

Publicidade e Saúde

*a experiência do
ensino de um novo
campo científico para
a atenção de uma antiga
demanda do mercado*

Sandro Tôrres de Azevedo

*eco-ufrj / ppgics-fiocruz
compasso / pessoa / rec*

mei
studies

2 0 2 4

Para iniciar uma discussão sobre Publicidade e Saúde

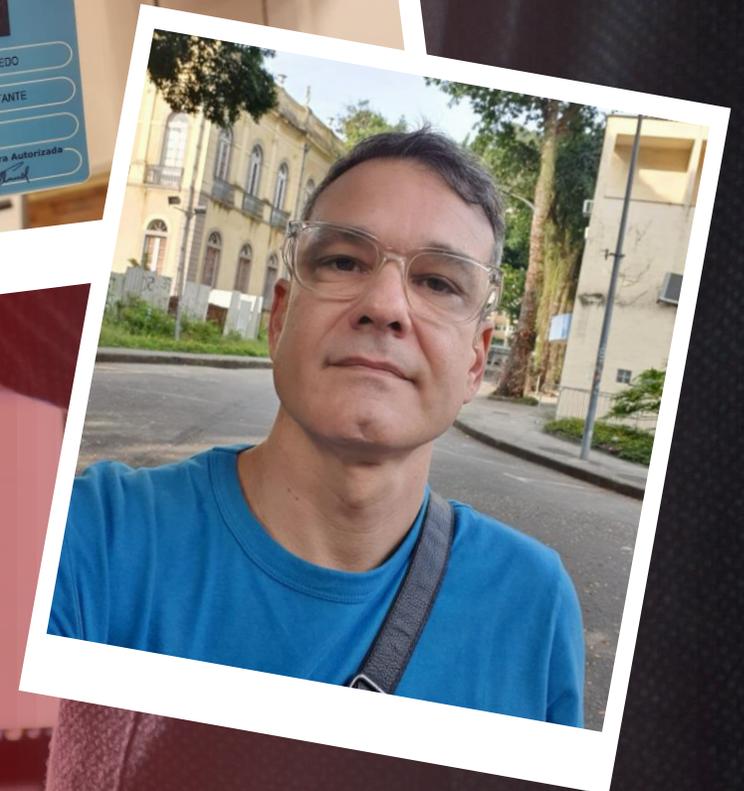
Reinvidicação de um campo de pesquisa em
Publicidade e Saúde.

→ Interface entre os campos da Comunicação e
Saúde e da Publicidade e Propaganda.

Anotação e inventário das experiências em
simultaneidade com a organização dos conceitos e
teorias, atividades e práticas.

Perspectiva que integra ensino, pesquisa e extensão.

Neste trabalho, enfocamos considerações acerca da
dimensão do ensino.



Pertinência diante das novas DCNs de PP

→ Revisão dos PPPs

Oportunidade de destacar a saúde na formação em PP, como já acontece com temáticas tais quais a cidadania, os direitos humanos, as relações étnico-raciais ou o desenvolvimento sustentável e ambiental.

Especialmente num momento em que a Universidade tem que se colocar diante dos compromissos com os desafios globais contemporâneos e com as funções sociais capazes de transformar a realidade local.

Ao mesmo tempo, diante da maturidade do campo de pesquisa da PP, integrar suas teorias e conceitos a pós-graduações da área.

Além do interesse na saúde dado pela pandemia.



Para situar Publicidade e Saúde

Desde 1920, com a criação do DNSP, o Estado Brasileiro tem produzido campanhas de propaganda para promoção do bem-estar coletivo (Araújo; Cardoso, 2007)

Contudo, a matéria que concentra, associa e coordena a propaganda de saúde se caracteriza como uma especialidade “órfã”.

Saúde X Publicidade

Não se encontra institucionalizada uma cátedra habilitada para configurar o arcabouço teórico e metodológico capaz de produzir a substância crítico-reflexiva comprometida em analisar e avaliar os produtos da publicidade de saúde.



Ensino da Publicidade e Saúde na graduação

Disciplina de Publicidade, Propaganda e Saúde como componente curricular complementar na ECO/UFRJ.

Conteúdo programático se divide em três unidades.

Alternativa à formação orientada para a comunicação corporativa privada.

Saúde: temática negligenciada.

Apesar de que há todo um mercado de trabalho capaz de absorver uma mão de obra especializada em Publicidade e Saúde, tanto no setor público, quanto no privado e ainda no 3º setor.



Ensino da Publicidade e Saúde na pós-graduação

A integração do ensino com pesquisa faz com que as turmas produzam trabalhos que acabam por germinar o campo da Publicidade e Saúde da mesma forma que colaboram para o fortalecimento das pesquisas em Publicidade e Propaganda e em Comunicação e Saúde.

Oportunidade de desenvolvimento científico dos direcionamentos teóricos contemporâneos da PP, naturalmente dando acento à Saúde.

Possibilidade franca de pesquisa de aplicação, promovendo a transformação da sociedade.



Perspectivas para o futuro

A apresentação e divulgação do empenho aludido sobre a constituição de forças para a consolidação do campo da Publicidade e Saúde em colóquios científicos, como é o caso de congressos como o Intercom, entre outros, se constituem como via profícua e eficiente para o estímulo da ampliação e aprofundamento da proposição que ora defendemos.

Seguimos, seja através dos lócus de ensino-aprendizagem que articulam Publicidade e Saúde, seja através de outras iniciativas que conjugam pesquisa, como é o caso do Grupo de Pesquisa PESSOA – Publicidade, Saúde e Sociedade, e extensão, na já consolidada atuação do COMPASSO.





Sandro Tôrres de Azevedo
sandro.torres@eco.ufrj.br