

PROMOÇÃO DA SAÚDE RENAL NO BRASIL: O QUE DIZEM AS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS?

ANA JULIA MOTTA NÖRENBERG¹; YASMIN CAMARGO², JULIANA GIUDICE³,
FRANCIELE ROBERTA CORDEIRO⁴, JULIANA GRACIELA VESTENA ZILLMER⁵

¹ Universidade Federal de Pelotas – ananoorenberg@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – asbyasmincamargo@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – juliana_z.g@hotmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas – franciele.cordeiro@ufpel.edu.br

⁵ Universidade Federal de Pelotas – juliana.graciela@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Define-se saúde renal como a manutenção da funcionalidade dos rins, que são órgãos responsáveis por regular a pressão arterial sistêmica, excretar produtos finais de diversos metabolismos, controlar o equilíbrio hidroeletrolítico e o metabolismo ácido-básico, assim como produzir hormônios para regulação corporal. O aumento no número de doentes renais crônicos e as desigualdades no acesso ao cuidado e tratamentos são problemas crescentes, o que torna importante a educação em saúde para prevenção da doença e promoção da saúde renal. (Langham *et al.*, 2022; Ministério da Saúde, 2024).

Entre as estratégias que podem ser utilizadas para informar e orientar a população, estão as campanhas publicitárias de enfoque preventivo e as que dão ênfase à promoção da saúde renal (Langham *et al.*, 2022; Ministério da Saúde, 2024). As campanhas de promoção à saúde renal têm na comunicação a necessidade de transmitir a essência do tema na utilização de frases impactantes, assim como figuras e cores chamativas nos cartazes para auxiliar na divulgação eficaz (Langham *et al.*, 2022).

Uma análise sobre as campanhas na área de doação de órgãos e tecidos constatou que elas utilizam estratégias de comunicação biopolíticas, com o objetivo de promover a vida, evitar a morte e garantir a produtividade, da forma mais econômica, política e socialmente viável. Tais fatores impactam o público e conectam pessoas por meio de frases e figuras marcantes, incentivando-as a engajar, participar e liderar causas de saúde pública, maximizando o alcance, compreensão e proporção dos temas abordados (Giudice; Zillmer; Cordeiro, 2022).

Diante do apresentado, o presente trabalho tem como objetivo descrever os temas das campanhas publicitárias desenvolvidas pela Sociedade Brasileira de Nefrologia sobre saúde renal no Brasil no período de 2016 a 2024.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, do tipo documental. A coleta de dados ocorreu em agosto de 2024 e o *corpus* da pesquisa se constituiu dos componentes visuais e textuais de nove peças publicitárias de saúde renal do site institucional da Sociedade Brasileira de Nefrologia (SBN). A SBN é uma associação que visa promover a saúde renal para a população brasileira, por meio de campanhas, capacitações, cursos, educação em saúde, entre outros. Também projetou campanhas para conscientizar a comunidade sobre a importância da prevenção e detecção precoce de doenças renais (SBN, 2024).

Foram selecionadas campanhas publicitárias de saúde renal, disponibilizadas à sociedade, em formato de cartaz e textos, passíveis de *download* e publicadas a partir de 2016, ano em que essas divulgações passaram a ser veiculadas online. Visando organizar os dados, foi elaborado um quadro com as informações coletadas, sendo este composto com o ano da campanha, tema principal e componente textual. Os dados foram gerenciados no programa *Word*, submetidos à análise temática (Braun; Clark, 2016). A pesquisa não foi submetida a apreciação ética, uma vez que, os materiais das campanhas publicitárias sobre saúde renal são considerados documentos de domínio público.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No período, foram identificadas nove campanhas publicitárias. As campanhas são projetadas anualmente em março, sendo este mês o escolhido internacionalmente para a conscientização mundial da saúde renal.

Observou-se que todas as campanhas utilizaram as cores vibrantes em amarelo, vermelho e azul, atraindo a atenção do leitor. Entendendo que as cores exercem um papel fundamental na criação do marketing digital para promover diversas sensações e influenciar a percepção do usuário sobre o conteúdo, percebe-se que a utilização dos tons mencionados tem o intuito de trazer alegria, alerta e fidelidade. Isso proporciona visibilidade para importância do diagnóstico precoce, fidelidade para com o tratamento e alegria em promover a saúde e a eficácia da intervenção terapêutica (Stamato *et al.*, 2013). Nas figuras 1 e 2 constata-se estes elementos.

figura 1 - cartaz dia mundial do rim, 2020.



figura 2 - cartaz dia mundial do rim, 2024.



O eixo geral para o desenvolvimento das campanhas é “SAÚDE DOS RINS (creatinina) PARA TODOS!”, com a mudança anual do tema de cada campanha. De acordo com o Ministério da Saúde, o Sistema Único de Saúde (SUS) possui três princípios fundamentais: Universalidade, Equidade e Integralidade. A Universalidade assegura que a saúde é um direito de todos os cidadãos, garantindo que o acesso a ações e serviços de saúde seja oferecido a todas as pessoas, independentemente de sexo, raça, ocupação ou outras características sociais ou pessoais (Ministério da Saúde, 2024).

A lesão renal pode afetar pessoas de todas as idades e gêneros, o que justifica a necessidade de enfoques diversificados para cada campanha conforme pode ser visualizado no quadro 1, em que se apresenta os anos e temas das campanhas desenvolvidas pela Sociedade Brasileira de Nefrologia (2016-2024).

Ano	Tema
2016	Prevenção da doença renal na infância.
2017	Obesidade quanto fator de risco para doença renal crônica.
2018	Saúde da mulher – cuide dos seus rins.
2019	Saúde dos rins para todos.
2020	Saúde dos rins para todos. Ame seus rins. Dose sua creatinina
2021	Vivendo bem com a doença renal
2022	Educação sobre a doença renal em todos os setores de saúde.
2023	Cuidar dos vulneráveis e estar preparado para os desafios do futuro
2024	Saúde dos rins (e exame de creatinina) para todos: porque todos têm o direito ao diagnóstico e acesso ao tratamento.

Ações de prevenção da doença renal crônica em grupos de risco ainda são incipientes tanto no cenário nacional quanto internacional, especialmente em países de baixa renda (Silva *et al.*, 2020). No cenário brasileiro, é importante analisar os fatores de risco para o desenvolvimento de problemas renais, como obesidade, tabagismo, diabetes e doenças cardiovasculares. Esses fatores são descritos nas campanhas de 2017, 2018, e 2023. É crescente a mudança nos hábitos de vida, os quais se tornam cada vez mais preocupantes, e a incidência de problemas de saúde em crianças associados a esses hábitos está aumentando, justificando o tema do ano de 2016 sobre a prevenção da doença renal na infância (Ministério da Saúde, 2024).

Os temas das campanhas ao longo dos anos refletem uma abordagem ampla para discutir os diversos fatores de risco e promover a saúde renal de forma inclusiva e educativa. Desde a prevenção de doenças renais na infância até a ênfase na importância da creatinina e no cuidado dos vulneráveis, as campanhas têm abordado aspectos essenciais da saúde renal, alinhando-se com os princípios do Sistema Único de Saúde (SUS) de universalidade e equidade.

Segundo análise de Giudice, Zillmer e Cordeiro (2022), as campanhas sobre doação de órgãos analisadas refletem a diversidade e multiculturalidade da população brasileira, através de elementos como a representação de diferentes sexos/gêneros (homens e mulheres) e idades (crianças, jovens, adultos e idosos) nas imagens e textos, destacando a conexão universal através do corpo biológico, o que facilita o processo de doação.

Os estudos mostram que, desde o século passado, as campanhas publicitárias em saúde no Brasil têm incentivado comportamentos, muitas vezes substituindo a abordagem educacional por estratégias apelativas que priorizam reações emocionais. Além disso, essas campanhas padronizadas frequentemente falham em refletir a vasta multiculturalidade do país, que possui uma grande diversidade de expressões linguísticas, costumes, valores morais e crenças (Giudice; Zillmer; Cordeiro, 2022). Assim, tanto na promoção da saúde renal quanto na doação de órgãos, as estratégias biopolíticas visam tornar a inclusão e a mobilização da população, centrais para alcançar os objetivos de saúde pública e solidariedade.

4. CONCLUSÕES

As campanhas da Sociedade Brasileira de Nefrologia (SBN) podem promover a conscientização sobre a saúde dos rins e a detecção precoce de problemas renais. Estas campanhas são descritas como ferramentas essenciais para influenciar na

redução da incidência das doenças renais, contribuindo não apenas para a diminuição das complicações associadas, mas também melhorando a qualidade de vida da população, promovendo saúde e bem estar.

A contínua avaliação e aprimoramento das estratégias de comunicação são fundamentais para maximizar o impacto das campanhas e garantir que a informação sobre saúde renal alcance efetivamente todos os segmentos da população.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIUDICE, J. Z.; ZILLMER, J. G. V.; CORDEIRO, F. R. (Inter)Connecting to lead: biopolitical strategies in organ and tissue donation advertising campaigns. **Texto & Contexto - Enfermagem**, v. 31, p. e20210422, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/j4fhKpyYhZpdDFpqr5KZFJr/?lang=pt>. Acesso em: 10 set. 2024.

LANGHAM, R. G. et al. Kidney health for all: bridging the gap in kidney health education and literacy. **Brazilian Journal of Nephrology**, v. 44, n. 2, p. 134–142, jun. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbn/a/DJLbXktDD6Rxx3yGxq4rMyD/?lang=pt>. Acesso em: 13 set. 2024.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Doenças Renais Crônicas**. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/d/drc>. Acesso em: 13 set. 2024.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Sistema Único de Saúde, SUS**. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/s/sus#:~:text=Princ%C3%A Dpios%20do%20SUS&text=A%20sa%C3%BAde%20%C3%A9%20um%20direito,ou tras%20caracter%C3%ADsticas%20sociais%20ou%20pessoais>. Acesso em: 03 set. 2024.

STAMATO, A. B.; STAFFA, G.; ZEIDLER, J. P. V. **A influência das cores na construção audiovisual**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1304-1.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2024.

SILVA, Patrícia Aparecida Barbosa et al. Brazilian public policy for chronic kidney disease prevention: challenges and perspectives. **Revista de Saúde Pública**, v. 54, p. 86, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2020054001708>. Acesso em: 13 set. 2024. ISSN 1518-8787.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE NEFROLOGIA. **Sociedade Brasileira de Nefrologia**. 2024. Disponível em: <https://sbn.org.br/medicos/a-sbn/quem-somos/>. Acesso em: 27 ago. 2024.