

---

## Por que não estamos “numa nice”?: êxito ou falha da comunicação pública no caso da não adesão da Fundação Hemominas à ação de Ludmilla<sup>1</sup>

Nivaldo Cesar de Souza Junior <sup>2</sup>

Vanessa Veiga de Oliveira<sup>3</sup>

Universidade Federal de Minas Gerais

### RESUMO

O presente trabalho busca entender de que maneira as pessoas compreendem questões relacionadas à doação voluntária de sangue, pois identificamos nesta temática uma arena de disputas de significados a qual buscamos compreender a partir da noção de comunicação pública. Usamos a Análise de Conteúdo para observar comentários em resposta à Nota de Esclarecimento da Fundação Hemominas no *Instagram* sobre negativa do órgão em firmar parceria com a cantora Ludmilla para distribuição de ingressos de seu show *Numanice* para os doadores de sangue. A Fundação Hemominas falhou em esclarecer a questão para boa parte dos seguidores que tiveram acesso à referida nota.

### PALAVRAS-CHAVE

comunicação e saúde; comunicação pública; doação voluntária de sangue; análise de conteúdo; *Instagram*.

### 1. Introdução

O episódio ocorrido em 2023 envolvendo a intenção da cantora Ludmilla em dar ingressos de seu show “*Numanice*” para pessoas que doassem sangue e a recusa da Fundação Hemominas de participação na ação da cantora, levantou uma série de questões que foram debatidas nas semanas que se seguiram ao fato, especialmente porque a mesma ação havia sido realizada pela cantora e o HemoRio<sup>4</sup> no mês de julho do mesmo ano. Importante destacar que a Fundação Hemominas alegou que a ação violava as legislações vigentes que não permitem a concessão de benefícios em troca do sangue doado, o que de fato, é observado na Portaria de consolidação nº 5 de 2017 do Ministério da Saúde, que demarca como pontos centrais na questão da doação de sangue, o voluntariado e o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: nivaldo.souzajr@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora e Professora do Curso de Pós-graduação em Comunicação Social da FAFICH-UFMG, e-mail: vanessav.ufmg@gmail.com.

<sup>4</sup> O Hemorio é o principal banco de sangue do Estado do Rio de Janeiro, coordenando a rede de estabelecimentos que tem a função de prestar assistência e apoio hemoterápico e hematológico à rede de serviços de saúde no estado.

---

altruísmo. Desta forma, o Brasil define regras que restringem uma lógica compensatória ou comercial na questão da doação de sangue e nesse sentido, identificamos uma problemática relacionada à questão da doação de sangue.

Assim, a questão do benefício direto é rejeitada pelos hemocentros públicos, como a Fundação Hemominas e o Hemoes do Espírito Santo, que posteriormente também recusou a parceria nos moldes propostos por Ludmilla. Vale ressaltar que uma vez que esta, apesar de artista e famosa, é uma mulher negra e de origem periférica, o debate ultrapassou questões meramente legalistas e médicas, necessitando então de uma abordagem metodológica amparada por conceitos utilizados no campo da Comunicação, para melhor compreensão das interações e sentidos que circularam em torno desta discussão.

Além disso, é muito relevante destacar a necessidade de se obter a sinceridade dos candidatos à doação de sangue durante a triagem que é realizada para segurança e qualidade do sangue doado, uma vez que existem doenças que podem ser transmitidas por meio deste insumo como as hepatites virais e o vírus HIV, causador da AIDS. O entendimento é de que caso a doação de sangue fosse remunerada ou tivesse benefícios atrelados a ela, os candidatos à doação poderiam omitir informações sobre terem passado por situações de risco acrescido para infecções sexualmente transmissíveis (IST's), e logo não estariam aptos a doar sangue, mesmo que temporariamente, e assim não fariam jus ao benefício ou remuneração oferecidos.

Por fim, este trabalho se situa no campo da comunicação e saúde, um locus privilegiado no qual é importante compreender os processos sociais de produção de sentido, envolvendo as questões de saúde dos indivíduos e das populações (ARAÚJO; CARDOSO, 2007).

## **2. Fundamentação Teórica**

Inicialmente nos filiamos à definição de Brandão sobre o conceito de comunicação pública, compreendido como a comunicação que ocorre na esfera pública entre órgãos do governo e a sociedade, permitindo a negociação entre os diversos setores que compõem essa com o Estado, constituindo a vida pública no país (BRANDÃO, 2007, p. 18). Duarte (2007) se aproxima da definição anterior ao considerar, que a comunicação pública se refere a temas de interesse coletivo relacionados ao aparato do Estado, mas

---

também à sociedade civil, seja pelo terceiro setor, seja pela iniciativa privada. Ademais, Brandão (2007) defende que a comunicação pública consiste em uma prática importante, um modo de informar para promover a cidadania.

Assim, nessas primeiras contribuições, em especial as de Brandão e Duarte, identificamos a relevância de se discutir a noção de comunicação pública nesta pesquisa, pois o tema da doação voluntária de sangue precisa ser encarado como grande importância social, primordial para a saúde coletiva, e por isso é de interesse comum de nossa sociedade. Sendo o serviço público o grande provedor de sangue<sup>5</sup> para os serviços de atendimento em saúde, o debate sobre a promoção da doação voluntária de sangue envolve justamente o governo que gerencia essa rede de bancos de sangue e a sociedade que precisa ser mobilizada para a doação, com a manutenção do tema como destaque na esfera pública.

Segundo Liedtke e Curtinovi (2016) a Comunicação Pública é um conceito que deriva de outros que foram sendo utilizados ao longo do tempo até que este se tornasse um conceito consolidado. Seu desenvolvimento deu-se a partir da comunicação empreendida em um contexto das comunicações empresariais/organizacionais, das relações de trabalho, do jornalismo corporativo e das relações públicas, com maior incremento no Brasil, segundo os autores, a partir dos anos 1960, apesar de que neste mesmo período, houvesse no país um regime autoritário que interferiu diretamente no modelo de comunicação existente em nosso território. Nesse sentido, Brandão (2016) também indica que o ideal de comunicação pública foi fortemente influenciado pelo clima da redemocratização do Brasil, após um período de Ditadura Militar com fortes restrições aos meios de comunicação. Desta forma, com a redemocratização nos anos 80 foi possível vislumbrar e construir um outro cenário de participação, informação e exigência aos governos.

Este contexto é de suma importância também para a causa da doação de sangue, visto que no início dos anos 80 a saúde coletiva, em especial a hemoterapia (ramo da medicina que lida com as questões do sangue) viveu um dos seus piores momentos com o surgimento do vírus HIV. E um capítulo crucial desta chegada da AIDS envolve

---

<sup>5</sup>“a Fundação Hemominas é responsável por cerca de 91% do sangue transfundido no estado...”. Disponível em: <https://tjmmg.jus.br/dia-mundial-do-doador-de-sangue-marca-o-junho-vermelho-no-tjmmg/>. Acesso em 25 mai. 2024.

---

justamente os pacientes que necessitavam de transfusões recorrentes, como os hemofílicos, e a transmissão da doença para muitos deles por meio das transfusões, em um período em que não se tinha toda a estrutura de diagnóstico e prevenção dessa doença, que havia acabado de ser descoberta, mas que já era responsável por uma das piores epidemias da nossa história. Assim, movimentos populares e especialistas da saúde pública passaram a exigir das autoridades providências quanto à questão da qualidade do sangue oferecidos aos pacientes no país e se instaurou um dos mais importantes debates públicos sobre a questão do sangue. Neste ponto destaca-se a Lei federal nº 7.649 de 1988, que normatizou a obrigatoriedade do cadastro de doadores de sangue e também a realização obrigatória de exames laboratoriais para o sangue doado, visando à segurança dos pacientes receptores (BRASIL, 2015, p. 43).

A propósito, cabe exemplificar outro debate público que atualmente envolve a questão do sangue no Brasil, que é a proposta de emenda à Constituição Federal, que trata da comercialização de plasma humano (PEC 10/2022). A discussão sobre a possibilidade de utilização do plasma pelo setor privado, nos parece um bom exemplo de como a questão do sangue é um tema de interesse coletivo que precisa ser apropriada pela sociedade para que se garanta, por meio do controle social, a disponibilidade de componentes e derivados do sangue a qualquer paciente, especialmente do SUS, gratuitamente e em momento oportuno.

Portanto, a pretensão de reforçar a causa da doação de sangue como uma pauta coletiva e com a participação da população, faz com que os fluxos comunicacionais esperados não se dêem apenas a partir do Governo, mas também de parceiros que podem contribuir como multiplicadores engajados com o desejo de construir uma cultura em que a doação é um gesto habitual, rotineiro e popular.

### **3. Metodologia**

A partir de um corpus constituído pelos 50 comentários dentre os 340 comentários de internautas em resposta à Nota de Esclarecimento<sup>6</sup> publicada pela Fundação Hemominas no Instagram no momento da suposta crise com a cantora

---

<sup>6</sup> Nota de Esclarecimento publicada pela instituição nas suas redes sociais no dia 15 de setembro de 2023 em resposta ao caso da não participação na ação voluntária da cantora Ludmilla disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxOBmidOF5a/>. Acesso em: 9 jun. 2024.

---

Ludmilla, pretendemos responder à pergunta norteadora: “a partir da perspectiva da comunicação pública e da observação dos comentários no Instagram, em que medida a Hemominas teve êxito em esclarecer a polêmica com a cantora Ludmilla?”. O método utilizado foi o da Análise de Conteúdo<sup>7</sup> segundo Bardin (2016). A coleta dos dados se deu por meio de leitura e transcrição completa dos comentários no livro de códigos. Vale destacar que se trata de uma postagem pública e os comentários, conseqüentemente também.

#### 4. Principais resultados

A partir da metodologia da análise de conteúdo aplicada sobre o conjunto de comentários extraídos na publicação da Nota de Esclarecimento da Fundação Hemominas no *Instagram* foi possível observar as reações dos seguidores ao posicionamento do órgão diante da crise com a cantora Ludmilla. As categorias construídas e que compõem o livro de códigos nos apresentam a sistematização baseada nesta amostragem de comentários na publicação de modo que fazemos as inferências a seguir.

A princípio observamos que o posicionamento da instituição dividiu opiniões, sendo que 21 dos 50 comentários analisados criticavam a Hemominas, enquanto 17 apoiavam e em 12 não foi possível identificar apoio ou crítica.

Em relação à argumentação desenvolvida nesses comentários raramente observamos citação da fonte quando algum dado era utilizado como argumento para apoiar ou criticar a instituição, ou seja, apenas 3 comentários trazia de onde a informação havia sido retirada, nesses seria possível conferir a fonte e veracidade da informação utilizada. Em cerca de 11 comentários há alguma informação utilizada para justificar a crítica ou apoio à hemominas, como por exemplo o número de bolsas que supostamente o Hemorio havia conseguido devido a parceria com Ludmilla, enquanto outro comentário citava que grande parte dessas bolsas foi descartada. Contudo, a maioria dos comentários (36/50) foi opinativo, sem usar qualquer argumento baseado em números ou informação sobre legislação.

Chama atenção que os comentários analisados grande parte não era resposta à Fundação Hemominas, mas uma discussão entre os seguidores (39/50). Percebeu-se em vários desses comentários um nível de agressividade entre os seguidores (14/50).

---

<sup>7</sup> O livro de códigos usado na análise pode ser solicitado pelo email dos autores.

---

Por fim, um achado importante em nossa análise foi o de que a Fundação Hemominas não respondeu a nenhum dos comentários, perdendo, em nossa avaliação, a oportunidade de esclarecer questões que eram levantadas nos comentários como uma suposta homofobia como motivo da negativa em relação à ação beneficente Ludmilla, uma mulher em um relacionamento homoafetivo.

## **5. Conclusão**

A partir da análise de uma amostra de comentários presentes na publicação da Nota de Esclarecimento da Hemominas no Instagram foi possível observar que a Fundação Hemominas não teve êxito em esclarecer a questão para os seguidores que tiveram acesso a referida nota. A Hemominas não respondeu a nenhum dos comentários observados e a discussão apresentou uma série de informações que mereceriam esclarecimentos adicionais por parte da instituição. Alguns seguidores acusaram a Fundação de LGBTfobia, outros fizeram acusações relacionadas a um viés político da instituição, bem como criticaram um suposto excesso de burocracia e conservadorismo.

Do ponto de vista da comunicação pública, os achados desta pesquisa nos permitem responder que a Hemominas não teve êxito em esclarecer a polêmica com a cantora Ludmilla a partir da Nota de Esclarecimentos, pois para muitos de seus seguidores outras questões foram levantadas para a negativa ao contrário do que a instituição tentou esclarecer na postagem.

É importante destacar que a reflexão deste estudo partiu da tentativa de articulação dos campos da Comunicação e Saúde, dado o seu potencial de abordagem diferenciada para questões complexas que envolvem a Saúde Pública. Como apontam Araújo e Cardoso (2007), a comunicação tem papel fundamental nos processos de visibilidade e identidade na criação de uma política pública e na forma como a população se apropria desta. A questão da doação voluntária de sangue passa exatamente por este desafio da busca por visibilidade e engajamento da população, que deve se apropriar das políticas públicas envolvidas no setor, este é um grande trabalho de conscientização de que a causa depende.

---

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita S. de; CARDOSO, Janine M. Comunicação e saúde. Rio de Janeiro. Editora FIOCRUZ. 2007. 152 p.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. 1ª ed. São Paulo. Edições 70. 2016. 279 p.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (Org.) Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo. Atlas, 2007. p. 1-21.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Comunicação Pública: 17 anos depois. In: MORAES, Ângela; SIGNATES, Luiz (orgs.). Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

BRASIL. Senado Federal. Proposta de Emenda à Constituição nº 10, de 2022. Altera o art. 199 da Constituição Federal para dispor sobre as condições e os requisitos para a coleta e o processamento de plasma humano.. Brasília, DF: Senado Federal, 2022. Disponível em: [https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/152715#tramitacao\\_10294835](https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/152715#tramitacao_10294835). Acesso em: 9 jun. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Manual de orientações para promoção da doação voluntária de sangue. Ministério da Saúde, 1. ed., Brasília: Ministério da Saúde, 2015. 152 p

BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria de Consolidação Nº 5, de 28 de Setembro de 2017. Consolidação das normas sobre as ações e os serviços de saúde do Sistema Único de Saúde.

DUARTE, Jorge. Comunicação Pública. São Paulo, 2007. p. 1-7. Disponível em: [http://www.comunicacaoecrise.com/pdf/Comp%FAblicaJDuartevf\\_0.pdf](http://www.comunicacaoecrise.com/pdf/Comp%FAblicaJDuartevf_0.pdf) Acesso em 23 de jun. 2022.

FIGUEIREDO, Larissa. Dia Mundial do Doador de Sangue marca o Junho Vermelho no TJMMG. Tribunal de Justiça Militar do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte, 14 jun. 2023. Disponível em: <https://tjmmg.jus.br/dia-mundial-do-doador-de-sangue-marca-o-junho-vermelho-no-tjmmg/> Acesso em: 25 mai. 2024.

HEMOMINAS. A Fundação Hemominas vem a público informar [...]. Belo Horizonte. 15 set. 2023. Instagram: @hemominas. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxOBmidOF5a/>. Acesso em: 8 jun. 2024.

LIEDTKE, Paulo; CURTINOVI, Jéfferson. Comunicação pública no Brasil: passado, presente e futuro. Revista Comunicação Pública [Online], Vol.11, nº 20, Lisboa: 2016. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cp/1171>. Acesso em 13 jul. 2022.