

Plano de Comunicação

Estratégias de diálogo com o Morro da Kibon

Santo André/SP

Fevereiro de 2026

Sumário

Introdução	03
1 – Marco institucional.....	05
2 – Definição de objetivos	06
3 – Definição dos participantes, do conteúdo e seu contexto	08
4 – Definição das estratégias, dos recursos e das responsabilidades	11
5 – Cronograma e avaliação	12
6 – Referências	13

Introdução

O presente **Plano de Comunicação** tem como ponto de partida e se insere no projeto **Pandemia e o Pós-Pandemia da covid-19 no alcance da Agenda 2030 em populações vulneráveis moradoras de núcleos de favela**, financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), ligado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Tal projeto de pesquisa e de intervenção, visa compreender como a pandemia e o pós-pandemia afetaram e afetam a qualidade de vida e o bem viver de populações vulneráveis moradoras em favelas. O foco é o alcance das metas da Agenda 2030 dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), considerando ainda a Estratégia Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (Encti) e o diagnóstico das Ciências Humanas, Sociais Aplicadas, Linguística, Letras e Artes (CHSSALLA), ou seja, a inclusão social, bem como a articulação científica junto às políticas públicas para a redução das desigualdades sociais.

Assim sendo, as evidências científicas serão produzidas para subsidiarem a construção de políticas públicas com vistas à melhoria dos principais indicadores socioeconômicos. Este estudo concentrou seus esforços na investigação na (e da) favela do Morro da Kibon (da qual trataremos com mais vagar no capítulo marco institucional). Partimos da hipótese de que a complexidade e multifatorialidade das questões que envolvem as vulnerabilidades necessitam de abordagens igualmente múltiplas e considerando os vários aspectos que integram os Determinantes Sociais de Saúde (DSS), bem como as metas da Agenda 2030/ODS, são essenciais para a melhoria das políticas públicas e, conseqüentemente, da qualidade de vida e saúde das populações que vivem em favelas.

Nesses termos, há de se destacar que é central, seja na citada pesquisa seja no plano de comunicação que a acompanha, a presença de governos, de organismos do terceiro setor, instituições de ensino e pesquisa, bem como de seus corpos de professores e pesquisadores para a identificação das necessidades e da produção de um bom diagnóstico com vistas a oferecer respostas que dialoguem com tais necessidades. Nas próximas páginas, apresentaremos algumas das análises que sustentam a presente proposta de um desenho estratégico para que uma comunicação efetiva – aqui entendida como

um diálogo que aproxime todos os atores/instituições envolvidos –, com foco naqueles que estejam em posições ainda mais vulneráveis em nossa estrutura social, possa ser alcançada. Para tanto, além das etapas que sustentarão um desenho estratégico de uma comunicação dialógica (Freire, 1983), é de fundamental importância que haja, a partir do seu desenvolvimento, um pré-teste para que, uma vez aprovado, ocorra sua implementação, com o devido monitoramento – essa, uma etapa fundamental para que possamos fazer uma avaliação de todo processo, que subsidiará os ajustes seguintes necessários.

Outro aspecto que se torna absolutamente relevante é a menção sobre a que tipo de comunicação o presente plano está associado. Ao longo de todo o século XX, convivemos com uma série de estratégias de comunicação que concebiam importância fundamental aos dispositivos e canais utilizados no estabelecimento de contato com a população. Não raro, houve incremento de canais, do uso de novas tecnologias com vistas a “falar melhor” com um destinatário que, por vezes, não se conhecia, cuja distância era enormemente grande. Esses processos muitas vezes resultaram da importação de paradigmas, de teorias, de técnicas do norte global, produzindo, em muitos casos, técnicas extensionistas para se tentar chegar mais perto de um idealizado receptor. Ao irmos ao Morro da Kibon, para que todas e todos pudessem se expressar, pudessem ser ouvidos, compreendemos que estamos próximos de uma comunicação que, dialogando com os princípios do nosso Sistema Único de Saúde (Araújo e Cardoso, 2007), promove uma comunicação universal, equânime e integral.

1 – Marco institucional

O Morro da Kibon pertencente ao Condomínio Maracanã. Localizado no Sítio Cassaquera, no município de Santo André, é uma das regiões mais ricas – com PIB per capita de R\$ 42.210,00 (IBGE/2019) – e industrializadas do país (o PIB industrial é o segundo mais importante da cidade – IBGE/2019). No entanto, a cidade apresenta índices sociais bastante preocupantes, agravados, sobretudo, pela pandemia, que deixou parte da população mais vulnerável aos efeitos econômicos e sociais da covid-19. Nesse contexto, no começo da pandemia de covid-19, Santo André tinha 52 mil famílias cadastradas no CadÚnico de Programas Sociais do governo federal. Em julho de 2022 chegou a quase 70 mil famílias, aumentando em 33, das quais 38 mil estão em situação de extrema pobreza. Destas, 1.590 são exatamente do Condomínio Maracanã, território da cidade que abarca o Sítio Cassaquera, onde está localizado o Morro da Kibon (CECAD/CadÚnico,2022).

2 – Definição de objetivos

Apresentaremos nossos objetivos divididos entre geral e específicos, tendo em vista nossa aproximação com a realidade do Morro da Kibon, levando em conta não apenas os canais e suportes de comunicação que potencialmente podem chegar às pessoas que residem na localidade – como é o caso das redes sociais digitais que, ainda que precária e parcialmente, permite que as pessoas que tenham acesso à internet, tome contato com algumas informações –, mas, e especialmente, os mecanismos pelos quais eles conseguem se expressar, compartilhando suas experiências cotidianas com vistas a uma aproximação com o poder público e a participação na construção de políticas públicas que incorporem a realidade das moradoras e dos moradores do Morro da Kibon.

Assim, como *objetivo geral*, busca-se promover uma comunicação que permita que a emissão de mensagens, canais de circulação e a efetiva apropriação inscreva moradoras e moradores do Morro da Kibon como participantes ativos do processo de comunicação. Nesse sentido, é de fundamental importância que não apenas assuntos e temas que se imagine de interesse possa ser produzido, mas a valorização de assuntos, temas e necessidades dessas e desses moradores estejam contidas nos processos comunicacionais. A título de exemplo, vale mencionar o trabalho realizado por Yarlenis e Borges (2024), que apresenta a comunicação produzida pelo periódico *Diário do Grande ABC*. A partir do referido estudo, a fome vira uma espécie de personagem ou mote que trata, de forma difusa, o Morro da Kibon dentro de um conjunto de favelas, para referendar uma construção de “população carente”. De forma tão indireta, estaria a população do Morro da Kibon se vendo representada nas informações publicadas pelo mencionado jornal?

Observado essa dimensão mais ampla, como objetivos específicos, para que a comunicação seja efetiva, seria estruturante:

- (a) Identificar os principais meios (suportes) pelos quais a população do Morro da Kibon se informa;
- (b) Mapear, a partir dos suportes identificados, os canais mais utilizados (jornal, novela, perfil de rede social) para obter informação;
- (c) Avaliar, junto aos moradores, quais temas os afeta mais diretamente;

- (d) Cotejar que políticas públicas dialogam mais diretamente com a realidade daquele território;
- (e) Investigar quais lideranças (política, religiosa, comercial, comunicacional) se relacionam mais diretamente com os moradores daquela região.

3 – Definição dos participantes, do conteúdo e seu contexto

Essa é uma das etapas fundamentais para que um plano de comunicação seja bem executado. Isso porque, na medida em que determinada informação não é vista como importante para aqueles/as a quem inicialmente se destinam, dificilmente a comunicação será estabelecida. Nesse sentido, o processo deve envolver o maior número de parceiros, isto é, o maior número de pessoas que podem contribuir com as trocas comunicacionais, em todos os níveis, ampliando a participação de todos/as. No entanto, também se deve observar a segmentação do público a partir de tipo de comunicação se deseja estabelecer – nesse particular já merece destaque algumas das atividades capitaneadas desenvolvidas pelo Centro de Estudos de Saúde Coletiva do ABC (Cesco)¹, como nos dias de distribuição de cestas básicas ou de programação cultural (como exposição de filmes).

Nesse sentido, e retomando o exemplo com o *Diário do Grande ABC*, como mídia de massa, ele torna-se relevante sobre temas que digam respeito mais amplamente às sete cidades do grande ABC (Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeiro Pires e Rio Grande da Serra). Entretanto, há especificidades dentro de cada uma dessas cidades e, dentro delas, de cada bairro e de cada microrregião que uma rádio comunitária pode dialogar mais com o território onde está inserida. Nesse sentido, além de mobilizar menos recursos financeiros que um veículo de porte maior, essa comunicação pode se estabelecer a partir de uso de linguagens, expressões, gírias, isto é, de uma linguagem mais clara, empática, simples,² que deixem quem produz a informação e quem dela se apropria mais próximos, especialmente porque, tendencialmente, compartilham o mesmo contexto.

De forma análoga, existem uma série de outros parceiros que podem “estreitar” ainda mais essa comunicação. Não se pode negligenciar a força e a importância de lideranças comunitárias, lideranças religiosas, micro e pequenos

¹ Entidade sem fins lucrativos, vinculada ao Centro Universitário da Faculdade de Medicina do ABC (FMABC), com atuação no campo da Saúde Coletiva.

² De forma a buscar se aproximar ainda mais e melhor da população brasileira, o Governo Federal, através da Lei nº 15.263/2025, de 14 de novembro de 2025, instituiu a Política Nacional de Linguagem Simples, tornando o uso da chamada linguagem simples nos órgãos públicos, buscando se comunicar de maneira mais clara, direta e acessível aos cidadãos e cidadãs brasileiras.

comerciantes e, no caso particular da saúde, os Agentes Comunitários de Saúde (ACS) no compartilhar de informações. Por vezes, são eles quem poderão contribuir para que uma informação, que não tenha alcançado àqueles a quem se intencionava compartilhar, possa ser objeto de conversa e de eventual esclarecimento. Note-se que a comunicação, como estamos buscando destacar, não se dá apenas quando feita através de grandes veículos de comunicação. Não se pode negar a contribuições desses conglomerados de mídia no dia a dia de um país, de um estado, um município, um bairro. Entretanto, imagine buscar um desses suportes (a *Folha de S. Paulo*, por exemplo), para comunicar sobre uma política pública que garanta gratuidade em passagens de ônibus num determinado município. Além do alto custo envolvido, dificilmente atrairá o interesse de pessoas onde tal política pública não exista.

Atualmente, especialmente pela entrada em cena das mídias digitais, e com elas das redes sociais digitais, na comunicação, cresce o número de aparelhos smartphones, com vertiginoso número de acessos. Trata-se de uma realidade cada vez mais comum em nossa sociedade. Entretanto, quantos desses suportes e/ou desses perfis conhecem a realidade da região de onde as pessoas vão poder se apropriar daquele conteúdo? Paralelamente, quanto dessas pessoas podem permanecer conectadas para acompanhar a abundante profusão de informações que se multiplicam através dessas plataformas digitais? Se esse for um recurso a ser utilizado no processo de comunicação, a conectividade precisará ser um elemento a ser levado em consideração, especialmente em contextos em que as camadas de vulnerabilidade se sobrepõem.

Assim sendo, a participação das lideranças, e dos espaços compartilhados entre essas e a população, torna-se relevante não apenas numa relação face a face, mas também como um ambiente de convivência onde a comunicação pode ser potencializada. Nessa etapa é interessante recuperar a experiência do “Programa Piraí Digital” (Borges, Gomberg, Borges, 2024).³ Com a cobertura de internet sendo oferecida a todo o município de Piraí, aparelhos móveis, tablets,

³ Trata-se de uma experiência pioneira no Brasil, premiada nos Estados Unidos, onde o município de Piraí proveu internet gratuita para toda cidade. A iniciativa contribui não apenas para “conectar” toda a região, mas se converteu em melhora para a população em outras políticas públicas como as em educação e saúde, por exemplo. Ver: BORGES, Wilson C.; GOMBERG, Estélio; BORGES, Vânia Coutinho Q. “Programa Piraí Digital”: um projeto pioneiro de inclusão digital. In: **PEREIRA NETO, André; FLYNN, Matthew. B. (Orgs.). Internet e Saúde no Brasil: desafios e tendências**. 1ed.São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021, v. 1, p. 92-113.

notebooks puderam ser usados para acessar um conjunto de informações que muitos pacotes de dados não oferecem a um custo que parte significativa da população possa pagar. Note-se que, seja a experiência de Pirai seja a que construímos nesse plano, não significa a substituição de um suporte (convencional) por outro (digital), mas a possibilidade de a população acessar conteúdo a partir das suas áreas de interesses e não um consumo de algo produzido de forma centralizada e/ou verticalizada.

4 – Definição das estratégias, dos recursos e das responsabilidades

A definição das estratégias precisa estar associada a cada objetivo de comunicação que se deseja alcançar. Como antecipado no capítulo anterior, quando se tratou dos conteúdos, se o plano está associado à uma gestão municipal, é imprescindível que o uso de meio de comunicação disponível sirva para que a comunicação seja estabelecida entre a gestão pública e os munícipes sob tal governança. Nesse sentido, posso usar um suporte como o *Diário do Grande ABC* para falar com os leitores desse suporte (mas, não esquecendo que ele se limite a esse universo e entre as pessoas que sabem ler). Também, não posso negligenciar a potencial de uma rádio comunitária, dos espaços comunitários, dos sites e/ou perfis de redes sociais digitais (sem esquecer a dimensão da conectividade é preponderante).

Ou seja, cada estratégia precisa estar associada à capacidade que cada suporte tem de estabelecer comunicação, mas sem negligenciar o saber científico (particularmente através de pesquisa prévias) sobre áreas/temas de interesse do meu interlocutor, isto é, com quem quero estabelecer comunicação. Será que, durante uma pandemia o que mais preocupa não é o manter-se vivo, saber se terá como se alimentar, como trabalhar, como garantir educação para filhas e filhos, do que saber, nesse processo, a informação da inauguração de uma praça? E de uma praça pública num lugar onde não se tem água tratada, saneamento básico, asfalto, energia elétrica regular? A resposta a essas duas perguntas guarda relação com a responsabilidade sobre que comunicação efetivamente se está buscando e quem a está promovendo. Note-se que se trata de políticas públicas de várias secretarias e que, dificilmente, apenas uma comunicação centralidade e verticalizada poderia lograr êxito.

5 – Cronograma e avaliação

Como mencionado ainda na introdução desse plano de comunicação, a definição de um cronograma exequível, identificando cada estratégia adotada para o objetivo a ser atingido, com as respectivas etapas de execução, de monitoramento e de avaliação é peça chave desse processo. O tempo estabelecido deve ser de curto (três meses) a médio (de nove meses a um ano) ou longo prazo (até dois anos) – mas, pode sofrer ajustes após a primeira fase de implantação. O prazo de execução deve ser pactuado entre aqueles que produzem determinado conjunto de informação, os meios mobilizados, os parceiros envolvidos e o contexto de cada processo, através de reuniões com moradores, lideranças, representantes do comércio local, do poder públicos (como os ACS) e do gestor.

Parte do êxito no alcance dos objetivos está associado à capacidade de acompanhamento da aplicação do referido plano – o que pode ser feito a partir de encontros de avaliação, mas com a produção de métricas com os resultados aferidos: sendo através do uso de redes sociais digitais, por exemplo, com o número de curtidas, de respostas e de outras reações a determinadas postagens. Vale lembrar que cada território com o qual queremos estabelecer comunicação tem realidades muito distintas e que o êxito numa determinada região não significa que funcionará com as mesmas condições e os mesmos prazos em outra.

6 – Referências:

ALIANZA PARA LA COMUNICACIÓN EN SALUD. **El nuevo Proceso P, pasos en comunicación**. Baltimore: Centro para Programas de Comunicación de la Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins. Diciembre, 2003.

ARAÚJO, Inesita S.; CARDOSO, Janine M. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

_____; CUBERLI, Milca. Comunicación y Salud – un campo en permanente movimiento. In: **BOLAÑO, Cesar; DRUETTA, Delia Crovi; CIMADEVILLA, Gustavo. (OrgS.). La contribución de América Latina al campo de la comunicación – historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación**. Buenos Aires: Editorial Prometeo, 2015.

BORGES, Wilson C.; GOMBERG, Estélio; BORGES, Vânia Coutinho Q. "Programa Piraí Digital": um projeto pioneiro de inclusão digital. In: **PEREIRA NETO, André; FLYNN, Matthew. B. (Orgs.). Internet e Saúde no Brasil: desafios e tendências**. 1ed.São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021, v. 1, p. 92-113.

BRASIL. **Lei nº 15.263, de 14 de novembro de 2025**. Institui a Política Nacional de Linguagem Simples. Diário Oficial da União, 2025.

CESCO. **Centro de Estudos em Saúde Coletiva**. Vinculado ao Centro Universitário da Faculdade de Medicina do ABC (UFABC). Disponível em: <https://cesco.net.br/>

D'ÁVILA, Cristiane; TRIGUEIROS, Umberto. **Comunicação, mídia e saúde: novos agentes, novas agendas**. Rio de Janeiro: Luminatti Editora, 2017.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou extensão?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

MALFRÁN, Yarlenis Ileinis Mestre; BORGES, Wilson Couto. A vulnerabilidade de gênero na pandemia de covid na favela – uma análise da cobertura jornalística do Diário do Grande ABC. *Avatares de la comunicación y la cultura*, v. 1, p. 1-17, 2024.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. Comunicação, informação e Participação Popular nos Conselhos de Saúde. **Saúde e Sociedade**, v. 13, p. 56-59, 2004.

PITTA, Áurea Rocha et al. Sobre pontos de partida: planejamento em comunicação e integralidade da atenção em saúde. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, v.10, n.20, p.395-410, jul./dez. 2006.

SACRAMENTO. Igor; BORGES, Wilson. **Representações Midiáticas da Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2020.

STEVANIM, Luiz Felipe; MURTINHO, Rodrigo. **Direito à Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.