



PUBLICIDADE PARA PREVENÇÃO DA GRAVIDEZ NA ADOLESCÊNCIA

*Kerollen Sávio Neto da Silva; Salete Leone Ferreira;
Rhanica Evelise Toledo Coutinho.*

UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda; RJ

Introdução: A gravidez indesejada na adolescência é algo muito recorrente. Atualmente, nos países em desenvolvimento, vinte mil meninas com menos de dezoito anos dão à luz e duzentas morrem devido a complicações na gravidez ou parto. Em todo o mundo, 7,3 milhões de meninas ficam grávidas a cada ano, das quais dois milhões tem menos de quinze anos, número que pode aumentar para três milhões até 2030, se a tendência atual for mantida (BRASIL, 2015). A publicidade direcionada adequadamente a esse público-alvo seria muito relevante, pois como ela utiliza várias ferramentas para motivar e persuadir o público-alvo poderia facilitar a comunicação entre o Ministério da Saúde e os adolescentes. Uma das ferramentas de Publicidade a ser proposta neste trabalho, com o objetivo de persuadir o público-alvo é o *Jingle*, para Rabaça (1995, p. 345), é uma "mensagem publicitária em forma de música, geralmente simples e cativante, fácil de cantarolar e de recordar. Sua duração média varia de 15 a 30 segundos". A pesquisa em tela trata de um Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA que se encontra em desenvolvimento. Pretende-se investigar o que o Ministério da Saúde do Governo Federal tem feito para amenizar esse problema. Existem campanhas publicitárias voltadas para essa questão? Estudar essa temática torna-se importante porque se pode propor uma campanha transdisciplinar, mais específica a esse público, de forma que auxilie em sua prevenção, diminuindo esse índice.

Objetivos: Pretende-se analisar as campanhas feitas pelo Ministério da Saúde a respeito da Gravidez na Adolescência. E, como objetivos específicos: compreender o que a literatura vem trazendo de conceitos acerca desse tema; verificar quais são as propostas das Campanhas do Ministério da Saúde sobre o tema "Gravidez na Adolescência"; propor novos caminhos de comunicação, visando abordar uma linguagem bem ajustada ao público-alvo e mostrar de que forma a publicidade poderá potencializar ações estratégicas para campanhas públicas governamentais.

Metodologia: Este estudo surge a partir do desenvolvimento de um trabalho de conclusão de curso (TCC) que ainda está no início e que se baseia em pesquisa bibliográfica e em levantamento de dados na internet, por meio de dados secundários, que são informações já disponíveis, cujas informações já foram coletadas, tabuladas e ordenadas e estão catalogados, à disposição dos interessados, sem ônus para sua obtenção (SAMARA; BARROS, 2007), nesse caso, na análise das campanhas realizadas pelo Ministério da Saúde sobre o tema. A comunicação direcionada adequadamente a esse público-alvo seria muito relevante, pois como a publicidade utiliza várias ferramentas para motivar e persuadir, poderia facilitar a comunicação entre o Ministério da Saúde e o seu público-alvo, os adolescentes.

Resultados: A partir da revisão bibliográfica realizada até agora, pode-se constatar que é grande o número de jovens que engravidam na adolescência, sendo possível compreender os riscos que correm durante esse processo. Com relação ao uso da publicidade como recurso para campanhas de prevenção, constatou-se que o Ministério da Saúde não propõe nenhuma campanha específica para tratar dessa questão.

Discussão: Torna-se clara a necessidade de propor novas formas de comunicação, visando à prevenção da gravidez na adolescência. Acredita-se que o uso de estratégias de comunicação através da publicidade poderá dar bons resultados, uma vez que poderá ser trabalhada uma linguagem que atinja o público, que, na visão das pesquisadoras, deverá ser adolescentes de ambos os sexos.

Conclusão: Embora a pesquisa esteja em desenvolvimento, é possível afirmar que a publicidade poderá ser uma grande aliada nessa causa. Como a pesquisa trata de uma investigação teórica e prática, já está em desenvolvimento a proposta de uma produção transdisciplinar que contemple as seguintes peças: um site, dois cartazes e dois jingles. Espera-se que o estudo teórico e a campanha proposta possam contribuir com a prevenção da gravidez na adolescência.

Palavras-chave: Gravidez; prevenção; adolescência.



REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. **Campanhas educativas previnem a gravidez precoce no País: Gravidez na adolescência.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/saude/2012/04/campanhas-educativas-previnem-a-gravidez-precoce-no-pais>>. Acesso em: 02 mar. 2015.

RABAÇA, C. D. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de comunicação.** São Paulo: Ática, 1995.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: conceito e metodologia.** 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.