

A problematização da dengue no cenário bauruense - a comunicação a favor da saúde¹

Jéssica Oliveira Leal de LIMA²
Maria Gabriela de Paula GARCIA³
Matheus Carriel TEZUKA⁴
Dra. Sonia Aparecida CABESTRÉ⁵
Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

A Dengue é um preocupante assunto de saúde pública no Brasil, sendo um tema frequentemente veiculado nos diversos meios de comunicação. No ano de 2015 o município de Bauru sofreu uma epidemia da doença incentivando assim a realização deste estudo, que teve como objetivo compreender o motivo pelo qual os casos da doença têm aumentado progressivamente na cidade de Bauru, além de conhecer e analisar as opiniões dos entrevistados acerca das campanhas de prevenção, e atitudes adotadas para o combate da Dengue. A princípio buscou-se embasamento teórico sobre dengue, comunicação, promoção da saúde e relações públicas, o que permitiu a realização de uma pesquisa de opinião de caráter quantitativo que possibilitou concluir e apresentar sugestões de melhorias para uma comunicação eficaz que corresponda às necessidades da população bauruense.

PALAVRAS-CHAVE: Dengue; Comunicação; Relações públicas; Promoção da saúde.

1 Fundamentação teórica

1.1 Comunicação e promoção da saúde

É inata ao ser humano a necessidade de se comunicar e transmitir informações que adquire ao longo da vida. Defleur (1993) divide o desenvolvimento da comunicação humana em seis etapas ou eras: dos símbolos e sinais; da fala e da linguagem; da escrita; da

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XXI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Graduanda do Curso de Relações Públicas pela Universidade Sagrado Coração (USC) – Bauru/SP/Brasil.
email: jell_oliveira@hotmail.com.

³ Graduanda do Curso de Relações Públicas pela Universidade Sagrado Coração (USC) – Bauru/SP/Brasil.
email: mgabriela_garcia@outlook.com.

⁴ Graduando do Curso de Relações Públicas pela Universidade Sagrado Coração (USC) – Bauru/SP/Brasil.
email: mathulact@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Docente da Universidade Sagrado Coração (USC), Doutora em Educação – Ensino na Educação Brasileira pela UNESP de Marília. Professora do Curso de Relações Públicas da USC, Coordenadora do Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Comunicação da Universidade Sagrado Coração e Líder do Grupo de Pesquisa GPECOM (USC). E-mail: scabestre@uol.com.br.

imprensa; da comunicação de massa; e dos computadores. No princípio, a comunicação era realizada a partir símbolos e sinais, e de pinturas rupestres, evoluindo para a fala e a escrita, sendo esta, restrita a grupos sociais privilegiados. Com o surgimento da imprensa e, posteriormente dos meios de comunicação de massa, a comunicação se tornou mais acessível à população possibilitando uma maior interação entre os diversos grupos da sociedade. Atualmente, com a era dos computadores ou da informação, essa interação se tornou ainda mais instantânea e as notícias e informações estão disponíveis a todos, que podem não só recebê-las, mas também contestá-las.

Um dos objetivos da comunicação é informar aos públicos temas relevantes à sociedade, como educação, política, economia, cultura e saúde. Logo, se faz necessário adequar as ferramentas disponíveis para desenvolver o processo de comunicação em cada área de interesse. Tratando-se da temática da saúde, é preciso moldar políticas, planos e programas que promovam informações sobre o assunto junto à comunidade.

A promoção da saúde é definida pela Organização Mundial da Saúde como uma forma de proporcionar à população um maior controle e melhoria da saúde individual e pública. Entretanto, segundo Neves (c2006), para que essa divulgação de conhecimento ocorra é imprescindível a participação de todos, pois pouco vale o investimento em ações que contribuam para essa finalidade se a população não estiver engajada, informada e motivada para a causa.

Diferente do que geralmente é pensado no senso comum, a promoção da saúde não precisa ser necessariamente realizada pelo setor da saúde. A comunicação, a mídia, organizações voluntárias e até mesmo privadas⁶ podem contribuir efetivamente com estratégias que auxiliem nesse processo, que são resumidas por Sheiham (2001 apud NEVES, 2006, p. 1) como:

- 1) Promoção da saúde através de políticas públicas[...]
- 2) Criação de ambiente favorável através da avaliação do impacto em saúde do ambiente e evidenciar oportunidades de mudanças que conduzem à saúde.
- 3) Desenvolvimento de habilidades pessoais: ampliando a disseminação de informações para promover a compreensão, e apoiar o desenvolvimento de habilidades pessoais, sociais e políticas que capacitem os indivíduos a tomar atitudes de promoção de saúde.
- 4) Fortalecimento de ações comunitárias: apoiando ações comunitárias concretas e eficazes na definição de prioridades, tomada de decisões,

⁶ Informações contidas na Carta de Ottawa - Primeira conferência internacional sobre promoção da saúde/ novembro de 1986. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/carta_ottawa.pdf. Acesso em: 12 set. 2015.

planejamento de estratégias e implementá-las para atingir melhor padrão de saúde.

5) Reorientação de serviços de saúde: redirecionar o modelo de atenção da responsabilidade de oferecer serviços clínicos e curativos para a meta de ganho em saúde.

A comunicação em saúde toma corpo no Brasil nas décadas de 50 e 60, quando o país passava por uma fase desenvolvimentista, embora houvesse iniciado de forma lenta na década de 20 com a ocorrência da Reforma Carlos Chagas, que propunha uma revolução nos serviços de saúde pública com o auxílio das propagandas sanitárias. Segundo Teixeira (1996 apud PESSONI, 2009, p. 34):

Tais propostas denotaram a emergência, naquele momento, de "novas" concepções a respeito do objeto de trabalho da saúde pública, que consistiam em associar o comportamento individual ao desenvolvimento das doenças (da pobreza, principalmente, segundo a teoria do "ciclo vicioso pobreza-ignorância-doença").

A partir da década de 60 expressivos debates críticos surgiram, o que ocasionou à população a compreensão da realidade de sua condição de saúde. Porém, esse movimento estagnou-se devido a implantação do golpe militar, que colocou as questões de prevenção em saúde pública em segundo plano e, ainda, instalou o modelo privatista de saúde, que tornou-se um bem/serviço de consumo a ser ofertado inclusive em um grande meio massivo: a televisão. De acordo com Cardoso e Araújo (c2009), o mesmo movimento que almejou silenciar qualquer objeção ao regime militar, favoreceu o discernimento das atividades de comunicação nas instituições de saúde.

Desde então, em nível mundial, ocorreu a intensificação da tecnologia a serviço da informação e comunicação, com a inserção da televisão e da mídia em todos os setores, definindo novos padrões de consumo.

1.2 A dengue no contexto brasileiro e bauruense – principais aspectos

Em 1907, o microorganismo da Dengue foi um dos primeiros a ser denominado vírus. Segundo Barreto e Teixeira (2008) distribuiu-se por uma grande área acima e abaixo do Equador, sendo que em 1990 as regiões da América Central e do Sul passaram a manifestar mais da metade dos casos de Dengue no mundo. O *Aedes aegypti*, mosquito transmissor do vírus nas Américas, é originário da África subsaariana e considerado uma espécie muito adaptativa ao meio urbano.

Ainda, de acordo com Barreto e Teixeira (2008), no artigo “Dengue no Brasil: situação epidemiológica e contribuições para uma agenda de pesquisa”, a primeira epidemia no país data de 1846, ocorrida em São Paulo e Rio de Janeiro. Com o tempo o mosquito espalhou-se por todo o território. Em 2015, o Ministério da Saúde registrou 1.587.080⁷ prováveis casos: a região Sudeste foi a de maior incidência, seguida por Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Norte, respectivamente.

No município de Bauru o mosquito transmissor da dengue foi identificado por volta do ano de 1986, mas somente após cinco anos foram registrados os primeiros casos autóctones⁸.

Em 2015 a cidade encerrou o ano com 8.543 casos de dengue, sendo 8.482 autóctones e 61 importados, com seis óbitos, divulgados pela Secretaria Municipal da Saúde e veiculado no site da Prefeitura, configurando-se assim como a maior epidemia de dengue da história na cidade.

O Departamento de Saúde Coletiva de Bauru, juntamente com a Secretaria Municipal da Saúde concentram seus esforços na transmissão de informação para a população por meio de informativos e folhetos disponíveis no site da prefeitura, com o propósito de esclarecer dúvidas sobre a doença, como: sintomas, prevenção, tratamento, além da atualização epidemiológica⁹.

Já a Divisão de Vigilância Ambiental atua na vistoria dos imóveis e terrenos a fim de encontrar irregularidades que possam contribuir para a proliferação da Dengue. Os agentes também transmitem orientações, realizam a nebulização do veneno em bairros com registro da doença e autuam os responsáveis que estão sujeitos à multa. Além disso, foi realizada entre os meses de fevereiro e junho (2015) a promoção de cursos de prevenção da dengue nas escolas municipais.

É importante salientar que, no ano de 2015 no mês de abril, conforme foi veiculado no site G1, o Estado de São Paulo abriu concurso de emergência - de caráter temporário - para agente de controle de endemias. Em Bauru, nesse mesmo mês, a Divisão de Vigilância Ambiental contava com cento e vinte agentes de combate à dengue, número insuficiente

⁷ Casos registrados entre 04/01/15 a 05/12/15. Informações retiradas do Boletim Epidemiológico Volume 46, Nº 44- 2015. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/images/pdf/2016/janeiro/07/2015-svs-be-pncd-se48.pdf>> Acesso em: 6 mar 2016.

⁸ Os casos autóctones são aqueles em que os indivíduos são contaminados no próprio município.

⁹ O Boletim Epidemiológico é um documento informativo disponível no site da Prefeitura de Bauru que contém dados estatísticos sobre a Dengue no município até o ano 2013. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos2/arquivos_site/sec_saude/dsc/2013/VE;1;2013-08-22;Dengue_-_Atualiza%C3%A7%C3%A3o_epidemiol%C3%B3gica.pdf> Acesso em: 6 mar. 2016.

devido à grande incidência de casos. Sendo assim, foram abertas vinte e quatro vagas no município.

1.3 Relações Públicas na promoção da saúde

A área de Relações Públicas é muito abrangente, seja pelas variadas atividades que o profissional é capaz de executar ou pela possibilidade de diversas atuações no mercado, que engloba os três setores: o público, privado e associações sem fins lucrativos. Porém, é comum ver o profissional reduzido ao ambiente empresarial ou privado, o que requer devida atenção, visto que, o contexto atual que apresenta problemas ambientais, sociais e de saúde, é um espaço fértil para a atuação do Relações-Públicas.

Conforme Oliveira (2007, p. 181),

Aqui se destaca a importância de as relações públicas estarem diretamente envolvidas com a construção da cidadania, fixando sua função social de práxis voltada para a transformação social, no estabelecimento da integração entre Estado, sociedade e mercado.

Nessa perspectiva é que surgem as relações públicas comunitárias que visam analisar os problemas e conflitos das comunidades pela participação direta, a fim de incentivar estratégias que proporcionem melhorias em benefício de todos. (KUNSCH, 2007). Logo, na atual epidemia de Dengue na cidade de Bauru, o relações-públicas pode ser um agente transformador fundamental para a promoção da saúde.

O profissional de relações públicas pode contribuir com estratégias que proporcionem uma maior eficácia na promoção da saúde a partir de suas habilidades comunicacionais, a princípio buscando informar a população sobre as questões de saúde, adequando a informação a ser transmitida às especificidades dos públicos. Para isso, é necessário levar em consideração a faixa etária do público, nível de escolaridade, classe social, região em que habita, entre outras características que são imprescindíveis para que a mensagem recebida seja compreendida de modo satisfatório e eficaz.

Vieira (2002, p.30) expõe que “não podemos perder de vista a dimensão individual do homem, pois mesmo pertencendo a um grupo, ele tem interesses particulares que suplantam os coletivos.”. Afinal, o que geralmente ocorre são informações transmitidas de modo genérico a toda a população, o que acaba por não despertar a atenção necessária ou até mesmo a incompreensão da mensagem.

Conhecer a real situação, as dificuldades e os motivos pelos quais a promoção da saúde não ocorre de maneira eficaz é essencial. Logo, o profissional de relações públicas pode realizar pesquisas de opinião pública e a partir dos resultados obtidos elencar as melhores estratégias a serem executadas. Entretanto, existem várias outras atividades, que Peruzzo (1989, p. 4) sintetiza como

[...] ações que visem a conscientização, mobilização, adesão, organização e coesão no nível interno dos movimentos; que contribuam no planejamento das atividades e na realização de eventos, pesquisas, produção de instrumentos de comunicação etc.; que facilitem a conquista de aliados, através de uma comunicação eficiente com os públicos e com a sociedade como um todo; que favoreçam a conquista de espaços nos grandes meios de comunicação de massa; que estabeleçam relacionamento adequado com os órgãos do Poder Público e com outras instituições da sociedade.

Sendo assim, as relações públicas na promoção da saúde tendem a contribuir efetivamente com os diversos aspectos sociais e à sociedade como um todo, pois o seu “[...] próprio termo, dizem respeito às relações humanas e, por isso, seu conteúdo científico deve pressupor [uma] visão humanista” (VIEIRA 2002, p. 60). O profissional deve se preocupar não somente com a imagem a ser transmitida, mas com as problemáticas que um mundo capitalista e desigual está sujeito a enfrentar.

Apresentada a fundamentação teórica relativa ao tema deste estudo, destaca-se a seguir os resultados de uma pesquisa de opinião, de caráter quantitativo, realizada com frequentadores do comércio de Bauru, mais especificamente o Calçadão da Rua Batista de Carvalho.

2 Pesquisa de opinião realizada com a população bauruense

A pesquisa teve como **objetivos** analisar as atitudes e opiniões dos moradores de diversas localidades da cidade de Bauru relacionadas aos casos de dengue, assim como a percepção e/ou conhecimento da população, sobre a comunicação pública aplicada nas campanhas de prevenção. Buscou-se identificar, também, quais esforços a população estaria empregando para amenizar o índice de casos.

Como **ferramenta metodológica** foi adotada a metodologia quantitativa devido às características objetivas do projeto. A pesquisa foi realizada no comércio de Bauru, localizado no centro da cidade (“Calçadão” da Rua Batista de Carvalho), que apresenta um

grande fluxo de compradores, o que conseqüentemente possibilitou entrevistar pessoas residentes em bairros diferentes. Foram realizadas 150 entrevistas nos dias 08 e 09 de outubro de 2015 no período da tarde. Essa amostra foi definida após instrução da professora orientadora, visto que os órgãos responsáveis pelo comércio na cidade negaram prestar qualquer informação sobre o fluxo de pessoas para definir e estipular uma amostragem de acordo com os parâmetros metodológicos.

A partir dessa definição, foi elaborado um questionário que contemplou os diferentes aspectos da temática, conseguindo obter informações específicas dos entrevistados. Após a realização do pré-teste, o questionário sofreu as devidas melhorias em seu conteúdo e estrutura possibilitando a aplicação. Além disso, a equipe recebeu instruções da professora orientadora sobre como agir e se portar em meio a uma pesquisa realizada em um centro comercial e para facilitar a identificação foi utilizado crachás com nome, curso e universidade. Cada integrante ficou responsável por um total de cinquenta entrevistados, totalizando cento e cinquenta aplicações.

O grupo recebeu ainda, instruções acerca do planejamento e elaboração do projeto para que pudesse definir critérios em relação à execução da pesquisa, que apresentou resultados bastante diversificados e vez por outra se contrariaram, revelando a possível falta de lealdade por parte dos indivíduos nas respostas.

Os resultados apontam alguns fatores esperados como, por exemplo, 70% dos entrevistados são mulheres, que representam a maioria nos locais de compra; houve uma pluralidade nas idades apontadas, sendo 32% jovens de 18 a 25 anos, 16,6% com idade de 25 a 35 anos e o restante dividido em um público de maior idade. A escolaridade, fator de influência no poder de resposta e senso crítico, indicou que 40% dos indivíduos possuem ensino médio completo e a segunda maior porcentagem 18,7% possui ensino fundamental incompleto. Ainda assim, uma porcentagem pequena 10,7% afirmou ter ensino superior completo e apenas 0,6% declarou ser analfabeto.

A seguir estão elucidadas as questões consideradas de maior relevância para o entendimento do conteúdo abordado.

Questão 1 – Conhece as atitudes de prevenção contra a Dengue?

Ao serem questionados sobre o conhecimento das atitudes de prevenção da Dengue, a grande maioria dos entrevistados (97,3%) afirmou positivamente, o que já era esperado considerando que são informações básicas transmitidas no cotidiano, escola, trabalho e

meios de comunicação. Sabendo-se que a Dengue é uma doença combatida essencialmente pela profilaxia, pode-se inferir que não é pela falta de conhecimento da população que a epidemia ainda ocorre.

Questão 2 - Que medidas você adota para a prevenção da Dengue no dia a dia?

Levando em consideração que a maioria dos entrevistados tem conhecimento que água parada ajuda na proliferação do mosquito, a predominância das respostas foi nesse sentido, ou seja: verificar água parada nos pneus (19,4%), colocar garrafas de cabeça para baixo (20,8%) e areia nos vasos de plantas (24,4%). Logo, somando as atitudes de prevenção chegou-se a um percentual de 97,2% dos entrevistados que afirmaram fazer o uso das medidas no cotidiano. Sendo assim, o principal questionamento ainda resistia, se as pessoas conhecem as medidas e as adotam, qual o motivo da epidemia?

Questão 3 - Como conheceu essas medidas?

A televisão (47,1%) apareceu como o meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas para se informar sobre as medidas de prevenção da Dengue, sendo sucedido pela internet e panfletos com 7,3% e, aproximadamente na mesma proporção, a escola (7,7%), esta que a cada dia mais assume o compromisso de informar e sensibilizar os alunos a respeito da Dengue na cidade de Bauru.

Os agentes são citados por 22,3% dos entrevistados. É uma porcentagem relevante, visto que além da televisão, os outros meios não tiveram um destaque expressivo, o que sugere que eles cumprem seu papel na transmissão de informação em relação às medidas preventivas. Porém, a função do profissional não se restringe a isso, é necessário ainda fiscalizar, incentivar e acompanhar se o que foi transmitido está sendo realmente realizado pela população.

Sendo, portanto, a televisão o meio de comunicação mais utilizado pelas pessoas, cabe aqui reforçar e até mesmo reformular o modo como a Dengue é abordada, buscando não somente informar quais são as medidas de prevenção, mas sensibilizar a população, para que ela efetivamente assuma a responsabilidade no combate à doença.

Questão 4 - Tem acompanhado as campanhas de prevenção da Dengue?

Metade dos entrevistados alegou não acompanhar as campanhas de prevenção e, até mesmo, nem sequer possui conhecimento da existência delas. Dos 150 entrevistados, 12,7% responderam que acompanham às vezes e 37,3% acompanham.

Em vista dos resultados obtidos, as campanhas de prevenção realizadas no município de Bauru podem não estar sendo adaptadas a cada veículo de comunicação e, conseqüentemente, ao público, linguagem, faixa etária, entre outros aspectos que permitem que a comunicação seja feita de forma eficaz e a informação atinja o receptor. Além disso, supõe-se que a população não esteja atenta às campanhas por falta de interesse, uma vez que admite ter o conhecimento básico de prevenção e acredite não estar suscetível ao contágio da Dengue.

Logo, para que as campanhas de prevenção surtam o efeito esperado é necessário estudar o público, que possui especificidades e não recebe as informações de um mesmo modo, como destaca Vieira (2002, p.30) “não podemos perder de vista a dimensão individual do homem, pois mesmo pertencendo a um grupo, ele tem interesses particulares que suplantam os coletivos.”. Portanto, devem ser investigadas, também, as melhores estratégias para não somente chamar a atenção da população, mas fazê-la refletir e principalmente, colocar em prática o que foi transmitido pela campanha.

Questão 5 – Já recebeu a visita de um agente?

Entre os 150 entrevistados apenas 7, o que corresponde a 4,7%, afirmam não ter recebido a visita dos agentes de vigilância ambiental, enquanto que a grande maioria, 95,3% receberam as visitas. Alguns entrevistados que não receberam visitas, expuseram que residem em apartamentos e, por isso, não possuem focos do mosquito transmissor ou que mudaram de residência há pouco tempo, o que impossibilitou a visita de um agente.

Constatamos que, de acordo com o resultado da pesquisa, os agentes de vigilância ambiental cumprem seu trabalho de fiscalização das residências, tendo realizado até mesmo mais de uma visita, segundo os entrevistados. Porém, muitos alegam que a fiscalização ocorre mais com o intuito de corrigir as irregularidades, ou seja, limpeza de criadouros já infectados, do que propriamente de prevenção ou transmissão de informações, confirmando uma de nossas hipóteses: “O departamento de saúde pode estar concentrando mais esforços nas atitudes corretivas do que nas preventivas”.

É importante ressaltar que o *Aedes aegypti*, mosquito transmissor do vírus nas Américas, é originário da África subsaariana e considerado uma espécie muito adaptativa ao meio urbano, e que “esse processo adaptativo vem permitindo a sua rápida difusão espacial utilizando os mais diversos meios de transporte e o seu explosivo crescimento nas áreas urbanas”, segundo Barreto e Teixeira (2008). Entretanto, essa estratégia focada em atitudes corretivas acaba não sendo muito eficaz, já que a dengue é uma doença cuja redução de casos está estritamente ligada à medidas preventivas.

Questão 6 - Qual o motivo do crescimento da epidemia de Dengue na sua opinião?

Quando questionados sobre o motivo do crescimento da doença, a grande maioria (74,4%) aponta a falta de comprometimento da população e a não adoção de atitudes preventivas. No entanto, 97,3% dos entrevistados afirmaram na questão 1 possuir conhecimento das medidas preventivas e ainda, na questão 2, apenas 2,8% declaram não adotar nenhuma medida, o que suscita o questionamento sobre a veracidade das respostas. Essa discordância pode ocorrer devido ao receio de o indivíduo admitir que adota uma postura irresponsável perante um problema de saúde pública e que embora conheça as atitudes de prevenção e os riscos que a doença proporciona, age com desinteresse.

Em proporções menores, os entrevistados responsabilizam o governo e a prefeitura que em soma totalizam 10,1% e apenas 0,5% dos entrevistados afirmam que o problema está na falta de atitude dos agentes.

Questão 7 - Que sugestões você daria para os agentes para diminuição dos casos?

O resultado obtido é de que 43,1% dos entrevistados admitem não ter nenhuma sugestão destinada aos agentes, alegando que eles realizam a visita corretamente e que o problema está na falta de sensibilidade da população. Ainda assim, 19,2% indicam a necessidade de maior rigorosidade na execução das inspeções, pois como afirma Barreto e Teixeira (2008) o mosquito “[...] se adaptou ao ambiente urbano, tornando-se antropofílico¹⁰, e suas larvas foram encontradas em depósitos artificiais.”, sendo que alguns dos agentes não a realizam de maneira adequada. No entanto, 13,8% sugerem o aumento na frequência das visitas e ajuste nos horários das mesmas, visto que muitas pessoas trabalham ou não estão em casa quando os agentes passam.

¹⁰ Que se desenvolve próximo ao homem.

A melhoria na transmissão de informações e a realização da limpeza de terrenos e quintais aparece em 7,2%, uma vez que Bauru possui muitos terrenos e locais abandonados que não são inspecionados na mesma proporção que as residências.

3 Considerações sobre o estudo

Com a realização desta pesquisa conseguimos atingir os objetivos previamente estabelecidos e chegar a conclusão de que a Dengue ainda é uma doença que causa alardes, pois a população em sua maioria conhece as atitudes de prevenção e possui as informações básicas sobre ela. No entanto, muitas vezes, por achar que não acontecerá com sua família, por desatenção ou até mesmo por irresponsabilidade as pessoas não adotam as medidas preventivas. O que prejudica não só a população bauruense, mas todo o país que sofre com as epidemias que seriam diminuídas com simples atitudes de prevenção.

As premissas de que “não acontecerá isso comigo ou com minha família” ou “se só eu não fizer não fará diferença” são encontradas em diversas situações na população brasileira, e em relação à dengue não é diferente. Está na cultura do povo e é imprescindível desmistificar tais crenças para que a sensibilização das pessoas ocorra de modo eficaz, ou seja, deve ser estimulada desde a infância, para que a criança já cresça com o conceito de que sua participação na luta contra a dengue é imprescindível. E deve ser afirmada ao longo do tempo com campanhas de prevenção bem estruturadas e segmentadas, que não somente chamem a atenção no momento da divulgação, mas que façam a população refletir sobre o assunto, além de serem bem segmentadas para os diferentes tipos de público, nível de escolaridade, meios mais utilizados, entre outros.

Logo, a epidemia da dengue não é causada somente pela irresponsabilidade da população ou a falta de atitudes preventivas, mas também pela comunicação inadequada entre os órgãos responsáveis pela sensibilização e a população, condição esta que demonstra um retrocesso na comunicação em plena era da informação. Deste modo, o relações-públicas pode contribuir adotando estratégias que visem conhecer os públicos e adequar as informações a serem transmitidas a eles, para que haja compreensão e sensibilização eficaz sobre a dengue. Está na essência da profissão de relações públicas a ação coletiva, a construção da cidadania e a promoção do bem comum.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Maurício L.; TEIXEIRA, Maria Glória. Dengue no Brasil: situação epidemiológica e contribuições para uma agenda de pesquisa. **SciELO**, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142008000300005&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt> Acesso em: 7 set. 2015.

BOLETIM Epidemiológico. **Portal da saúde**, c2016. Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/images/pdf/2016/janeiro/07/2015-svs-be-pncd-se48.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2016.

CARDOSO, Janine Miranda; ARAÚJO, Inesita Soares de. Comunicação e saúde. **Dicionário da educação profissional em saúde**, c2009. Disponível em: <<http://www.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/comsau.html#topo>> Acesso em: 7 set. 2015.

CARTA DE OTTAWA. **Primeira conferência internacional sobre promoção da saúde**, novembro de 1986. Disponível em: <http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/carta_ottawa.pdf> Acesso em: 12 set. 2015.

DEFLEUR, Melvin Lawrence; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FALTAM profissionais para combater a dengue no estado de São Paulo. **G1**, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2015/04/faltam-profissionais-para-combater-dengue-no-estado-de-sao-paulo.html>> Acesso em: 7 set. 2015.

INFORMATIVO Dengue atualização epidemiológica 2013. **Prefeitura de Bauru**, c2010-2016. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/arquivos2/arquivos_site/sec_saude/dsc/2013/VE;1;2013-08-22;Dengue - Atualiza%C3%A7%C3%A3o epidemiol%C3%B3gica.pdf> Acesso em: 6 mar. 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento e gestão estratégica das relações públicas comunitárias. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Org.). Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007. p. 293 - 309

NEVES, Tatiane Pereira das. Reflexões sobre a promoção da saúde. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 62, jul. 2006. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/062/62neves.htm>> Acesso em: 11 set. 20015.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Relações públicas e as questões sociais nos três setores da sociedade. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Org.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007. p. 181 - 193

PERUZZO, Cicilia M. Krohling Peruzzo. Relações públicas, movimentos populares e transformação social. In: REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO, v.XVI, n. 2.

São Paulo: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1993. p.125-133. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-relacoes-publicas.pdf>> Acesso em: 11 set. 2015

PESSONI, Arquimedes. História da interface comunicação e saúde. In: PAULINO, Fernando Oliveira (Org.). **Comunicação e saúde**. Brasília: Casa das Musas, 2009. p. 31 – 43.

Prefeitura de Bauru, c2010-2015. Disponível em: <<http://www.bauru.sp.gov.br/>> Acesso em: 6 set. 2015.

SAÚDE confirma novos casos de dengue em Bauru. **Prefeitura de Bauru**, c2010-2016. Disponível em: <<http://www.bauru.sp.gov.br/materia.aspx?n=22162>> Acesso em: 6 mar. 2016.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações públicas: opção pelo cidadão**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.