

## COMO MONTAR UMA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO POPULAR?

ALGUNS CAMINHOS POSSÍVEIS PARA UMA COMUNICAÇÃO  
INTERCULTURAL, POPULAR E LIBERTADORA

“Fazer **COM** e não **PARA**”

1

### Conheça seu público objetivo e aliados no território

Com quem você quer falar? Onde  
estão essas pessoas? Onde elas se  
informam? Quais seus valores?  
Sejam específicos.

(Ex: “Mães de crianças menores de  
5 anos da Vila Y”; “Lideranças  
religiosas do bairro Z”.)



2

### Objetivo da Campanha e Indicadores de Sucesso:



- O que queremos alcançar?  
(Ex: “Aumentar a adesão à vacinação de  
influenza em idosos no bairro X em 20% até o  
final da temporada”.)

- Como vamos saber se deu certo?
- (Ex: Número de pessoas vacinadas, aumento  
de perguntas sobre vacinas na UBS, número  
de compartilhamentos de um card  
informativo no grupo de WhatsApp da  
comunidade.)

4

### Defina o Conceito da Campanha

Qual é a ideia central, o “espírito” da  
campanha?

(Ex: Para a vacina: “Proteja seu  
coração. Vacine-se”. Para o SUS: “O  
SUS é a nossa casa. Cuide dele”.)



3

### Elabore um plano de ação

O que vamos fazer, de fato?  
Listem ações concretas e quem fará.  
Exemplos:

- Ação 1: Roda de conversa na casa  
de Dona Maria no sábado.
- Ação 2: Criação de um panfleto  
com linguagem simples e memes.
- Ação 3: Parceria com o carro de  
som do mercado para divulgar.
- Ação 4: Criação de um grupo no  
WhatsApp para tirar dúvidas.



## Avalie e redefina rotas se for necessário!

## COMO MONTAR UMA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO POPULAR?

ALGUNS CAMINHOS POSSÍVEIS PARA UMA COMUNICAÇÃO  
INTERCULTURAL, POPULAR E LIBERTADORA

### Pontos importantes



**Canais e linguagens:**  
Utilizar os meios e a linguagem que fazem sentido para a comunidade (rádio comunitária, cordel, carro de som, WhatsApp, panfletos com linguagem acessível, grafite, fanzine etc.).



**Diferença entre comunicação vertical (campanhismo) e horizontal (popular):**  
A primeira informa, a segunda dialoga e mobiliza.



**A importância do diálogo:**  
Comunicar com o público, não para o público. Linguagem adaptada ao contexto local;  
Evitar jargões técnicos (pensar nas pessoas que são de outras realidades da sua);  
Encurtar textos para mensagens-chave;



**“Perceber a relação entre linguagem e ideologia, linguagem e classe social, linguagem e poder”**

**Paulo Freire**