



O USO DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO COMBATE A HIPERTENSÃO ARTERIAL NO BRASIL

THE USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN COMBATING HYPERTENSION IN BRAZIL

BRESAN, Jessica Taís

Estudante de mestrado do Programa de Mestrado Interdisciplinar em Desenvolvimento Comunitário

E-mail: je_tb@yahoo.com.br

SUZUKI, Claudio Shigueki

Professor do Programa de Mestrado Interdisciplinar em Desenvolvimento Comunitário

E-mail: suzuki@unicentro.irati.br

FUJINAGA, Cristina Ide

Professora do Programa de Mestrado Interdisciplinar em Desenvolvimento Comunitário

E-mail: cfujinaga@gmail.com

315

Resumo: a hipertensão arterial sistêmica (HAS) atinge aproximadamente 20% da população adulta brasileira e tem se tornado um grave problema de saúde pública. O objetivo do estudo é fazer uma análise crítica dos temas abordados nas campanhas de combate a hipertensão arterial da Sociedade Brasileira de Hipertensão (SBH) nos últimos cinco anos. O estudo tem como base metodológica a pesquisa estratégica social. Estudos nesse aspecto são relevantes, pois podem contribuir para o redirecionamento da atual situação comunicativa, no que diz respeito aos esclarecimentos à população sobre a hipertensão arterial sistêmica e seus fatores de proteção e de risco. Sendo assim, verificou-se que as campanhas necessitam ampliar o acesso as informações divulgadas e as temáticas devem abordar o ser humano inserido no seu específico contexto social e histórico.

Palavras-chave: hipertensão; promoção da saúde; comunicação interdisciplinar.

Abstract: the systemic arterial hypertension (SAH) affects approximately 20% of the adult Brazilian population and has become a serious public health problem. The objective is to make a critical analysis of the issues addressed in campaigns to combat hypertension of the Brazilian Society of Hypertension (SBH) in the last five years. The study's methodological basis is the strategic social research. Studies in this regard are relevant because they may contribute to the redirection of the current communicative situation, with regard to clarification to the public about hypertension and its factors of protection and risk. Thus, it was found that campaigns need to broaden access to all information disclosed and the themes should address the human being inserted in the specific social and historical context.

Key-words: hypertension; health promotion; interdisciplinary communication.



1 INTRODUÇÃO

As transições demográfica, nutricional e epidemiológica geraram um perfil de risco em que as doenças e agravos não transmissíveis (DANTs), como a hipertensão arterial e o diabetes adquiriram uma carga crescente e preocupante. Ambas são prevalentes e importantes problemas de saúde pública, em todos os países, indiferente de seu grau de desenvolvimento (TOSCANO, 2004). A hipertensão arterial sistêmica (HAS) atinge em média 20% a 30% da população adulta brasileira e tem se tornado um grave problema. Além disso, as principais causas de mortalidade no Brasil estão relacionadas ao fator de risco hipertensão arterial (BRASIL, 2006; MENDES, 2011).

Sendo a hipertensão arterial um problema de saúde pública, se faz necessário conhecer quais são os fatores que contribuem para o desenvolvimento desse agravo e também diante do desenvolvimento da doença o que contribui para controlá-la. As políticas públicas e profissionais de saúde têm investido no uso de tecnologias de informação e comunicação como uma das formas de combate da hipertensão.

De acordo com Brasil (2013) e Machado, Pires, Lobão (2012), boa parte do tratamento da hipertensão arterial sistêmica deve ser voltado aos fatores de risco, em especial os modificáveis (ingestão de sal e gordura, sedentarismo, obesidade, tabagismo e alcoolismo), trabalhando junto com o hipertenso e sua família no controle desses fatores. Neste mesmo contexto, entre os principais responsáveis pela carga da doença no mundo, está o estilo de vida juntamente com os hábitos alimentares inadequados (NASCENTE *et al.*, 2010).

Em função dos diversificados fatores que contribuem para o desenvolvimento da hipertensão arterial e o aumento de sua prevalência populacional nos últimos anos, a visão sobre o tema deve ser ampla e global, não podendo mais ser encarada apenas como um problema clínico, ligado apenas a um profissional da área da saúde. Neste sentido, esta e outras realidades devem ser analisadas e avaliadas do ponto de vista multidisciplinar (MORIN, 2003), excedendo a monocultura do saber científico por uma ecologia de saberes que podem e devem auxiliar na compreensão de determinados problemas (SANTOS, 2002).

Diante do exposto, com o propósito de fomentar novas discussões e reflexões sobre as formas de abordagem e as temáticas utilizadas nas campanhas de prevenção da hipertensão



arterial, o objetivo do estudo é fazer um levantamento dos temas abordados nas campanhas de combate à hipertensão arterial da Sociedade Brasileira de Hipertensão (SBH) nos últimos cinco anos, buscando conhecer as temáticas abordadas, como compreendem o indivíduo, os meios de divulgação e o acesso da população à informação.

2 MÉTODO

O presente estudo foi realizado entre os meses de abril a junho de 2014. Os dados e informações foram coletados no *site* da Sociedade Brasileira de Hipertensão (SBH), disponíveis em: <<http://www.sbh.org.br/geral/acampanha.asp>>. Foi um estudo teórico descritivo, usando como fonte principal a SBH e como fontes de apoio livros, artigos científicos e manuais que abordam a temática proposta.

O estudo teve como base a metodologia da pesquisa social, sendo uma pesquisa estratégica. De acordo com Minayo (2006), a pesquisa estratégica tem como base as teorias das ciências sociais, porém orienta-se para problemas concretos, focais, que aparecem na sociedade, ainda que não caibam ao investigador as soluções práticas para os problemas que assinala. Por outro lado, essa pesquisa tem a finalidade de lançar luz sobre determinados aspectos da realidade.

Os instrumentos são os mesmos em que a pesquisa básica atua, tanto em termos metodológicos como teóricos, mas seu objetivo é a ação governamental ou da sociedade. Essa metodologia é apropriada para o conhecimento e a avaliação de problemas e políticas do setor saúde (MINAYO, 2006).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Temáticas abordadas nas campanhas de HAS

Anualmente a Sociedade Brasileira de Hipertensão faz uma campanha educativa no combate à hipertensão, sendo que a campanha é promovida no dia 26 de abril, sendo essa data considerada como o “dia” nacional de combate a hipertensão.



No ano de 2010, o tema foi: “Tratar a pressão alta é um ato de fé na vida”. A campanha foi realizada em conjunto com as Sociedades Brasileiras de Cardiologia e Nefrologia, e a Federação Nacional das Associações de Portadores de Hipertensão Arterial, a SBH tem o objetivo de alertar a população para o diagnóstico, prevenção e tratamento da doença (SBH, 2010).

Dessa forma, são realizadas atividades em todo país alertando como o tratamento é fundamental e necessário, pois a HAS é uma doença silenciosa e não apresenta sintomas perceptíveis. Por outro lado, podem aparecer complicações como o acidente vascular cerebral (AVC) ou o infarto, sendo essas doenças as duas maiores causas de morte da população brasileira (SBH, 2010).

Na Campanha de 2010, também foi divulgado os 10 mandamentos de controle da HAS, segundo a SBH 2010:

1. Verifique a pressão arterial pelo menos uma vez por ano.
2. Realize atividade física diariamente.
3. Mantenha o peso ideal para evitar a obesidade.
4. Adote uma alimentação saudável com pouco sal, sem frituras, rica em frutas, verduras e legumes.
5. Reduza o consumo de álcool. Se possível, evite-o.
6. Não fume.
7. O tratamento é para a vida toda.
8. Siga as orientações de um profissional da saúde.
9. Evite o estresse. Tenha tempo para a família, amigos e lazer.
10. Ame e seja amado.

Pode-se observar que dentre os “10 mandamentos” de controle da HAS, apenas dois estão relacionados ao fator psicossocial: evite o estresse, tenha tempo para a família, amigos, lazer e ame e seja amado, sendo esse um importante fator de risco/proteção. Embora os estudos sobre esta questão sejam ainda escassos, Fonseca *et al.* (2009), relatam que questões emocionais como impulsividade, hostilidade, estresse, ansiedade e raiva aumentam consideravelmente o risco de desenvolver hipertensão arterial, bem como outras complicações cardiovasculares. Depreende-se, portanto, a necessidade do desenvolvimento de estudos que



revelem os níveis de associação entre os fatores psicossociais e a HAS, para melhor fundamentar os profissionais que atuam na área e na orientação à população, inclusive nos períodos de campanha à prevenção.

No ano de 2011, a Sociedade Brasileira de Hipertensão realizou uma campanha educativa no combate à hipertensão com o objetivo de alertar a população brasileira para o cuidado com a pressão alta. No dia 26 de abril do referido ano foi lançado um aplicativo na rede social Facebook para alertar os usuários quanto aos riscos com a pressão alta. O aplicativo “Menos Pressão” seria uma brincadeira entre amigos, por meio da qual são compartilhadas dicas de qualidade de vida de maneira sutil e lúdica. Esta proposta também foi divulgada por meio da rede social Twitter (SBH, 2011).

Compreende-se a importância das campanhas de combate à HAS por meio das redes sociais, um meio de comunicação em ascensão na sociedade, porém uma boa parcela da população brasileira ainda não tem acesso a esses meios. Questiona-se, portanto, se as redes sociais são o meio de divulgação mais apropriado para se veicular uma campanha nacional, pois a dificuldade de acesso às informações nas campanhas não alcançariam os efeitos esperados de controle e diminuição deste problema de saúde pública.

No ano de 2012, o tema idealizado pela Sociedade Brasileira de Hipertensão, foi inspirado nas Famílias Felizes que têm estampado muitos carros pelo Brasil. A ideia era ressaltar a importância e os benefícios do convívio familiar e incentivar a prática de hábitos familiares saudáveis, lembrando que a família apresenta grande influência no estilo de vida das pessoas (SBH, 2012).

Quanto a esta campanha realizada em 2012, questiona-se se as famílias brasileiras tinham conhecimento de que a “moda” de colocar nos carros os adesivos de famílias felizes estava ligada à campanha de combate à HAS. É importante destacar o fato de a Sociedade Brasileira idealizar alguns assuntos que fazem parte apenas de uma classe social. Esse fato é um dos principais traços da ideologia, que consiste em tomar as ideias como independentes da realidade histórica e social (CHAUI, 1993).

A Campanha de 2013, idealizada pela SBH, com apoio do Ministério da Saúde, da Sociedade Brasileira de Cardiologia e da Sociedade Brasileira de Nefrologia, teve como tema “Benefícios de ser Menos Pressão”. O objetivo era mostrar como a hipertensão arterial poderia



afetar a vida das pessoas e mostrar a importância da verificação frequente da pressão arterial e da adoção de hábitos de vida saudáveis. Neste sentido, divulgava os benefícios diretos da pressão arterial normal, como o aumento do bem-estar e da disposição no dia-a-dia, a melhora da circulação sanguínea, a diminuição dos riscos de infarto, derrame cerebral, arritmia, insuficiência cardíaca e doença crônica renal (SBH, 2013).

Na campanha de 2013, pôde-se observar que o foco foi voltado principalmente aos aspectos físicos e fisiológicos relacionados à doença, pois como benefícios apenas foram citados aqueles voltados para a parte biológica da HAS. Mais uma vez, a referida campanha não teve como foco a promoção da saúde integral das pessoas e sim a prevenção dos agravos relacionados. Indaga-se, portanto, o nível de eficácia e relevância das campanhas que entendem a saúde da população ainda de forma fragmentada e disciplinar.

Em 2014 a Sociedade Brasileira de Hipertensão, ressaltou alguns dados que evidenciam o problema e a gravidade da hipertensão no Brasil: as doenças cardiovasculares são responsáveis pelo maior número de óbitos no país e a pressão alta é grave por ser uma "inimiga silenciosa", pois muitas vezes o paciente não apresenta sintomas. Entre as manifestações mais comuns a ela atribuídas estão a dor de cabeça, o cansaço, as tonturas e o sangramento pelo nariz, porém podem não ter uma relação de causa e efeito com a elevação da pressão arterial. É importante frisar que a pressão alta é responsável por 40% dos infartos, 80% dos acidentes vasculares cerebrais (AVC) e 25% dos casos de insuficiência renal terminal (SBH, 2014).

Todos estes dados reforçam a importância da conscientização da população sobre a HAS. Além disso, a campanha de 2014 contou com o apoio do Conselho Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), do Conselho Nacional das Igrejas Cristãs do Brasil (CONIC) e da Confederação Israelita do Brasil (CONIB) (SBH, 2014).

Se por um lado o envolvimento de outras entidades da sociedade representou um avanço na visão da campanha tanto sobre a divulgação do tema, como na forma de envolvimento social, por outro lado, tem se verificado que estas ações têm se concentrado mais no estado de São Paulo, por meio de caminhadas e medidas de conscientização. Dessa forma, considerando que a HAS não é um problema que se restringe a uma única e determinada região do país, entende-se que outras regiões brasileiras, principalmente aquelas afastadas dos grandes centros



urbanos, que apresentam diferentes culturas, etnias e religiões, acabam por não serem contempladas na referida campanha.

Os dados abordados mostram-se preocupantes e é essencial que se avalie se as campanhas nacionais de combate à hipertensão arterial realmente estão sendo eficazes em todo o território ou se estas acabam sendo restritas apenas a uma parcela da sociedade. Com isso surgem questionamentos quanto a eficácia dos meios de divulgação e se há visão interdisciplinar nas campanhas, pois na medida em que as taxas de incidência e prevalência da HAS crescem de forma alarmante em nosso país, estes questionamentos tornam-se imprescindíveis.

Contudo, verifica-se que, a hipertensão arterial é uma doença multifatorial, o desenvolvimento e a implementação de estratégias de intervenção, em particular, aquelas de educação em saúde, envolvem uma ótica ampla, na qual devem ser considerados aspectos individuais e coletivos (CHAVES, *et al.*, 2006). Outra transformação necessária para se atingirem interações produtivas entre a equipe de saúde e as pessoas usuárias na atenção às condições crônicas está na mudança da atenção uniprofissional, centrada no médico, para a atenção multiprofissional (MENDES, 2011).

3.2 Reflexões sobre a problemática

A hipertensão arterial em adultos brasileiros atinge níveis que demonstram a necessidade de intervenção rápida da saúde pública, essa intervenção deve abordar tanto mudanças nos aspectos da atenção à saúde como nas medidas preventivas, que devem apontar uma abordagem global de fatores de risco para a hipertensão e as doenças cardiovasculares (PASSOS; ASSIS; BARRETO, 2006). Diante da problemática da hipertensão arterial, algumas reflexões devem ser feitas, tanto referentes aos meios de comunicação/divulgação, como também a forma que os profissionais envolvidos com a saúde e a hipertensão arterial abordam a promoção da saúde e a prevenção de agravos.

Conhecendo a problemática da HAS, verifica-se que ações devem buscar melhor o controle dos hipertensos já conhecidos, estabelecer metas para ampliar o grau de conhecimento dos fatores de risco pela população e fornecer à população em geral mais informações para a



prevenção do aparecimento dos fatores de risco e, com isso, evitar o aparecimento das doenças cardiovasculares (JARDIM *et al.*, 2006). Por outro lado, existem algumas as barreiras para o controle dos fatores de risco, pois são influenciados pelo meio em que as pessoas estão inseridas (LOPES *et al.*, 2008).

Entre os fatores de risco para a HAS, está o tabagismo, o etilismo, o sedentarismo, o excesso de peso e os hábitos alimentares, dentre os hábitos alimentares destaca-se em especial o consumo de sódio (BRASIL, 2006; SBH, 2010). A idade também é considerada fator de risco para HAS, sendo que 60% dos indivíduos com a doença estão na faixa etária acima dos 65 anos. Também é importante destacar que, indivíduos da cor não-branca apresentam prevalência duas vezes maior que indivíduos brancos (SBH, 2010).

As recomendações sobre a dieta moderada e criteriosa e de exercícios físicos sistemáticos, deparam-se primeiramente com a compreensão correta por parte da população sobre estas questões. Primeiramente, isto ocorre pela ausência de profissionais específicos das áreas de Nutrição e Educação Física no desenvolvimento das campanhas junto à população. Além do mais, tais recomendações esbarram em obstáculos relacionados às condições de vida e culturais das classes populares.

Dessa forma, jogar futebol aos domingos à tarde não corresponde à ideia de exercício físico sistemático. Além disso, não está muito desenvolvida no Brasil a discussão do que seria uma dieta moderada e prudente para as classes populares, levando em conta os custos e as questões culturais (VALLA, 2000).

Seguindo essa abordagem, também é relevante frisar um dos papéis dos meios de comunicação, que é tentar superar distâncias entre os diferentes universos de dois comunicadores, fazendo com que o afastamento presente, tanto físico quanto de conhecimento de conteúdo, supere diferenças iniciais, permitindo uma aproximação das duas realidades. Em outras palavras, a mídia deve aproximar o conteúdo das mensagens educativas com a realidade da população brasileira (GONÇALVES; VARANDAS, 2005).

Outro aspecto relevante é que, muitas vezes, a mídia não passa o real significado da campanha e vê a mesma como algo isolado. De acordo com Coelho (1986), a possibilidade de interpretar o mundo, de procurar suas causas e reuni-las em teorias coerentes, a cada dia torna-se algo reservado a um pequeno número de pessoas. Na verdade, o que prevalece é ver



apenas o significado inicial das coisas, sendo esse o problema, pois o índice nunca aponta diretamente para o problema em si, mas sempre para algo distinto do verdadeiro problema.

Com isso, verifica-se a necessidade de mudanças em vários aspectos nas campanhas de combate à HAS, pois a forma de abordagem tem sido superficial, não compreendendo como um todo a realidade social, cultural e histórica da população. Além disso, devido a variedade de consequências que a HAS apresenta, coloca-se a hipertensão arterial na origem das doenças cardiovasculares e, portanto, caracteriza-a como uma das causas de maior redução da qualidade e expectativa de vida dos indivíduos (PASSOS; ASSIS; BARRETO, 2006).

Por fim, as campanhas e outros meios utilizados para a prevenção de agravos e promoção da saúde, têm como foco principal a doença em si. No entanto, na Constituição Federal Brasileira, que institucionalizou o Sistema Único de Saúde (SUS), constam determinantes e condicionantes do processo saúde-doença, enfatizando-se que saúde não se aprimora somente com atenção à doença (CAMPOS; BATAIERO, 2007).

4 Conclusão

Conhecendo e analisando as temáticas abordadas nas últimas campanhas de combate à hipertensão arterial, pode-se observar que estas se apresentam restritas a alguns grupos populacionais, que os meios de divulgação não são acessíveis a toda população e que as temáticas não abordam o ser humano inserido no seu contexto social e histórico.

Os temas abordados apontam a importância de hábitos saudáveis e da consequente mudança de hábitos. Por outro lado, não vislumbram as barreiras existentes para que tais processos ocorram na população. Tais campanhas devem entender que todo o processo faz parte de uma construção social e é influenciado pelo meio em que as pessoas estão inseridas, necessitando assim de investimentos junto aos serviços de saúde, educação, esporte, lazer, e campanhas locais específicas para a reversão de todo o quadro em torno da HAS (LOPES *et al.*, 2008).

É preciso refletir sobre as temáticas e os objetivos das campanhas de controle da hipertensão arterial e buscar trazê-los o mais próximo possível da realidade de toda a população



brasileira, como também refletir sobre a forma de organização e divulgação, pois tudo isso irá influenciar na efetividade da campanha.

Estudos nesse aspecto são necessários e relevantes, pois contribuem para o redirecionamento da atual situação, no que diz respeito aos esclarecimentos à população sobre a hipertensão arterial sistêmica e seus fatores de proteção e de risco, além de outros aspectos relevantes ao combate dessa doença que vem crescendo gradativamente.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. *Hipertensão arterial sistêmica para o Sistema Único de Saúde*. Brasília: Ministério da Saúde, 2006. 58 p.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Estratégias para o cuidado da pessoa com doença crônica: hipertensão arterial sistêmica*. Brasília: Ministério da Saúde, 2013. 128 p.

CAMPOS, Célia Maria Sivalli; BATAIERO, Marcel Oliveira. Necessidades de saúde: uma análise da produção científica brasileira de 1990 a 2004. *Interface - Comunic, Saúde, Educ.*, v.11, n.23, p.605-18, 2007.

CHAUÍ, Marilena de Souza. *O que é ideologia*. 36. ed. Editora brasiliense, 1993. 125 p.

CHAVES, Emília Soares; LÚCIO, Ingrid Martins Leite; ARAÚJO, Thelma Leite de; DAMASCENO, Marta Maria Coelho. Eficácia de programas de educação para adultos portadores de Hipertensão Arterial. *Rev. Bras. Enferm.*, v. 59, n. 4, p. 543-7, 2006.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Nova Cultural/Brasiliense, 1986. 99 p.

FONSECA, Fabiana de Cássia Almeida; COELHO, Renata Zumerle; NICOLATO, Rodrigo; MALLOY-DINIZ, Leandro Fernandes; FILHO, Humberto Corrêa da Silva. A influência de fatores emocionais sobre a hipertensão arterial. *J. Bras. Psiquiatr.*, n. 58, v. 2, p. 128-134, 2009.

GONÇALVES, Erli Helena. VARANDAS, Renata. O papel da mídia na prevenção do HIV/Aids e a representação da mulher no contexto da epidemia. *Ciê. Saúde Coletiva*, n.10, v.1, p. 229-235, 2005.

JARDIM, Paulo César B. Veiga; GONDIM, Maria do Rosário Peixoto; MONEGO, Estelamaris Tronco; MOREIRA, Humberto Graner. VITORINO, Priscila Valverde de Oliveira; SOUZA, Weimar Kunz Sebba Barroso; SCALA, Luiz César Nazário. Hipertensão Arterial e Alguns Fatores de Risco em uma Capital Brasileira. *Arq. Bras. Cardiol.*, v. 88, n. 4, p. 452-457, 2007.



LOPES, Mislaine Casagrande de Lima; CARREIRA, Lígia; MARCON, Sonia Silva; SOUZA, Andréia Cristina de; WAIDMAN, Maria Angélica Pagliarini. O autocuidado em indivíduos com hipertensão arterial: um estudo bibliográfico. *Rev. Eletr. Enf.*, n. 10, v. 1, p. 198-211, 2008.

MACHADO, Mariana Carvalho; PIRES, Cláudia Geovana da Silva; LOBÃO, William Mendes. Concepções dos hipertensos sobre os fatores de risco para a doença. *Ciê. saúde coletiva*, n. 17, v.5, p.1365-1374, 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 2006. 393p.

MORIN, Edgar. *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. 128p.

MENDES, Eugênio Vilaça. *As redes de atenção à saúde*. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2011. 549 p.

NASCENTE, Flávia Miquetichuc Nogueira. Hipertensión Arterial y su Correlación con algunos Factores de Riesgo en Ciudad Brasileña de Pequeño Tamaño. *Arq. Bras. Cardiol.*, n. 95, v. 4, p. 502-509, 2010.

PASSOS, Valéria Maria de Azeredo; ASSIS, Tiago Duarte; BARRETO, Sandhi Maria. Hipertensão arterial no Brasil: estimativa de prevalência a partir de estudos de base populacional. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, v. 15, n. 1, jan/mar de 2006.

TOSCANO, Cristiana M. As campanhas nacionais para detecção das doenças crônicas não-transmissíveis: diabetes e hipertensão arterial. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 9, n. 4, p. 885-895, 2004.

SANTOS, Boaventura de Souza. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *Rev. crít. ciên. soci.*, n. 63, p. 237-280, 2002.

SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *VI Diretrizes Brasileiras de Hipertensão*. Revista Hipertensão, v. 13, n. 1, p. 1-68, 2010.

SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *A Campanha 2010*. São Paulo, 2010. Disponível em:<<http://www.sbh.org.br/medica/acampanha2012.asp>>. Acesso em: 04 de abr. de 2014.

SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *A Campanha 2011*. São Paulo, 2011. Disponível em:<<http://www.sbh.org.br/medica/acampanha2012.asp>>. Acesso em: 05 de abr. de 2014.

SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *A Campanha 2012*. São Paulo, 2012. Disponível em:<<http://www.sbh.org.br/medica/acampanha2012.asp>>. Acesso em: 07 de abr. de 2014.



SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *A Campanha 2013*. São Paulo, 2013. Disponível em:<<http://www.sbh.org.br/medica/acampanha2012.asp>>. Acesso em: 09 de abr. de 2014.

SBH (Sociedade Brasileira de Hipertensão). *A Campanha 2014*. São Paulo, 2014. Disponível em:<<http://www.sbh.org.br/medica/acampanha2012.asp>>. Acesso em: 09 de abr. de 2014.

VALLA, Victor Vincent. Redes sociais, poder e saúde à luz das classes populares numa conjuntura de crise. *Interface – Comunic., Saúde, Educ.*, v.4, n.7, p.37-56, 2000.