

# Cultura Institucional de **COMUNICAÇÃO** **EM VIGILÂNCIA EM SAÚDE**

Módulo 2 Guia de Práticas

ESTUDO DE CASO: CIE

FOCO NO USUÁRIO - UX, MÉTODO OPAS PARA A COMUNICAÇÃO (Caso CIE) E LINGUAGEM SIMPLES

Aula 7

**Milena A R Silva**

Articuladora do Núcleo Técnico de Comunicação em Vigilância em Saúde

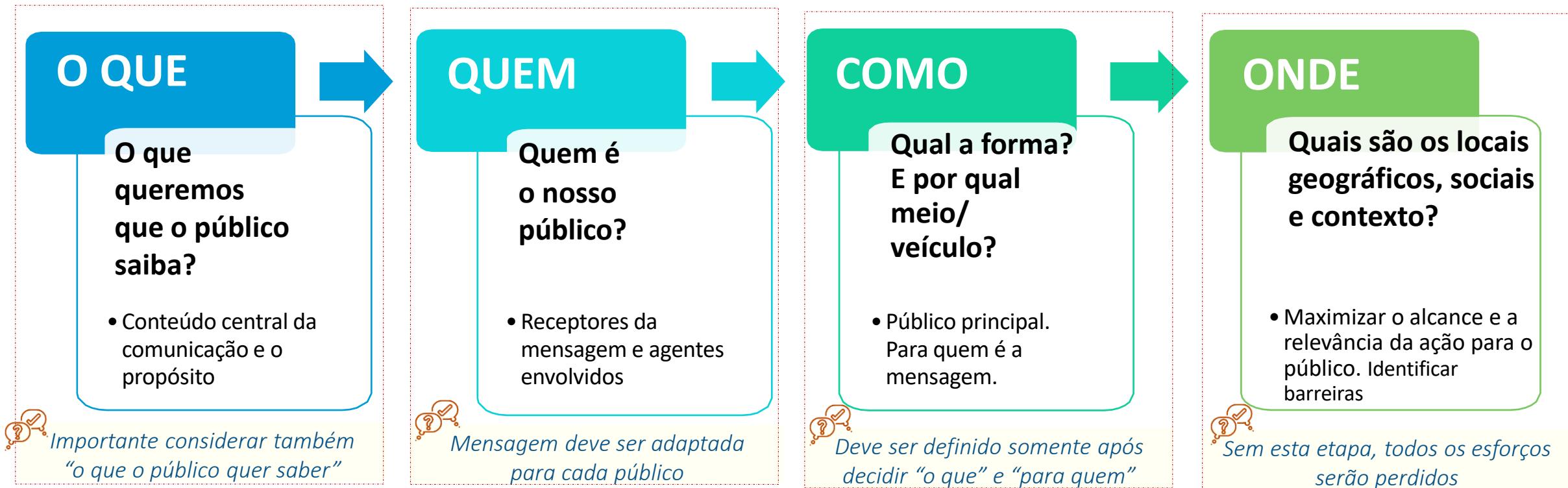
Departamento de Vigilância em Saúde DEVISA/SMS

Módulo 2. Aula 7. 13/11/2025



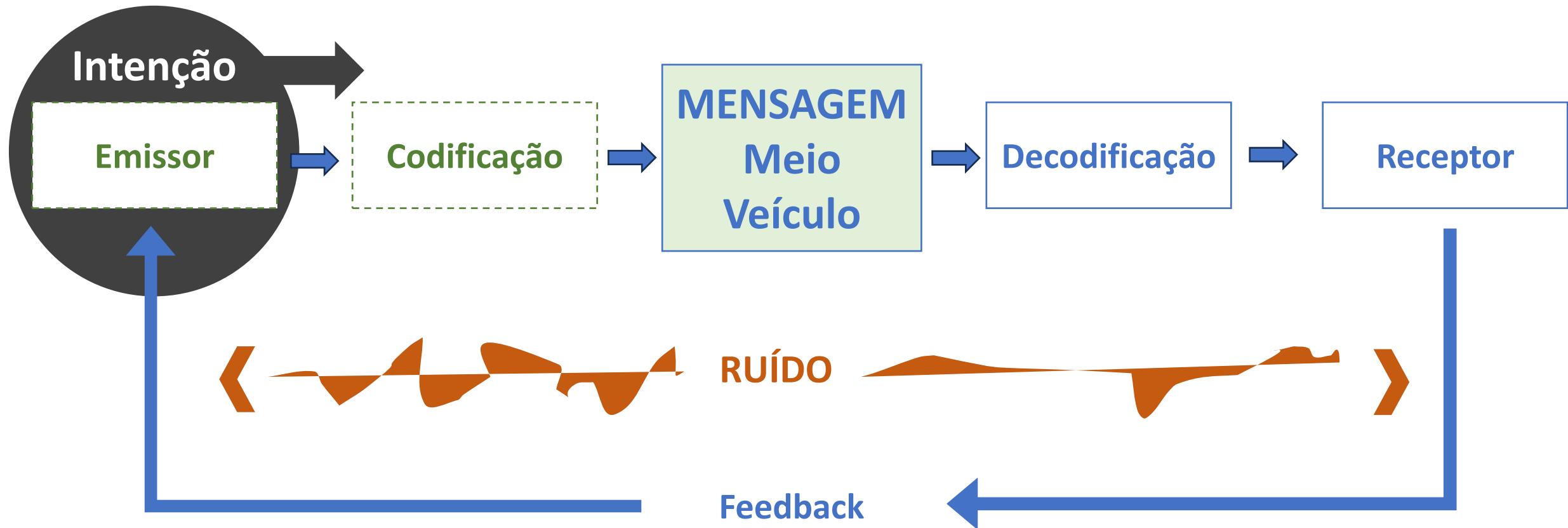
PREFEITURA DE  
**CAMPINAS**

## MODELO 2: Principais questões para promoção, comunicação e mobilização



Importante alcançar o público que por diferentes motivos não tem acesso  
(acesso geográfico, social, cultural e econômico)



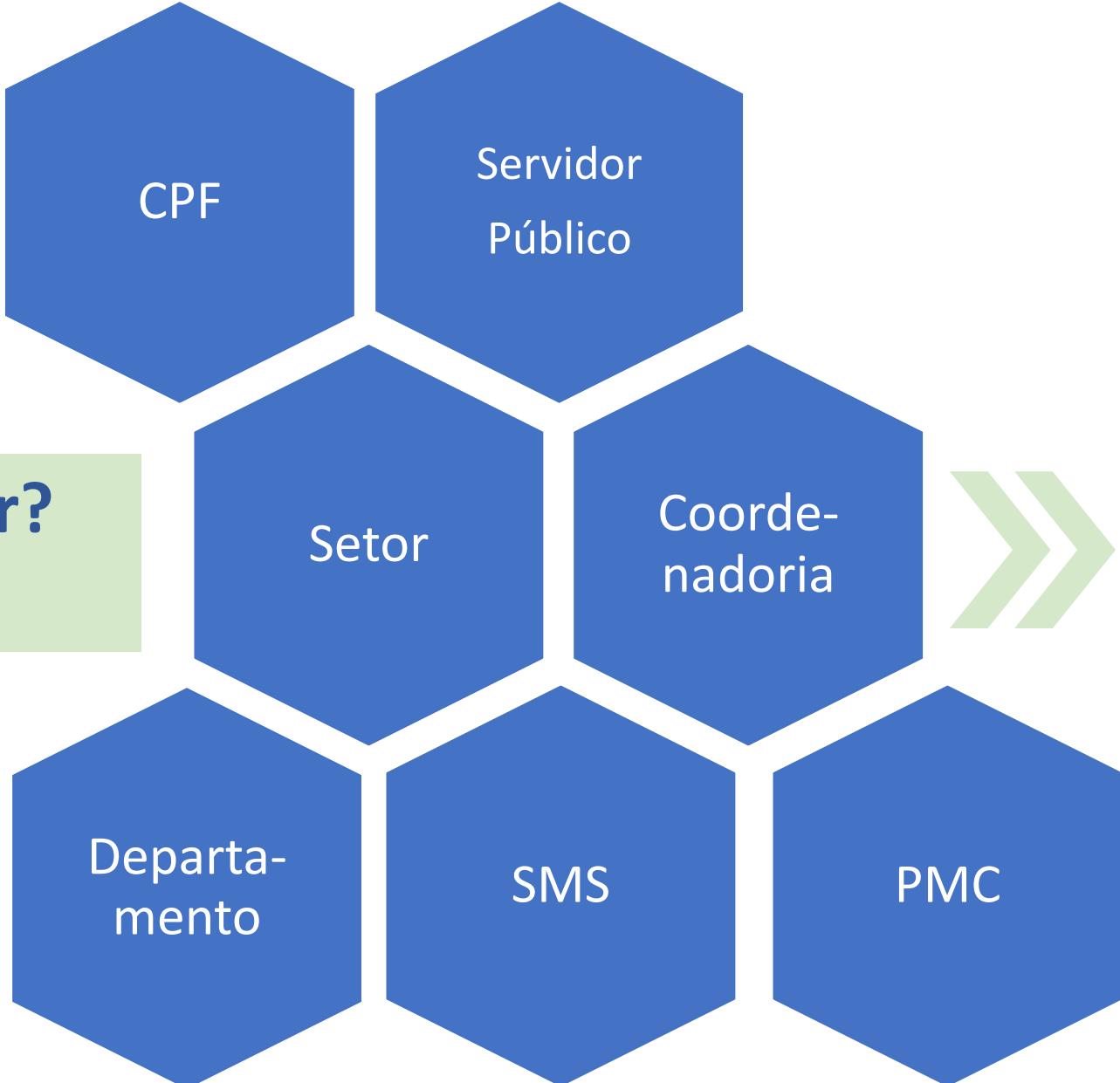


## MODELO 1: Teoria Matemática da Comunicação

Shannon e Weaver, 1948



Quem é o emissor?  
Quem comunica?



Respeito aos  
princípios





Por que?

O FOLDER  
É A PONTA DO  
ICEBERG

O próximo slide **traduz a provocação**  
feita ao longo dos encontros

## COMUNICAÇÃO deve ser

- **Estratégica e**
- **Integrada**

Fonte: Adaptado de Isabela Pimentel  
Consultora Comunicação Integrada

# Comunicação estratégica tem raízes na gestão

Folder  
Cartaz  
Placa  
Maquete  
Teatro  
BI

Boletim  
Nota Técnica  
Comunicado  
Relatório  
Plano

Post

Site  
Telemídia

Nota de imprensa  
Evento  
Campanha  
Videoaula  
Curso  
Capacitação

Cultura  
organizacional

Foco em pessoas

Liderança

Governança  
Corporativa e Compliance

Planejamento Tático  
e Operacional

Gestão da Imagem e  
Reputação

Gestão Estratégica

Planejamento  
Estratégico

1. Quem é o emissor?
2. Qual é o risco?
3. Quem são os especialistas, as áreas envolvidas e ponto focal?
4. Qual é o contexto?
5. Qual é a intenção/propósito?
6. Qual é a mensagem-chave?
7. Quem é o público (os públicos) e a “persona” de cada público?
8. Qual a localização desse público?
9. Quais são os meios/veículos adequados para chegar ao público?
10. Qual a urgência e prazo?

Anote



- Não é um fluxo nem sequência.
- São respostas necessárias para a decisão, desde o momento inicial da demanda de comunicação.
- Dialogar com os referenciais estudados.

1. Quem é o emissor?
2. Qual é o risco?
3. Quem são os especialistas, as áreas envolvidas e ponto focal?
4. Qual é o contexto?
5. Qual é a intenção/propósito?
6. Qual é a mensagem-chave?
7. Quem é o público (os públicos) e a “persona” de cada público?
8. Qual a localização desse público?
9. Quais são os meios/veículos adequados para chegar ao público?
10. Qual a urgência e prazo?



- 1. O que solicita**
- 2. Objetivo da comunicação**
- 3. Público**
- 4. Problemas a serem considerados**
- 5. Comunicação já existente (antigas e/ou atuais)**
- 6. Cases exemplares de comunicação, considerados bem-sucedidos**
- 7. Resultado desejado**
- 8. Prazos**
- 9. Elencar Prioridades: Considerar outras demandas do próprio departamento e da SMS**

## Atenção

Quando acionar  
recursos por meio da  
articulação  
intersetorial ?

# Linguagem Simples

## ATIVIDADE DE DISPERSÃO

*Ver documento complementar de orientação*



# Que as reflexões de hoje inspirem nossas decisões e práticas de todos os dias



**Milena Aparecida Rodrigues da Silva**

Articuladora do Núcleo Técnico de Comunicação em Vigilância em Saúde

[milena.silva@campinas.sp.gov.br](mailto:milena.silva@campinas.sp.gov.br)

(19) 2116-0187

*"É permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte  
e que não seja para a venda ou qualquer fim comercial"*



**Milena Aparecida Rodrigues da Silva**

Pesquisa e elaboração da aula

Articuladora do Núcleo Técnico de Comunicação em Vigilância em Saúde

**Wanice Silva Quinteiro Port**

Diretora do Departamento de Vigilância em Saúde