

O storytelling na comunicação em saúde: uma história mal contada?

Lúisa Carvalho-Carreira¹

<https://orcid.org/0000-0002-4071-1160>

Resumo: Este artigo apresenta uma revisão, de pendor qualitativo e ancorada nos Estudos Narrativos, de publicações científicas que abordam o uso do storytelling na Comunicação em Saúde. Para tal, parte de um enquadramento teórico acerca destes dois conceitos e fornece, posteriormente, uma revisão de publicações científicas, disponíveis na base de dados PubMed, com o objetivo de melhor compreender como o conceito de storytelling é abordado por publicações na área da Saúde, bem como quais os meios de comunicação

utilizados nas iniciativas descritas que recorrem ao seu uso. De um modo geral, esta revisão concluiu que as publicações analisadas apontam comprovados benefícios do uso do storytelling em variados âmbitos da Comunicação em Saúde. No entanto, embora estas publicações definam, na sua maioria, o conceito de storytelling, as referências utilizadas nesse âmbito não parecem embasar-se nos Estudos Narrativos, área de origem do conceito de storytelling e pela qual este é amplamente estudado.

Palavras-Chave: Comunicação; Estudos narrativos; Revisão bibliográfica; Saúde; Storytelling

Storytelling in health communication: a poorly told story?

Abstract: This article presents a qualitative review, anchored on the Narrative Studies, of scientific publications that address the use of storytelling in Health Communication. To this end, it begins by a theoretical framework about these two concepts and subsequently provides a review of scientific publications available in the PubMed database, in order to better understand how the concept of storytelling is approached by publications in Health, as well as which

media are used in the initiatives described that resort to its use. In general terms, this review concluded that the analyzed publications point to proven benefits of using storytelling in various scopes of Health Communication. However, although these publications mostly define the concept of storytelling, the references used in this context do not seem to be based on Narrative Studies, the origin area of the concept of storytelling and by which it is widely studied.

¹ Faculdade de Letras (FLUC), Faculdade de Medicina (FMUC), Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
E-mail: carreira.luisa@gmail.com.

Keywords: Communication; Narrative studies; Literature review; Health; Storytelling

El storytelling en la comunicación en salud: ¿una historia mal contada?

Resumen: *Este artículo presenta una revisión cualitativa, anclada en los Estudios Narrativos, de publicaciones científicas que abordan el uso del storytelling en la Comunicación en Salud. Para eso, se parte de un marco teórico sobre estos dos conceptos y posteriormente se hace una revisión de las publicaciones disponibles en la base de datos PubMed, con el fin de comprender mejor cómo el concepto de storytelling es abordado por las publicaciones en el campo de la Salud, así como qué medios de comunicación se utilizan en las iniciativas descritas que recurren a su uso. En general, esta revisión concluyó que las publicaciones analizadas apuntan a los beneficios comprobados del uso del storytelling en diferentes áreas de la Comunicación en Salud, sin embargo, aunque estas publicaciones definen mayoritariamente el concepto de storytelling, las referencias utilizadas en esta área no parecen estar basadas en los Estudios Narrativos, área de origen del concepto de storytelling y por el cual se estudia ampliamente.*

Palabras Clave: Comunicación; Estudios Narrativos; Revisión bibliográfica; Salud; Storytelling

I. Introdução

A saúde é, por norma, considerada o bem mais importante que um indivíduo pode desejar. De acordo com o preâmbulo da Organização Mundial da Saúde (OMS), datado de 22 de julho de 1946, a saúde é definida como sendo um completo estado de bem-estar – físico, mental e social – e não apenas a ausência de doença ou de enfermidade. Esta percepção holística de bem-estar em saúde desencadeou mudanças na prática da Medicina, nomeadamente no que diz respeito ao que se pode designar por problema médico ou clínico e à consciência da existência de diferentes dimensões da saúde e da doença (Tavares, 2016), que não se prendem, exclusivamente, com a condição física do corpo.

Os conceitos de saúde e de doença resultam num tipo de conhecimento apropriado socialmente, não apenas pelos profissionais de saúde – que desempenham, desde logo, um importante papel na própria definição do que são a saúde, a doença, a vida e a morte –, mas também pelos demais indivíduos que compõem a sociedade, responsável pelo desenvolvimento de estratégias para lidar com as diversas questões relacionadas com estes conceitos. Neste âmbito, a Medicina é entendida não apenas enquanto prática individual, que considera o corpo biológico e cada doente de forma isolada, mas também enquanto prática coletiva, que tem a seu cargo a tarefa de cuidar do corpo social (Lupton, 1995), ou seja, da sociedade.

De igual modo, a sociedade tem, cada vez mais, demandado por parte das áreas médicas e da saúde a resolução de problemas relacionados com as suas realidades subjetivas e individuais (Alvim, 2016). Com efeito, o próprio acesso a informações sobre saúde é, atualmente, cada vez maior (Silva, 2011; Hodgetts, 2012; Ruão *et al.*, 2012), contribuindo para uma popularização da Medicina e dos seus saberes que, anteriormente, eram, na sua maioria, essencialmente detidos pela classe médica, nomeadamente através da utilização de uma linguagem mais técnica e científica, não acessível a públicos não especializados.

A grande diversidade de meios de comunicação hoje existente satisfaz muita da procura dos cidadãos por assuntos médicos e relacionados com a saúde, sendo, inclusive, cada vez mais os dispositivos tecnológicos de monitorização de dados de saúde e de atividade física que têm registado uma crescente adesão por parte dos seus utilizadores (Lupton, 2018), que, neste âmbito, interagem e comunicam em rede acerca das suas motivações e dos seus objetivos.

Podemos, por isso, afirmar que o tema “saúde” tem uma presença assídua no quotidiano das sociedades, possibilitada, naturalmente, por processos comunicativos e por diversos *media*. Tal significa que a Comunicação em Saúde se assume enquanto peça fundamental e de extrema importância para a vida em sociedade. O principal objetivo da Comunicação em Saúde é a melhoria ou a manutenção do estado de saúde dos indivíduos e das populações, pelo que

iniciativas de promoção da saúde a colocam na agenda pública, reforçam as suas mensagens, estimulam as pessoas a pesquisar por informações e, desejavelmente, levam à adoção de estilos de vida saudável (WHO, 1998; Schiavo, 2013). Neste âmbito, a área da Comunicação em Saúde tem vindo a assumir-se como uma importante ferramenta para o cumprimento de objetivos de saúde pública, com os seus profissionais a considerarem, cada vez mais, formas e práticas narrativas de comunicação, como o *storytelling*, para conseguirem atingir, mais eficazmente, esses mesmos objetivos (Hinyard & Kreuter, 2007).

Considerando, precisamente, o crescente recurso ao *storytelling* enquanto ferramenta estratégica de Comunicação em Saúde, este artigo procura compreender de que forma o *storytelling* é abordado por publicações científicas na área da Saúde e quais os meios de comunicação indicados e utilizados nas iniciativas descritas que recorrem ao seu uso. Uma vez que a área de estudo de origem do conceito de *storytelling* são os Estudos Narrativos, entendidos enquanto "campo de investigação centrado na teoria e na análise da narrativa" (Reis, 2018, p. 119), consideramos importante averiguar em que moldes este é contextualizado em publicações científicas de outras áreas, nomeadamente das Ciências da Saúde. Com este propósito, foi feita uma revisão de publicações científicas, disponíveis na base de dados *PubMed*, que abordam o uso do *storytelling* na Comunicação em Saúde.

Face ao exposto, o presente artigo parte de um enquadramento teórico acerca do conceito de *storytelling* e das áreas da Comunicação de Ciência, em sentido lato, e, mais especificamente, da Comunicação em Saúde. Em seguida, aborda a utilização do *storytelling* enquanto ferramenta de Comunicação em Saúde e apresenta uma revisão de publicações científicas neste âmbito.

2. O *storytelling* e os seus contextos de utilização

O interesse pelo *storytelling* tem sido crescente nos últimos anos. Uma simples busca na Internet por esta palavra revela-nos uma enorme quantidade

de resultados, muito diversos, mas que, na generalidade, apontam o *storytelling* como uma “técnica” para contar histórias, intimamente ligada à ideia de persuasão da audiência à qual se dirige, e que é passível de adaptação a diferentes contextos, desde o pessoal ao organizacional (Polletta *et al.*, 2011).

Consensualmente entendido como a atividade de contar histórias, o *storytelling* é uma atividade didática e associada, frequentemente, ao entretenimento (Herman *et al.*, 2005). Na sua origem, está intimamente ligado à oralidade e à interação face-a-face, através das quais se têm transmitido, ao longo dos tempos, valores, tradições e diversos aspetos culturais². Hoje, é, crescentemente, uma atividade mediada pelos mais diversos meios de comunicação, dos mais tradicionais aos mais modernos ou até interativos e imersivos. O *storytelling* é, igualmente, uma atividade social e cultural (Herman, 2013; Ryan, 2014), uma vez que percecionamos a realidade através das nossas experiências pessoais (Herman *et al.*, 2005), nas quais assumimos o papel de personagem central ou principal, ao estarmos diretamente envolvidos nas mesmas, mas também através das experiências dos outros, que nos são contadas na forma de pequenos episódios e de histórias. Tal enforma uma boa parte do nosso mundo e das nossas realidades sociais. O mesmo significa que as histórias – as que contamos, socialmente, uns aos outros – são responsáveis pela forma como percecionamos e vemos o mundo, também ele socialmente construído (Berger & Luckmann, 1985/1966), sendo, por isso, de extrema importância para a existência humana (Meretoja, 2014), enquanto prática narrativa que nos permite a interação em sociedade:

Nossa vida individual, nossa identidade, é uma narrativa pessoal. Estamos sempre contando estórias sobre nós mesmos, fazendo pequenos relatos de nossas experiências e testemunhos de nossos sonhos. Estamos sempre enviando mensagens diversas, contando estórias, escrevendo diários, cartas, e-mails [...]. Se alguém nos indaga quem somos, arrolamos uma série

² O Dia Mundial do *Storytelling*, celebrado a 20 de março, tem precisamente como intuito a promoção da atividade de contar histórias através da comunicação oral.

cronológica de eventos que intencionalmente escolhemos para construir a imagem desejada de quem pretendemos ser. O julgamento já está implícito. Construimos um autossignificado singular: o nosso eu se transforma em um conto, um relato valorativo (Motta, 2013, p. 27).

Assim, inerentes ao conceito de *storytelling* estão categorias da narrativa, tais como a personagem, a ação, o enredo, o tempo e o espaço (Herman, 2013; Ryan, 2014). De igual modo, o *storytelling* pode ser utilizado recorrendo a duas modalidades narrativas: a ficcional e a factual. Deste modo, as histórias que contamos e a que temos acesso podem ser ficcionais, factuais ou até híbridas, resultando, neste último caso, de uma combinação entre uma narrativa ficcional e uma narrativa factual. A analepse e a prolepse são, igualmente, conceitos associados ao de *storytelling*, dado que a estrutura de uma narrativa não é sempre, necessariamente, linear ou cronológica. Assim, uma história pode ser contada abordando, num dado momento, um acontecimento passado (analepse, comumente designada por *flashback*, nomeadamente na linguagem cinematográfica), ou, por sua vez, um acontecimento futuro (prolepse ou *flashforward*).

Dada a curiosidade que as histórias – ficcionais ou não – espoletam, especialmente aquelas de cariz pessoal (Motta, 2013), não é, por isso, de estranhar a vasta projeção que o termo *storytelling*, bem como a sua utilização, têm vindo a adquirir socialmente. Conforme referido acima, o *storytelling* é entendido como uma arte, uma técnica para transmitir eficazmente uma mensagem, sendo, por isso, amplamente utilizado em contextos que fazem um uso marcado da persuasão, como é o caso da publicidade, que recorre a histórias que pretendem gerar a identificação com a audiência pretendida para que seja possível atingirem o seu propósito, o de vender os seus bens e serviços. São exemplos de contextos da sua utilização o *storytelling* pessoal, o *storytelling* corporativo, o *storytelling* educativo, o *data storytelling*, o *storytelling* terapêutico e o *storytelling* na saúde, entre outros. No entanto, e apesar da sua ampla utilização atual, a mesma não é desprovida de críticas, nomeadamente quando

envolvida em contextos como o do *marketing* político, no qual se considera que, mais do que persuasão, o *storytelling* funciona como um mecanismo de opressão e manipulação (Salmon, 2007).

O nosso interesse neste artigo foca-se na utilização do *storytelling* em saúde e, mais concretamente, na sua comunicação, pelo que, nas seguintes secções, abordaremos com maior detalhe esta intersecção, bem como as áreas da Comunicação de Ciência, numa perspetiva mais abrangente, e, mais especificamente, da Comunicação em Saúde, passando, em seguida, à explanação da metodologia conduzida na revisão de algumas publicações científicas que constituem o objeto de estudo deste artigo.

3. A comunicação: de ciência e em saúde

O conceito de Comunicação de Ciência tem uma considerável abrangência, uma vez que se reporta a todas as atividades que visam comunicar o saber científico, o contexto e os resultados da investigação científica, independentemente dos públicos, do contexto, das ferramentas ou do objetivo dessa comunicação (Granado & Malheiros, 2015)³. Tal significa que uma reunião científica entre pares é uma atividade de comunicação de ciência, e que, da mesma forma, um encontro informal entre um investigador de uma dada área da ciência e uma audiência não especializada também o é. A Comunicação de Ciência diz, por isso, respeito à apropriada utilização de competências, meios de comunicação, atividades e diálogo que produzam uma ou mais respostas relativamente à Ciência, tais como a consciencialização, a satisfação, o interesse, o entendimento e a formulação de opiniões relativamente a um determinado assunto científico (Burns *et al.*, 2003).

³ Embora a Comunicação de Ciência seja uma área que se reporta, na sua maioria, a atividades de comunicação que contemplam apenas as Ciências da Engenharia e Tecnologias, Exatas, Naturais, Médicas e da Saúde e/ou similares, deixamos expresso que o nosso entendimento de atividades de Comunicação de Ciência é transversal a todas as áreas do conhecimento, nas quais incluímos, naturalmente, as Humanidades e as Ciências Sociais.

No que diz respeito à Comunicação Pública de Ciência, ou seja, àquela que se dirige a um público leigo ou não especializado e que não ocorre, por isso, no interior da comunidade científica, vários têm sido os benefícios apontados à sua atividade, nomeadamente nas áreas das Ciências Médicas e da Saúde, a que damos destaque neste artigo. Com efeito, e conforme referido anteriormente, os cidadãos procuram, com frequência, informações, nos mais variados *media*, acerca da saúde e de descobertas científicas, considerando, neste âmbito, os médicos, cientistas e investigadores como uma fonte confiável e credível de informação. As atividades de Comunicação de Ciência são também, deste modo, fundamentais para a promoção da literacia científica dos cidadãos e para a sensibilização relativamente à investigação, assumindo especial importância quando estão em causa assuntos como a prevenção de determinadas patologias ou a adoção de cuidados de saúde e de estilos de vida saudável, ou seja, no âmbito da Comunicação em Saúde.

Por seu turno, a Comunicação em Saúde assume-se como estratégia-chave para manter importantes questões na agenda pública e para informar e capacitar a população acerca de temas relacionados com a saúde (WHO, 1998). Resultado da intersecção entre as Ciências da Comunicação e as Ciências da Saúde (Zoller & Kline, 2008), um dos seus principais objetivos é influenciar o comportamento dos indivíduos e das comunidades (Schiavo, 2013). Nesse âmbito, o *storytelling* tem sido, cada vez mais, utilizado como estratégia de comunicação de assuntos relacionados com a saúde (Hinyard & Kreuter, 2007; Parvanta & Bass, 2020), essencialmente em três âmbitos: no âmbito da relação médico-doente, para melhorar a adesão a terapêuticas ou para comunicar terapêuticas e diagnósticos; no âmbito da literacia em saúde, para comunicar temas relacionados com a saúde e a medicina dirigidos à sociedade civil; e no âmbito da adoção de estilos de vida saudável, quando o intuito é promover a adoção de estilos de vida e de comportamentos mais saudáveis.

O facto de as histórias despertarem a atenção e o interesse dos seus recetores tem sido assinalado por diversas investigações, que as elegem a objeto de estudo, nomeadamente em áreas como as Ciências Naturais, Médicas

e da Saúde (Cormick, 2019). Com efeito, diversas investigações têm abordado, especificamente, a transmissão de informações científicas comunicadas na forma de uma história, e demonstram que o enquadramento destas informações, para posterior divulgação, recorrendo ao uso do *storytelling* aumenta a probabilidade de as pessoas memorizarem e de se lembrarem posteriormente dessas informações (Graesser *et al.*, 1980), reduz a contra-argumentação (Green & Brock, 2000; Avraamidou & Osborne, 2009), faz com que as pessoas sintam que a experiência descrita ou narrada é uma experiência delas próprias (Niemand, 2018), é mais convincente do que uma mera exposição de dados científicos (Niemand, 2018) e aumenta o envolvimento (Dahlstrom, 2014).

Pese embora este comprovado uso eficaz do *storytelling* na Comunicação de Ciência e em Saúde, exemplificado pelos benefícios elencados acima, e considerando que falamos de um conceito oriundo dos Estudos Narrativos, área no qual é amplamente estudado, consideramos importante uma revisão como aquela feita no âmbito deste artigo e que, seguidamente, detalhamos. Ou seja, consideramos pertinente uma revisão que tente averiguar como o conceito de *storytelling* é definido e contextualizado em publicações científicas que o relacionam com a Comunicação em Saúde, tentando, igualmente, compreender quais os meios de comunicação utilizados nas atividades descritas que recorrem ao seu uso e confirmar a existência de uma possível análise narrativa que justifique a opção pelas atividades desenvolvidas e descritas.

4. O *storytelling* na comunicação em saúde: uma revisão bibliográfica

Considerando o já referido e crescente recurso ao *storytelling* enquanto ferramenta estratégica de Comunicação em Saúde, este artigo teve como pergunta de partida a seguinte formulação: de que forma o conceito de *storytelling* é abordado por publicações científicas na área da Saúde e quais os meios de comunicação utilizados nas iniciativas descritas que recorrem ao seu uso?

Para o efeito, foi realizada, em março de 2021, uma pesquisa exploratória na *PubMed*, considerada a base de dados de referência da literatura científica em Ciências da Saúde, Ciências da Vida e Biomedicina. Nesta primeira pesquisa, foi apenas feita uma busca simples pelo termo "*storytelling*", com o fito de tentar observar a generalidade de publicações que envolviam este termo, e qual a sua evolução ao longo dos anos. Esta busca devolveu, à data, 1806 resultados entre os anos de 1952 e 2021, demonstrando, igualmente, que desde 1984 existe a publicação de pelo menos dois artigos por ano que referem o termo "*storytelling*" e que, desde 2012, esta tem sido uma tendência crescente, existindo, a cada ano, mais artigos que reportam o uso deste termo do que no ano anterior:

Anos	Publicações
2012	67
2013	76
2014	105
2015	123
2016	136
2017	138
2018	195
2019	211
2020	278

Quadro 1. Número de publicações por ano

Fonte: Adaptado da pesquisa PubMed e elaborado pela autora (2021)

De igual modo, e na tentativa de perceber a forma como o *storytelling* é abordado nestas publicações, alguns dos resultados desta pesquisa foram brevemente consultados, nomeadamente a partir de uma leitura dos seus títulos e resumos e de uma observação das referências bibliográficas utilizadas. Nesta primeira pesquisa, de índole exploratória e, por esse motivo, não sistemática nem objetivamente conclusiva, observou-se, no entanto, que muitos destes resultados referentes a artigos científicos na Saúde sobre a utilização do *storytelling* raramente definem ou contextualizam este conceito, não indicando,

por exemplo, referências bibliográficas concretas acerca do mesmo e/ou da área dos Estudos Narrativos.

Confirmado o aumento de publicações científicas sobre *storytelling* na base de dados *PubMed*, prosseguimos, em maio de 2021, para uma nova pesquisa que, desta feita, cruzasse este conceito com a área da Comunicação em Saúde, por forma a definirmos uma pesquisa e um objeto de estudo mais concretos e específicos. Assim, foi feita uma pesquisa avançada pela combinação dos termos “*health communication*” e “*storytelling*”, que averiguasse a existência destes termos nos títulos e/ou resumos das publicações disponíveis na referida base de dados⁴. Esta pesquisa devolveu 31 resultados entre os anos de 1987 e 2021, que constituíram o nosso *corpus* de análise.

5. Metodologia

Os 31 resultados provenientes da pesquisa avançada pelos termos “*health communication*” e “*storytelling*” e pela sua existência nos títulos e ou resumos das publicações disponíveis na base de dados *PubMed* foram codificados individualmente em unidades de análise, atribuindo-se, a cada uma, um código composto por uma letra maiúscula e dois algarismos, de P01 a P31. A letra “P” corresponde à palavra “Publicação” e os algarismos foram atribuídos mediante a ordenação das publicações da mais recente para a mais antiga. Assim, a unidade de análise P01 corresponde ao artigo científico mais recente e a unidade de análise P31 ao artigo científico mais antigo.

Todas estas 31 unidades de análise foram catalogadas de acordo com as seguintes categorias: “PMID”⁵; “Ano de publicação”; “Nome da publicação/Revista científica”; “Título do artigo”; “Nome dos autores”; “Link para o artigo”; “Tipo de acesso (Gratuito/Pago)”. Esta catalogação correspondeu à primeira grelha de análise, à qual foi aplicado um protocolo de Análise de

⁴ A busca no campo de pesquisa avançada da *PubMed* assume o seguinte formato: (health communication[Title/Abstract]) AND (storytelling[Title/Abstract]).

⁵ Referência atribuída pela *PubMed* às suas publicações.

Conteúdo. O intuito foi o de aferir a existência de eventuais padrões (Krippendorff, 2004; Anderson, 2012), nomeadamente no que a temas gerais dos artigos e revistas científicas nas quais estes artigos são publicados diz respeito. Seguidamente, foram selecionados todos os artigos de acesso gratuito para integrarem uma segunda grelha de análise, na qual se pretendeu, uma vez mais, aplicar um protocolo de Análise de Conteúdo, mas que, neste segundo momento da revisão bibliográfica, considerasse, igualmente, a averiguação de padrões mais específicos e de uma possível análise crítica das narrativas (Motta, 2013) utilizadas e descritas nos artigos científicos consultados. Assim, todos os artigos de acesso gratuito, num total de nove publicações científicas, foram lidos na íntegra, sendo também registadas observações relativamente aos mesmos. Após a referida leitura, uma das publicações foi removida da segunda grelha de análise, dado que não cumpria os critérios de elegibilidade para a sua inclusão na mesma⁶.

Nesta segunda grelha, constituída, deste modo, por oito unidades de análise, foram consideradas as seguintes categorias: “Tipo de artigo”; “Nº de autores”; “Filiação institucional”; “País(es)”; “Área Médica/da Saúde”; “Tema”, “Atividade de *storytelling* desenvolvida/descrita”; “Meios de comunicação utilizados”; “Definição e/ou contextualização do conceito de *storytelling*”; “Existência de uma análise narrativa justificativa da atividade desenvolvida/descrita”; “Principais áreas temáticas das referências bibliográficas”; “Observações”.

6. Resultados

Constatou-se que, no total dos 31 resultados do *corpus*, ao qual foi aplicado o primeiro protocolo de análise, o ano de 2020 foi, até à data em que

⁶ Trata-se de um artigo do ano de 2011 (PMID: 21303816), que questiona a eficácia de campanhas de saúde conduzidas pelos *media mainstream* dirigidas a audiências específicas. No entanto, e embora possua as palavras “*health communication*” e “*storytelling*” no seu resumo, não se reporta especificamente a nenhuma atividade neste âmbito, focando-se mais concretamente em questões sociais como o acesso a cuidados e a seguros de saúde.

efetuámos esta pesquisa na base de dados *PubMed* (maio de 2021), o mais expressivo em termos de publicações científicas acerca desta temática. Constatou-se igualmente que, entre os anos de 1996 e 2009, não existem publicações científicas nesta base de dados que possuam, no seu título e/ou no seu resumo, os termos “*health communication*” e “*storytelling*”:

Anos	Publicações
1987	1
1995	1
2010	1
2011	2
2013	2
2015	2
2016	2
2017	2
2018	1
2019	5
2020	9
2021	3

Quadro 2. Número de publicações por ano

Fonte: Adaptado da pesquisa PubMed e elaborado pela autora (2021)

Considerando estes 31 resultados do *corpus*, que integraram a nossa primeira grelha de análise, foi possível observar também que, apesar da existência de diversas revistas científicas que abordam o *storytelling* e a Comunicação em Saúde, 14 dos 31 resultados dizem respeito à mesma revista, a *Health Communication*. Existente desde 1989 e publicada oito vezes por ano pela Taylor & Francis, esta revista faz, precisamente, a cobertura de temas relacionados com a Comunicação em Saúde. No caso dos 17 resultados restantes, estes dizem respeito a 17 revistas científicas distintas, que cobrem temas diversos das Ciências Médicas e da Saúde:

Revista Científica	Publicações
<i>African Journal of AIDS Research</i>	1
<i>Annals of Medicine and Surgery</i>	1
<i>Applied Nursing Research</i>	1
<i>Ethnicity & Health</i>	1
<i>Health Communication</i>	14
<i>Health Education Research</i>	1
<i>Health for the millions</i>	1
<i>Health Information Management Journal</i>	1
<i>Health Promotion Practice</i>	1
<i>Health Technol Dir.</i>	1
<i>International Journal of Circumpolar Health</i>	1
<i>International Journal of Indigenous Health</i>	1
<i>Journal of Genetic Counseling</i>	1
<i>Journal of Health Communication</i>	1
<i>Journal of Visual Communication in Medicine</i>	1
<i>Patient Education and Counseling</i>	1
<i>Public Understanding of Science</i>	1
<i>South Dakota Medicine</i>	1

Quadro 3. Número de publicações por revista científica
Fonte: Adaptado da pesquisa PubMed e elaborado pela autora (2021)

Fazendo ainda uma leitura dos títulos e resumos destes 31 resultados de publicações científicas, foi possível verificar que o *storytelling* é utilizado como estratégia de comunicação em áreas muito diversas da Saúde, que podem enquadrar-se nas seguintes áreas gerais: “Endocrinologia”; “Ginecologia e Obstetrícia”; “Infecciologia”; “Microbiologia”; “Oncologia”; “Saúde Pública”; “Saúde Sexual e Reprodutiva”; “Outras”⁷.

Atendendo, especificamente, aos oito resultados que integraram a nossa segunda grelha de análise, estes dizem respeito a publicações científicas dos anos de 2013, 2015, 2016, 2017, 2019 e 2020, com uma publicação em cada um

⁷ Estas foram definidas de acordo com a área mais abrangente da Saúde/Medicina na qual se enquadram. No caso da categoria “Outras”, esta foi aplicada às publicações científicas que abordam, ou mais do que uma área da Saúde, ou a Saúde e a sua promoção/comunicação numa perspetiva mais ampla.

destes anos, e de 2021, com duas publicações referentes a este ano. Estas publicações foram tipificadas de acordo com a designação indicada nas mesmas: *Articles* e *Research Article* (tipificações com dois resultados de pesquisa cada); *Original Article*, *Original Research Articles*, *Research Paper* e *Scientific and Technical* (tipificações com um resultado de pesquisa cada).

No que concerne a estas oito publicações científicas e conforme previamente referido, as mesmas foram lidas na íntegra, por forma a ser possível anotar observações mais detalhadas e preencher a segunda grelha de análise, seguindo as categorias estabelecidas e indicadas na secção anterior, referente à **Metodologia**. A caracterização geral destas publicações pode ser observada no quadro seguinte:

Revista Científica	Área da Saúde	Tema
<i>Public Understanding of Science</i>	Microbiologia	Resistência Antimicrobiana
<i>Health Communication</i>	Saúde Pública	COVID-19
<i>Journal of Visual Communication in Medicine</i>	Saúde Pública	COVID-19
<i>Annals of Medicine and Surgery</i>	Endocrinologia	Doenças da Tireoide
<i>Health Communication</i>	Saúde Sexual e Reprodutiva	Sexualidade
<i>International Journal of Indigenous Health</i>	Oncologia	Tipos de Cancro (Colorretal, Pulmão, Mama e Próstata)
<i>Health Communication</i>	Ginecologia e Obstetrícia	Papilomavírus Humano (HPV); Cancro Cervical
<i>International Journal of Circumpolar Health</i>	Oncologia	Cancro Colorretal

Quadro 4. Caracterização geral de resultados da segunda grelha de análise
Fonte: Adaptado da pesquisa PubMed e elaborado pela autora (2021)

Nestas oito publicações científicas, as atividades de *storytelling* desenvolvidas e/ou descritas referem-se, sem exceção, a atividades mediadas, ou seja, que recorrem a meios de comunicação que não apenas a comunicação oral e direta para veicularem a sua mensagem, não se tratando, por isso, de

atividades de *storytelling* assentes somente na oralidade e numa interação direta ou face-a-face, como poderia ser o caso da comunicação entre médico e doente numa consulta⁸. Deste modo, as atividades e os meios de comunicação utilizados e descritos nas publicações analisadas são vídeos no *YouTube*, bandas desenhadas e publicadas em redes sociais, *chatbots* utilizados no *Facebook* e no *WhatsApp*, filmes animados de curta duração exibidos em contexto hospitalar, filmes enviados por correio eletrónico, filmes de média duração que mimetizam um episódio de uma telenovela e formações de *storytelling* digital com indicação de exemplos concretos.

Relativamente à categoria “Definição e/ou contextualização do conceito de *storytelling*”, observámos que, de entre as oito publicações científicas lidas e analisadas, seis definem e/ou contextualizam o conceito de *storytelling*, uma das publicações fá-lo apenas de modo parcial e uma publicação não se reporta especificamente ao conceito de *storytelling*, referindo somente o termo “*storytelling* digital” e abordando características que as histórias digitais devem possuir. De igual modo, embora a definição do conceito de *storytelling* exista na maioria das publicações científicas analisadas, esta tem como referencial teórico áreas diversas como a Comunicação em sentido lato, a Psicologia Mediática, a Psicologia Comportamental, a Psicologia Narrativa, a Educação em Saúde ou publicações acerca de iniciativas anteriores e semelhantes que recorrem ao *storytelling*, não indiciando, por isso, ter como base específica os Estudos Narrativos, nomeadamente nos casos de publicações que apenas têm autores de áreas científicas que não as Ciências Sociais e Humanas. Com efeito, apenas numa das publicações analisadas foi possível constatar, com objetividade, que a abordagem ao conceito de *storytelling* foi feita tendo como

⁸ Embora esse não tenha sido o âmbito da nossa pesquisa bibliográfica na base de dados *PubMed* e, por esse motivo, não tenhamos resultados concretos acerca desta hipótese, acreditamos ser possível a inexistência de publicações que se reportem a atividades de *storytelling* em consultas médicas e/ou na interação entre médicos e doentes nos resultados que constituem o nosso *corpus*, nomeadamente nos oito resultados alvo de uma análise mais aprofundada, pelo facto de, por norma, a relação/comunicação entre médico e doente ser objetivamente referida como tal nas publicações científicas (isto é, como “relação médico-doente” ou, em inglês, “*doctor-patient relationship*”), ainda que, na sua essência, essa se constitua, igualmente, enquanto uma atividade de Comunicação em Saúde.

referência os Estudos Narrativos⁹. Por oposição, no caso de uma publicação com autores apenas da área das Ciências da Saúde, o *storytelling* foi definido sem recurso a referências bibliográficas, e essencialmente enquanto técnica de Comunicação em Saúde¹⁰.

Foi também possível constatar, nestas oito publicações científicas, que todas fazem, de forma mais ou menos aprofundada, uma análise crítica narrativa da atividade desenvolvida/descrita, e que o foco das mesmas são as narrativas pessoais, tanto ficcionais quanto factuais. Em todas as atividades descritas, existe a preocupação de adaptar as histórias aos contextos sociais e culturais em que as mesmas são transmitidas (Polletta *et al.*, 2011; Motta, 2013). Assumindo, na sua generalidade, uma ordem cronológica, estas reportam-se a histórias centradas numa personagem principal e assumem um cunho fortemente didático (Herman *et al.*, 2005), no sentido de esclarecerem assuntos diversos como intervenções cirúrgicas, orientação sexual, processos de vacinação ou funcionamento de exames de rastreio e de diagnóstico.

Deste modo, concluiu-se que todas as publicações apontam comprovados benefícios do uso do *storytelling* nos variados âmbitos da Comunicação em Saúde. Com efeito, as publicações analisadas constatarem a eficácia, em termos práticos, do *storytelling* na transmissão de mensagens de saúde, ou seja, na promoção da literacia nesta área, mas também na adoção de hábitos e estilos de vida saudáveis, possíveis através do realismo e clareza das narrativas pessoais transmitidas, com as quais a audiência a que se destinam, desejavelmente, se envolve e identifica.

7. Considerações finais

Genericamente entendido enquanto o ato de contar histórias, o *storytelling* é hoje amplamente usado em diversos contextos. Conforme exposto neste

⁹ Trata-se da publicação científica referente à área da Microbiologia – Resistência Antimicrobiana, da *Public Understanding of Science*. O artigo foi escrito por autoras das Ciências da Comunicação e Ciências Sociais.

¹⁰ Trata-se da publicação científica da *Annals of Medicine and Surgery*, sobre Endocrinologia – Doenças da tiroide.

artigo, um desses contextos de utilização é, precisamente, o da Comunicação em Saúde, no qual os seus benefícios têm sido testados e comprovados em vários estudos científicos. Efetivamente, nas publicações científicas que foram objeto de uma análise no âmbito deste artigo, o *storytelling* é consensualmente apontado como uma atividade estratégica e benéfica para o eficaz cumprimento dos objetivos associados à comunicação em áreas relacionadas com a saúde, nomeadamente com recurso à comunicação mediada por novas tecnologias, que amplificam o espetro de recetores e, conseqüentemente, os potenciais efeitos destas práticas comunicativas.

Apesar das publicações científicas aqui analisadas contextualizarem, na sua grande maioria, o conceito de *storytelling*, tal não é, por norma, feito com recurso a referências bibliográficas da área dos Estudos Narrativos, optando-se, neste âmbito, por referências mais ligadas à Comunicação, na sua vertente mais técnica, ou mesmo apenas às áreas da Saúde e da Psicologia.

Nesse sentido, e considerando que este artigo, embora assente numa revisão bibliográfica, tem também uma perspetiva crítica, entendemos que, uma vez que o *storytelling* é considerado uma ferramenta estratégica para as Ciências da Saúde e os aspetos comunicacionais com esta relacionados, as publicações neste âmbito poderiam beneficiar de uma maior ligação às Ciências Sociais e às Humanidades e, mais concretamente, aos Estudos Narrativos, inclusive através de colaborações científicas que integrem ambas as áreas e que, deste modo, deixem patente o facto de que é efetivamente possível construir conhecimento na cooperação entre áreas da ciência que, à partida, possam parecer distantes e sem pontos em comum. Facto, aliás, do qual é prova o uso do *storytelling* na área das Ciências da Saúde.

Em suma, salientamos que este artigo e a revisão bibliográfica nele contida não tiveram como propósito o de tentar provar uma eventual negação, por parte das Ciências da Saúde, do *storytelling* enquanto conceito oriundo dos (e estudado pelos) Estudos Narrativos, mas sim o de refletir acerca das formas de abordagem e utilização do *storytelling* em atividades e iniciativas de Comunicação em Saúde, bem como acerca dos eventuais benefícios de uma

maior integração entre distintas áreas para o progresso do conhecimento científico.

Referências

Alvim, M. M. (2016). "O Desafio da Medicalização na Sociedade Contemporânea". *Revista de APS*, 19(3), 507–508.

<https://periodicos.ufjf.br/index.php/aps/article/view/16218>

Anderson, J. A. (2012). *Media Research Methods: Understanding Metric and Interpretive Approaches*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage.

Avraamidou, L., & Osborne, J. (2009). "The Role of Narrative in Communicating Science". *International Journal of Science Education*, 31(12), 1683–1707. <https://doi.org/10.1080/09500690802380695>

Berger, P., & Luckmann, T. (1985/1966). *A Construção Social da Realidade*. Vozes.

Burns, W., O'Connor, D., & Stocklmayer, S. (2003). "Science Communication: A Contemporary Definition". *Public Understanding of Science*, 12(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/09636625030122004>

Cormick, C. (2019). "Who doesn't love a good story? - What neuroscience tells about how we respond to narratives". *JCOM - Journal of Science Communication*, 18(05), Y01. <https://doi.org/10.22323/2.18050401>

Dahlstrom, M. F. (2014). "Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences". *PNAS - Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(4), 13614–13620.

<https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111>

Graesser, A. C., Haut-Smith, K., Cohen, A. D., & Pyles, L. D. (1980). "Advanced outlines, familiarity and text genre on retention of prose". *The Journal of Experimental Education*, 48(4), 281–290.

<https://doi.org/10.1080/00220973.1980.11011745>

Granado, A., & Malheiros, J. V. (2015). *Cultura Científica em Portugal: Ferramentas para perceber o mundo e aprender a mudá-lo*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Green, M. C. & Brock, T. C. (2000). "The role of transportation in the persuasiveness of public narratives". *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>

Herman, D., Jahn, M., & Ryan, M.-L. (2005). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Routledge.

Herman, D. (2013). "Cognitive Narratology". In Hühn, P. et al. (Eds.). *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg University.

Hinyard, L. J., & Kreuter, M. W. (2007). "Using Narrative Communication as a Tool for Health Behavior Change: A Conceptual, Theoretical, and Empirical Overview". *Health Education & Behavior*, 34(5), 777–792. <https://doi.org/10.1177/1090198106291963>

Hodgetts, D. (2012). "Civic journalism meets civic social science: foregrounding social determinants in health coverage". *Comunicação e Sociedade*, Número Especial, 23–38. [https://doi.org/10.17231/comsoc.23\(2012\).1352](https://doi.org/10.17231/comsoc.23(2012).1352)

Krippendorff, K. H. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage.

Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health: Public Health and the Regulated Body*. SAGE Publications.

Lupton, D. (2018). *Digital Health: Critical and Cross-Disciplinary Perspectives*. Routledge.

Meretoja, H. (2014). *The narrative turn in fiction and theory. The crisis and return of storytelling from Robbe-Grillet to Tournier*. Palgrave Macmillan.

Motta, L. G. (2013). *Análise Crítica da Narrativa*. Editora UnB.

Niemand, A. (2018). "How to tell stories about complex issues". *Stanford Social Innovation Review*. Retirado de https://ssir.org/articles/entry/how_to_tell_stories_about_complex_issues#

Parvanta, C., & Bass, S. B. (2020). *Health communication strategies and skills for a new era*. Wall Street: Jones & Bartlett Learning.

Polletta, F., Chen, P. C. B., Gardner, B. G., & Motes, A. (2011). "The Sociology of Storytelling". *Annual Review of Sociology*, 37, 109–130.
<https://doi.org/10.1146/annurev-soc-081309-150106>

Reis, C. (2018). *Dicionário de Estudos Narrativos*. Almedina.

Ruão, T., Lopes, F., & Marinho, S. (2012). "Comunicação e saúde, dois campos em intersecção". *Comunicação e Sociedade*, Número Especial, 5–7.
[https://doi.org/10.17231/comsoc.23\(2012\).1360](https://doi.org/10.17231/comsoc.23(2012).1360)

Ryan, M.-L. (2014). "Narration in various media". In P. Hühn et al. (Eds.), *The Living Handbook of Narratology*. Hamburg University.

Salmon, C. (2007). *Storytelling: Bewitching the Modern Mind*. Verso Books.

Schiavo, R. (2013). *Health Communication: From Theory to Practice*. Jossey-Bass.

Silva, P.A. (2011). *A Saúde nos Media: Representações do Sistema de Saúde e das Políticas Públicas na Imprensa Escrita Portuguesa*. Mundos Sociais.

Tavares, D. (2016). *Introdução à Sociologia da Saúde*. Almedina.

World Health Organization (1998). *Health Promotion Glossary*. WHO.

Zoller, H. M., & Kline, K. N. (2008). "Theoretical contributions of interpretive and critical research in health communication". In C. Beck (Ed.), *Communication Yearbook* (Vol. 32, pp. 89-136). Routledge.

Luísa Carvalho-Carreira

Licenciada em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e mestre em Cultura e Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Atualmente, é doutoranda em Ciências da Comunicação na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e integra o Laboratório de Comunicação em Saúde da Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra.

Data de submissão: 29/09/2021 - Data de aceite: 26/12/2021