas (PEIXOTO, 2006). Com a aprovação dessa lei, a Libras se tornou oficialmente reconhecida como um meio de comunicação e expressão, fazendo com que o Brasil se tornasse um país que fala duas línguas, ou seja, bilíngue (BRITO et al., 2012). Mesmo após este importante marco, seguem à margem do processo as estratégias para a comunicação em saúde com a pessoa Surda, desde o contato mais incipiente e cotidiano dos profissionais de saúde até as grandes campanhas de mídia em saúde, objeto deste estudo.

Nesse sentido, o papel central da mídia se dá na possibilidade de disponibilizar informações, conteúdos e opiniões diferenciadas, buscando uma efetividade na comunicação entre emissor e receptor, possibilitando, assim, que o sujeito social seja

passível de construir suas ideologias e valores sem nenhum tipo de interferência ou inserido em um mix de referências múltiplas (ROSSONI; MOTTA, 2017). Neste universo de possibilidades, a comunicação em saúde formal, estabelecida pelos órgãos oficiais do Estado, ganha terreno e consolida-se a partir da ampliação de frentes de alcance e individualização de discurso de acordo com os segmentos pretendidos como público destinatário do conteúdo desejado.

Por outro lado, apesar dos avanços em pesquisa na área, a comunicação em Saúde, nos dias de hoje, ainda carece de atenção. Nota-se a importância estratégica da necessidade de uma boa gestão de conteúdo, cabendo-nos o papel de lançar um olhar sobre suas possibilidades.

As campanhas promovidas pelo Ministério da Saúde no Brasil, por se caracterizarem pela presença em diversos níveis estratégicos, desde a grande mídia tradicional, passando pelas mídias sociais até as formas mais criativas e focadas de comunicação, foram escolhidas como foco de análise deste artigo. Sendo assim, o objetivo deste estudo é avaliar as campanhas temáticas em saúde veiculadas pelo Ministério da Saúde a partir de estratégias de observação e análise crítica sobre a estrutura e composição dos conteúdos oferecidos e a possibilidade de efetivação do processo de comunicação e a identificação dos principais ruídos verificados entre emissor e receptor.

METODOLOGIA

Como referência para o desenvolvimento deste artigo, optou-se pela definição baseada no entendimento de mídia como um conjunto de dinâmicas e estratégias que permitem uma abordagem mais ampla de comunicação, precisamente quando se identifica um modelo onde os papéis de emissor e receptor se conjugam, criando-se um fluxo contínuo e inesgotável de informações. A comunicação em saúde pode ser compreendida como o estudo e adoção de estratégias de comunicação, com a função de informar e influenciar as decisões de forma individual e coletiva, no sentido de promoverem saúde às pessoas. Esta definição é considerada bastante ampla, pois consegue englobar todas as áreas em que a comunicação é relevante na área da saúde.

Além da promoção da saúde, outras finalidades são identificadas em suas mensagens, tais como: prevenir doenças, evitar danos à saúde, sugerir e mudar comportamentos, informar sobre a saúde, informar sobre a recomendação de exames, recomendar medicamentos, recomendar medidas preventivas, entre outras (TEIXEIRA, 2004).

Para esta análise, foram escolhidas três campanhas oficiais entre os anos de 2013 e 2022, tratando de temas recorrentes dentre os mais destacados nas estratégias permanentes no histórico de campanhas dos últimos anos: imunização, dengue (com destaque para a recente associação do tema *chikungunya*) e HIV/Aids.

Associado à revisão bibliográfica, foi elaborado um quadro para dissecção e análise de conteúdo apresentado no cartaz principal das campanhas. Tal escolha de organização expositiva se deve ao fato de que os cartazes contemplam um conjunto de informações que representa a identidade visual das campanhas. Para cada um deles, a pesquisa se desdobra em abordar as principais questões envolvidas, especialmente no que se refere à inclusão e acessibilidade para pessoas Surdas.

Desse modo, são propostas as seguintes categorias para análise, que ao todo formam o instrumento desenvolvido especialmente para este artigo: 1) Cartaz; 2) Personagem; 3) Cenário; 4) *Slogan*; 5) Texto Complementar; 6) Mensagem; 7) Elementos Diversos; e 8) Acessibilidade.

Particularidades da comunicação com a pessoa Surda

No final do século passado, os grupos de indivíduos considerados como vulneráveis e especiais tornaram-se foco dos olhares da comunidade global. Esses grupos são compostos por pessoas que apresentam algum tipo de deficiência ou especificidade em sua individualidade, podendo apresentar características que impeçam ou dificultem a execução de atividades sociais (SOUZA et al., 2017).

Dessa forma, uma nova dinâmica social começa a se delinear, onde os aspectos referentes à inclusão saem das teorias acadêmicas e específicas das relações terapêuticas e começam a fazer parte do cotidiano e da militância para uma sociedade mais justa e igualitária.

Considera-se como Surdo o indivíduo que possui perda auditiva e compreende o mundo por intermédio de experiências visuais, e manifesta a sua cultura por meio da Língua Brasileira de Sinais – Libras (BRASIL, 2005). Sobre a deficiência auditiva, no ano de 2010, no Brasil, segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012), existiam cerca de 344.206 pessoas com deficiência auditiva que não conseguem escutar nenhum tipo de som, e 1.798.967 pessoas que possuem profundas dificuldades auditivas. As pessoas Surdas encontram muitas barreiras na comunicação, em especial com aqueles indivíduos, incluindo os profissionais da saúde, que são ouvintes e desconhecem a Língua Brasileira de Sinais – Libras (PIRES; TIGRE ALMEIDA, 2016).

Para os surdos, comunicar-se é um ato de poder, e esse direito de utilizar a sua língua não pode ser negado (CHAVEIRO; BARBOSA, 2005). Além disso, a língua de sinais vai além de se comunicar, pois é por meio da Libras que o indivíduo consegue expressar suas subjetividades e identidades (ALMEIDA, 2015).

Em sua grande maioria, os Surdos não possuem problemas visuais, diante disso, há um imaginário popular de que a língua escrita seria uma boa alternativa para a sua comunicação. No entanto, o Português é considerado como uma segunda língua, assemelhando-se a um idioma estrangeiro. Perante isso, assim como o aprendizado de um novo idioma apresenta dificuldades, o português, para o Surdo, é considerado demasiadamente difícil de aprender (CHAVEIRO; BARBOSA, 2005).

O indivíduo Surdo costuma enfrentar muitas dificuldades no seu dia a dia, de forma sensível, em relação ao acesso à saúde. As principais queixas se voltam às barreiras na comunicação, como, por exemplo, marcar consultas por telefone; a falta de paciência por parte dos profissionais; e a ausência de intérpretes. Os insumos tecnológicos não costumam ser adaptados. Em relação, às políticas públicas, nota-se a exclusão: falta de legendas nas campanhas publicitárias e políticas, não há gratuidade nos transportes, filas preferenciais, entre outros. Além disso, há dificuldade nas condições socioeconômicas e a falta de qualidade nos serviços (IANNI; PEREIRA, 2009). Os indivíduos com deficiência auditiva podem enfrentar muitas dificuldades relacionadas à comunicação no atendimento à saúde (CARDOSO et al., 2006). Uma pessoa com deficiência auditiva severa, quando não convive habitualmente com pessoas que dominam a Libras, costuma se comunicar de todas as formas que lhe são possíveis, seja por meio de gestos, desenhos, imitações, leitura labial, entre outras.

Comumente, a comunicação do profissional da saúde com esta parcela da população se dá de forma bastante superficial, ao menos quando o paciente leva um acompanhante para auxiliar na intermediação da consulta. No entanto, é válido ressaltar que a presença do acompanhante não oferece oportunidade ao Surdo de expor as suas dúvidas e, até mesmo, respeitar a sua individualidade em relação à exposição (SANTOS; SHIRATORI, 2004). Em situações bem raras, tanto o profissional da saúde quanto a pessoa com deficiência auditiva possuem o domínio da Língua de Sinais, permitindo a comunicação direta entre o emissor e o receptor (CARDOSO et al., 2006).

Sobre o atendimento nas redes de serviços de saúde do Sistema Único de Saúde (SUS), ou nas empresas que possuem a concessão ou permissão de prestar serviços públicos de assistência à saúde, as pessoas surdas ou com deficiência auditiva têm, como

direito, um profissional habilitado para utilizar a língua de sinais, além de interpretar e traduzir (BRASIL, 2005). Quando o Surdo busca atendimento de saúde, em determinadas situações, o atendimento se torna mais fácil, pois, dependendo da condição clínica, o médico consegue realizar o diagnóstico mais rápido. No entanto, quando são doenças de causas que não são aparentes, o diagnóstico apresenta maiores dificuldades. Diante disso, exige maiores esforços de ambos os lados, do deficiente auditivo para expressar o que está sentindo, e do profissional da saúde para compreender os gestos e as expressões (CARDOSO et al., 2006).

Dessa forma, torna-se fundamental voltar as atenções para os processos de comunicação direta entre o surdo e os profissionais de saúde. Mais do que um simples modelo desenhado na teoria da comunicação clássica, é preciso considerar as questões éticas de direitos humanos e violações da convenção dos direitos da pessoa com deficiência, especialmente quando lhes é negada a possibilidade do acesso à informação correta e justa. Do mesmo modo, o direito de se comunicar, de se expressar em sua individualidade sem que precise se expor ou impor filtros de tradução, está sujeito aos possíveis riscos de erros e desvirtuações de mensagem em função da ausência ou desrespeito às políticas de inclusão concretas e democráticas.

Breve apresentação do cenário de campanhas do Ministério da Saúde no Brasil:

O grande precursor das campanhas de Saúde no Brasil foi o médico e sanitarista Oswaldo Cruz, por volta do ano de 1903, quando nomeado Diretor-Geral de Saúde Pública, função esta que correspondia ao cargo de Ministro da Saúde, iniciando as campanhas voltadas para o saneamento. Suas campanhas foram consideradas memoráveis, apresentando como tema o combate à febre amarela. Na época, o Rio de Janeiro levou o apelido de *Túmulo dos estrangeiros*, pois este período foi marcado por um alto número de óbitos de imigrantes, cerca de quatro mil (BRASIL, 2018).

Esta pesquisa também se dedicou a levantar algumas medidas recentes que dispõem de informações de saúde com acessibilidade em Libras. A Figura 1 ilustra um trecho que trata sobre atualização da caderneta de vacinação. Nota-se o uso do recurso de legenda e a presença da profissional tradutora e intérprete de Libras – autora do presente estudo.

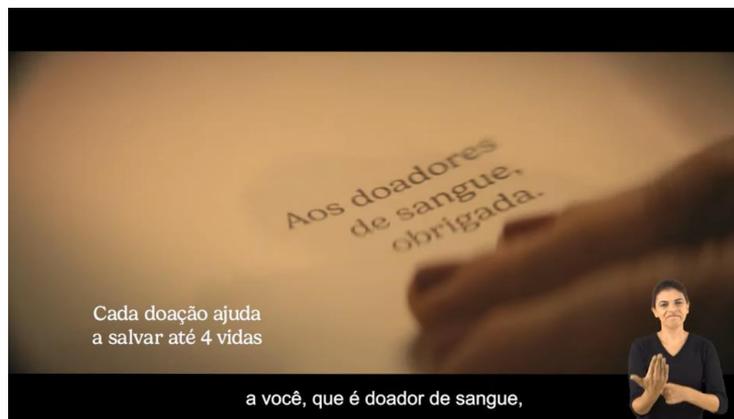
Figura 1 – Campanha de atualização da caderneta de vacinação



Fonte: Ministério da Saúde, 2022a.

A Figura 2 mostra uma campanha sobre incentivo à doação de sangue que tem o *slogan*: “Sua doação realiza sonhos e faz a diferença na vida de muita gente. Uma única doação de sangue pode ajudar a salvar a vida de até quatro pessoas. Procure o hemocentro mais próximo e seja um doador regular. Você doa, a vida agradece” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022d).

Figura 2 – Campanha nacional de doação de sangue



Fonte: Ministério da Saúde, 2022d.

Com a vinda da pandemia de covid-19 ao Brasil, o país sofreu com milhares de mortes até a chegada da vacina.

No ano de 2022, foram promovidas campanhas de vacinação. Na descrição do vídeo (Figura 3), encontra-se um dado relevante: “Foram mais de 500 milhões de doses

de vacinas distribuídas e vamos continuar aplicando” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022b).

Figura 3 – Campanha de vacinação contra a covid-19



Fonte: Ministério da Saúde, 2022b.

Além das primeiras doses, o governo buscou destacar a importância do reforço vacinal: “Fique atento às doses de reforço e procure um posto de vacinação para completar seu esquema vacinal. Em caso de sintomas, faça o teste” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2022e). A Figura 4 mostra uma das campanhas incentivando essa medida de prevenção.

Figura 4 – Campanha nacional de reforço da vacinação contra a covid-19



Fonte: Ministério da Saúde, 2022e.

Por fim, é válido mencionar que as campanhas de saúde podem ser compreendidas como ações que promovem o autocuidado e a prevenção de doenças de um determinado grupo populacional que é acometido pela doença/anomalia abordada (DORNELAS et al., 2014). Já na perspectiva de Sodré (2002, p. 26), o autor explica que: “[...] a linguagem

não é apenas designativa, mas principalmente produtora de realidade” – em outras palavras, pode ser entendida como uma mola propulsora nas estratégias de campanha.

Em ambas as afirmações, é possível identificar mais do que simplesmente a disponibilização de informações, mas a efetiva confirmação de um processo comunicativo que, quando bem-executado, converte-se em conhecimento e autonomia para o indivíduo.

Na saúde e na inclusão, temas deste artigo, torna-se imprescritível esta afirmação, tendo em vista a necessidade de um novo olhar tanto do prisma do emissor quanto do receptor.

Considerando toda a explanação sobre a temática, o próximo item traz em detalhes as campanhas selecionadas para análise e justificativa da pesquisa.

Na fase de análise, foram identificados os principais elementos de composição das peças indicadas, destacando as diferentes formas de apresentação do conteúdo referente à mensagem proposta.

RESULTADOS

A partir da análise combinada dos achados, é possível perceber um padrão estético e estratégico em relação ao material disponibilizado oficialmente em temas relevantes no cenário da saúde pública no Brasil, em referência a período recente, conforme as tabelas desenvolvidas para a elaboração deste artigo.

Destaca-se aqui a evolução da linguagem e da estética inseridas no período de veiculação das campanhas. A Tabela 1 detalha a análise da campanha *Vacinação em dia* com cada categoria mencionada.

O tema dessa campanha é imunização, com foco na atualização das vacinas presentes no calendário de vacinas disponíveis no SUS no protocolo tradicional, ou seja, excluindo-se as vacinas específicas para imunobiológicos especiais.

Não há uma vacina determinada em destaque, como exemplo, observam-se as estratégias voltadas para a vacinação contra poliomielite, onde o personagem Zé Gotinha teve sua origem. Apesar de ter como objetivo a imunização de crianças, a campanha busca mobilizar os responsáveis para que levem as crianças às Unidades Básicas de Saúde.

Tabela 1 – Campanha *Vacinação em dia* (2013)

Categorias	Análise
Cartaz	
Personagem	As crianças, na ilustração, estão dentro da faixa etária proposta na campanha (até cinco anos) e representam a pluralidade da população brasileira, com o objetivo de sensibilizar o público receptor por meio do autorreconhecimento.
Cenário	O cenário onde os personagens se encontram é ficcional, simulando um ambiente de dança, traçando uma conexão com o filme produzido para a campanha. Foram utilizadas cores quentes no <i>banner</i> , e o período selecionado pelo programa se contrapõe ao fundo do cenário em cores frias, dando-lhes destaque e dialogando com o rodapé, onde se encontram as informações complementares de destaque.
<i>Slogan</i>	A frase principal da campanha é consideravelmente objetiva e alcança satisfatoriamente o objetivo da campanha, está centrado na atualização das vacinas, sem que haja destaque para uma em especial. O período de vacinação também aparece como mensagem principal, associando-se graficamente à frase principal.
Texto Complementar	O texto complementar “Todas as crianças menores de 5 anos devem comparecer ao posto de vacinação para atualização da caderneta” encontra-se em cores diferentes, aplicado em uma faixa vermelha na parte inferior do cartaz.
Mensagem	A campanha é composta por uma mensagem única, visando à atualização da caderneta de vacinação.
Elementos Diversos	Encontram-se na parte mais baixa do cartaz os logotipos dos atores institucionais envolvidos. Essa presença se faz obrigatória em material oficial do governo. Da mesma forma, estão presentes o logotipo comemorativo dos 40 anos do Programa Nacional de Imunizações, assim como a frase “melhorar sua vida, nosso compromisso”.
Acessibilidade	Não há registro de estratégias de acessibilidade. Há uma criança com síndrome de Down, buscando uma estratégia de inclusão, assim como o reforço de que crianças com deficiência também são público destinatário da campanha.

Fonte: Autores, 2023.

A Tabela 2 detalha a análise da campanha *Dengue e chikungunya*, de 2014, com cada categoria avaliada. A campanha apresenta a febre chikungunya associada à dengue, doença já conhecida pelos brasileiros tanto em seus sintomas, quanto tratamento e prevenção. A proposta centra-se no objetivo de conectar as duas doenças ao mesmo mosquito e aos cuidados necessários para a prevenção.

Tabela 2 – Campanha *Dengue e chikungunya* (2014)

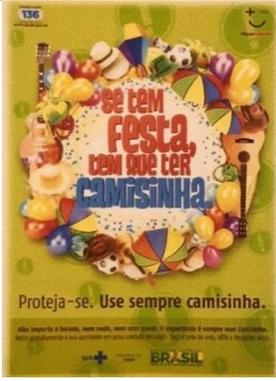
Categorias	Análise
Cartaz	
Personagem	<p>Não há personagens humanos. A campanha apresenta uma garrafa de plástico do tipo pet, importante criadouro das larvas do <i>Aedes Aegypt</i>, se transformando em uma nuvem de mosquitos, em uma explícita conexão entre o objeto e a multiplicação do inseto.</p>
Cenário	<p>Não há cenário, os elementos gráficos, visuais e textuais são aplicados em um fundo neutro para que possam receber o destaque necessário e potencializar o impacto das informações.</p>
<i>Slogan</i>	<p>A frase em letras com fonte reduzida traz as frases “O perigo aumentou. E a responsabilidade de todos também”, com referência à inclusão da nova doença à campanha antes exclusivamente direcionada ao combate e à prevenção das formas de transmissão da dengue.</p>
Texto Complementar	<p>O texto complementar da peça desta campanha traz o texto “convoque sua família e seus vizinhos para o combate aos criadouros de mosquito”. Há poucas referências à nova doença, centrando a mensagem na prevenção da proliferação dos focos do mosquito <i>Aedes Aegypt</i>.</p>
Mensagem	<p>A mensagem desta campanha centra-se na informação de que há uma doença associada à dengue pela combinação de texto principal e texto secundário, destacando com exclusividade a prevenção e atitudes que devem ser assumidas de forma individual e coletiva para evitar a proliferação do mosquito transmissor. Destaca-se a expressão “convoque”, imprimindo a relevância e urgência das ações solicitadas no objetivo proposto pela iniciativa.</p>
Elementos Diversos	<p>O cartaz apresenta algumas ilustrações de como se evitar a reprodução do mosquito, além dos logotipos dos atores institucionais envolvidos na iniciativa. Há um <i>botton</i> do lado esquerdo, localização privilegiado na produção gráfica, em destaque na cor vermelha, que traz a informação “dia D 6 de dezembro”, fazendo referência a um marco de iniciativas na produção da campanha.</p>
Acessibilidade	<p>Apesar do mote da campanha ser a prevenção do mosquito e a relação da pessoa surda seria privilegiada por mensagens visuais, seria arriscado afirmar que há uma estratégia de acessibilidade para pessoas com deficiência, tendo em vista que não é possível conectar diretamente essas ilustrações com o aparecimento ou destaque da nova doença.</p>

Fonte: Autores, 2023.

Da mesma forma, a Tabela 3 detalha a análise da campanha de prevenção às Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST's) e Aids. A campanha *Se tem festa tem que ter camisinha* representa uma peça, dentro das estratégias traçadas pela política de saúde pública, relacionada ao HIV/Aids dentro do calendário anual, considerando-se a permanência de estratégias diferenciadas e de temática exclusiva.

A campanha de 2014 tem como destino a população sexualmente ativa. Verifica-se, ainda, uma estratégia recorrente nas campanhas desta época do ano, onde o uso do preservativo é sempre o tema central. Nesta edição, a mensagem reforça a prevenção e a “necessidade de proteger-se” relacionada ao período de festas – como, por exemplo, o carnaval, que é uma das festividades do ano de maior concentração de pessoas nas ruas e em eventos de interação social.

Tabela 3 – Campanha *Prevenção às DST's e Aids* (2014)

Categorias	Análise
Cartaz	
Personagem	Não há personagens explícitos na peça de campanha, mas a apresentação de ilustrações diversas que reforçam a ideia de festejos e lazer buscando a autoidentificação de pessoas em todo o país.
Cenário	Não há cenário. As ilustrações e elementos gráficos e textuais são aplicados em um fundo verde, com círculos em tom mais escuro, apresentados em tamanhos variados, contendo sinais de exclamação, para reforçar a importância da mensagem que se pretende transmitir.
<i>Slogan</i>	O <i>slogan</i> “se tem festa tem que ter camisinha” faz uma referência a todo tipo de situação relacionada a festividades, em diversos níveis de grandeza, partindo do pressuposto que essas situações predispõem a contatos sexuais, associados muitas vezes a fatores que podem elevar o risco do sexo sem proteção, como o consumo de álcool ou mesmo a tradição de liberdade sexual associada a algumas datas, como o carnaval.
Texto Complementar	O texto complementar reforça, utilizando-se o modo imperativo, a necessidade do uso do preservativo em frase curta e objetiva. Ainda associado à mensagem secundária, encontra-se um texto, apresentado em fonte menor e menos destacada, a ideia plural a que se refere o conceito “festa” citado na mensagem principal, assim como a disponibilidade, de forma gratuita, dos preservativos nas Unidades de Saúde.

Mensagem	Apesar da contextualização e direcionamento para circunstâncias específicas, como no caso situações de festa, a mensagem se mantém fiel ao que o Ministério da Saúde busca reforçar tradicionalmente em suas campanhas relacionadas ao HIV/Aids “Proteja-se. Use sempre camisinha”.
Elementos Diversos	A imagem é composta por ilustrações e tem como eixo estruturante da mensagem elementos que remetem a situações festivas associadas às frases da campanha. O logotipo “positivo ou negativo fique sabendo” e os logotipos institucionais do governo, presentes nas publicações oficiais.
Acessibilidade	Não há iniciativas de acessibilidade na campanha exemplificada pelo cartaz. Ao contrário, a falta de foco e amplitude das informações visuais contidas na peça apresentada consolidam-se como ruídos na perspectiva da pessoa com deficiência no processo comunicacional e na possibilidade de conexão e compreensão da mensagem pretendida pelo emissor.

Fonte: Autores, 2023.

Por fim, pode-se dizer que as propagandas selecionadas e analisadas nesta pesquisa contemplam temas relevantes dentre os mais sensíveis no cenário da Saúde Pública no Brasil, assim como os de destaque com ações contínuas nas iniciativas institucionais e que são necessárias mais pesquisas na área da saúde da pessoa Surda para avaliação da efetiva acessibilidade linguística.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Wolney G. (Org.). **Educação de surdos**: formação, estratégias e prática docente [on-line]. Ilhéus, BA: Editus, 2015, 197 p.

ANDRIOLI, Mary Grace Pereira; VIEIRA, Claudia Regina; CAMPOS, Sandra R. L. Uso das tecnologias digitais pelas pessoas surdas como um meio de ampliação da cidadania. In: VIII Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Educação Especial, Londrina, PR. **Anais...**, p. 1.793--1.804, 5 nov. 2013. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/congressomultidisciplinar/pages/arquivos/anais/2013/AT04-2013/AT04-022.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2023.

BRAGA, Claudomilson Fernandes; MENEZES, Kalyane. As imagens do SUS na mídia impressa: um estudo dos jornais O Popular, Diário da Manhã e O Hoje. **Revista Anhanguera**, v. 25, n. 1, 2014, p. 32-40.

BRASIL. **Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002**. Regulamenta/Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras e das outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436.htm>. Acesso em: 19 jan. 2023.

BRASIL. Diário Oficial da União. **Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005**. Regulamenta a Lei 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras, e o art. 18 da Lei 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5626.htm>. Acesso em: 19 jan. 2023.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113146.htm. Acesso em: 19 jan. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Filme - Atualização da Caderneta 30 Seg.mp4**. 08 nov. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2021/atualizacao-da-caderneta-2021/acesse-as-pecas/filme-atualizacao-da-caderneta-30-segundos.mp4/view>. Acesso em: 19 jan. 2023.

BRITO, Patrick et al. Falibras: Uma ferramenta flexível para promover acessibilidade de pessoas surdas. In: International Conference on Computers in Education (TISE), Santiago, Chile.

CARDOSO, Adriane Helena Alves et al. Percepção da pessoa com surdez severa e/ou profunda acerca do processo de comunicação durante seu atendimento de saúde. **Rev Latino am enferm.**, v. 14, n. 4, p. 553-560, jul./ago. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-11692006000400013&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 19 de jan. 2023.

CHAVEIRO, Neuma.; BARBOSA, Maria Alves. Assistência ao surdo na área de saúde como fator de inclusão social. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 417-422, 2005.

DORNELAS, Conceição A. et al. Modelo experimental para estudos de ureterosigmoidostomia em ratas. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIRURGIA EXPERIMENTAL - I FÓRUM DE PESQUISA EM CIRURGIA TRANSLACIONAL, 2014, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2014.

GONÇALVES ALVES, Elizabete; FRASSETTO, Silvana S.. Libras e o desenvolvimento de pessoas surdas. **Aletheia**, Canoas, n. 46, p. 211-221, abr. 2015. ISSN: 1413-0394. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115048330017>. Acesso em: 19 jan. 2023.

IANNI, Aurea; PEREIRA, Patrícia Cristina Andrade. Acesso da comunidade surda à rede básica de saúde. **Saúde e Sociedade**, v. 18, supl. 2, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902009000600015>. Acesso em: 19 jan. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Campanha de atualização da caderneta 2021**. Filme – atualização da caderneta 30 seg. 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2021/atualizacao-da-caderneta-2021/acesse-as-pecas/filme-atualizacao-da-caderneta-30-segundos.mp4/view>. Acesso em: 19 jan. 2023.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Campanha de vacinação contra a Covid-19**. 2022b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nj-OSr9opGk>. Acesso em: 19 jan. 2023.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Campanha nacional de doação de sangue**. 2022d. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=FVtyJrief4s>, acesso em: 19 jan. 2023.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Campanha nacional de reforço da vacinação contra a Covid-19**. 2022e. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4Of6NQUJlco>. Acesso em: 19 jan. 2023.

MONTEIRO, Rosa et al. Surdez e Diagnóstico: narrativas de surdos adultos. **Psic. Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 32, n. spe, 2016.

PEIXOTO, Renata Castelo. Algumas considerações sobre a interface entre a Língua Brasileira de Sinais (Libras) e a Língua Portuguesa na construção inicial da escrita pela criança surda. **Cadernos Cedes. Educação, surdez e inclusão social**, Campinas, v. 26, n. 69, p. 113-280, mai./ago. 2006.

PERLIN, Gladis; MIRANDA, Wilson. Surdos: o narrar e a política. **Ponto de Vista – Revista de Educação e Processos Inclusivos**, UFSC/NUP/CED, Florianópolis, n. 5, 2003 (Estudos Surdos).

PIRES, Hindhiara Freire; TIGRE ALMEIDA, Maria Antonieta Pereira. A percepção do surdo sobre o atendimento nos serviços de saúde. **Revista Enfermagem Contemporânea**, v. 5, n. 1, 2016.

ROSSONI, Ana Carolina Gonçalves; MOTTA, Roberta Fin. A corrupção no contexto atual da mídia. **Est. Inter. Psicol.**, Londrina, v. 8, n. 1, p. 02-21, jun. 2017. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-64072017000100002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 20 jan. 2023.

SANTOS, Érika Machado; SHIRATORI, Kaneji. As necessidades de saúde no mundo do silêncio: um diálogo com os surdos. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, v. 06, n. 01, 2004. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fen>. Acesso em: 19 jan. 2023.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUZA, Maria Fernanda Neves Silveira de et al. Principais dificuldades e obstáculos enfrentados pela comunidade surda no acesso à saúde: uma revisão integrativa de literatura. **Revista Cefac**, v. 19, n. 3, p. 395-405, mai.-jun. 2017.

TEIXEIRA, José A. Carvalho. Comunicação em saúde: Relação Técnicos de Saúde – Utentes. **Análise Psicológica**, v. 22, n. 3, p. 615-620, Instituto Superior de Psicologia Aplicada, 2004.

XAVIER, Antonio Carlos dos Santos. **O hipertexto na sociedade da informação: a constituição do modo de enunciação digital**. 2005, 220 fl, il. Tese (doutorado), Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, 2005.