



**Banco Interamericano
de Desenvolvimento**



**Organização
Pan-Americana
da Saúde**



Escritório Regional para as Américas da
Organização Mundial da Saúde

Unidade de Saúde Pública Veterinária
PANAFTOSA



Guia de Comunicação Social e Comunicação de Risco em Saúde Animal

ISSN 0101-6970



GUIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E COMUNICAÇÃO DE RISCO EM SAÚDE ANIMAL

ISSN 0101-6970



**Banco Interamericano
de Desenvolvimento**



**Organização
Pan-Americana
da Saúde**



*Escritório Regional para as Américas da
Organização Mundial da Saúde*

**Unidade de Saúde Pública Veterinária
PANAFTOSA**

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra,
desde que a fonte seja citada.

O conteúdo desta guia não representa
necessariamente a opinião do Banco Interamericano de
Desenvolvimento - BID

Projeto gráfico e diagramação por
Guilherme Tomaz

Guia de comunicação social e comunicação de risco em saúde
animal. Rio de Janeiro: PANAF-TOSA-OPAS/OMS, 2007.

112p. (Serie de Manuais Técnicos No. 10)

ISSN 0101-6970

1. Comunicação social - manuais. 2. Risco sanitário. 3. Saúde
pública veterinária. 4. Febre aftosa. I. Centro Pan-Americano de
Febre Aftosa-OPAS/OMS. III. Título. III. Series.

Realização:

Prof. Dr. Mohammed ElHajji
Escola de Comunicação da UFRJ
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rosane Lopes
Comunicação Social PANAFTOSA – OPAS/OMS

Pesquisa:

Diego Cotta
Escola de Comunicação da UFRJ

Guilherme Tomaz
Escola de Comunicação da UFRJ

Gustavo Barreto
Escola de Comunicação da UFRJ

Rafael Moura Vargas
Escola de Comunicação da UFRJ

Diagramação / Arte final:

Guilherme Tomaz
Escola de Comunicação da UFRJ

Revisão Editorial:

André Luiz de Souza
Escola de Comunicação da UFRJ

Pedro Aguiar
Jornalista

Consultoria Técnica

Albino Belotto

Diretor PANAFTOSA – OPAS/OMS

Victor Saraiva

Chefe da Unidade de Enfermidades Vesiculares PANAFTOSA – OPAS/OMS

Bryna Brennan

Assessora Especial, Comunicação Social e Meios de Difusão – OPAS/OMS – Washington

José Naranjo

Epidemiólogo – PANAFTOSA – OPAS/OMS

Gilfredo Darsie

Biossegurança – PANAFTOSA – OPAS/OMS

Bárbara Nely Leite Praça

Médica Veterinária – Fiscal Federal Agropecuário

Educação Sanitária – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - Brasil

Júlio César Augusto Pompei

Consultor PANAFTOSA – OPAS/OMS

Coordenação Projeto BID/PANAFTOSA

Mônica Martini

Coordenadora - Projeto BID/PANAFTOSA – OPAS/OMS

Agradecimentos:

Ao Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID
pelo apoio na elaboração desta Guia.



**Banco Interamericano
de Desenvolvimento**



**Organização
Pan-Americana
da Saúde**

Escritório Regional para as Américas da
Organização Mundial da Saúde
Unidade de Saúde Pública Veterinária
PANAFTOSA

PREFÁCIO

Em 2005, o Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID e a Organização Pan-americana da Saúde – OPAS, assinaram um acordo de Cooperação Técnica denominado, “Programa Sistema Regional de Controle da Febre Aftosa no MERCOSUL Ampliado”. A criação desse Programa atende à solicitação realizada pelos Ministros de Agricultura, para que o BID e a OPAS colaborassem com os países da Região no fortalecimento dos Serviços de Saúde Animal.

A responsabilidade pela execução do programa foi delegada ao Centro Pan-americano de Febre Aftosa – PANAFTOSA, em coordenação com a Representação do BID no Brasil.

O Programa tem por objetivo estabelecer as bases para um sistema regional eficiente na área de saúde animal, harmonizando os trabalhos nos países do “MERCOSUL Ampliado”.

Esta “Guia de Comunicação Social e Comunicação de Risco em Saúde Animal” foi elaborada objetivando disponibilizar um valioso instrumento de capacitação, uso e referência aos Serviços Oficiais de Saúde Animal e de Saúde Pública dos países do “MERCOSUL Ampliado” nesta importante área de comunicação.

Desejamos que esta Guia seja utilizada pelos Serviços Oficiais dos países desta e de outras regiões, como uma fonte estratégica de informação e conhecimento facilitando, portanto, a difusão e harmonização das metodologias e conceitos dessa área peculiar a ser explorada em Saúde Pública Veterinária.

Albino Belotto
Diretor - PANAFTOSA-OPAS/OMS
Chefe da Unidade de Saúde Pública Veterinária
OPAS/OMS

APRESENTAÇÃO

“Agir em comum”, como bem mostra a História das civilizações, não é tarefa de fácil execução. Comunicar, neste sentido, é uma ação que deve ser pensada, planejada, avaliada e re-avaliada quantas vezes for preciso. A reflexão sobre o tema não deve estar dissociada da ação, sob o risco de não efetivar-se um verdadeiro diálogo com o próximo. Esta cartilha, minuciosamente pensada como uma guia desta comunicação efetiva, real, que não está dissociada de sua função social, também busca preencher lacunas no campo da comunicação, de forma a fortalecer as ações na saúde animal e no controle da febre aftosa.

No primeiro capítulo, o leitor terá uma importante retrospectiva que aborda os fundamentos da comunicação moderna e identifica as raízes do agir comunicativo, mostrando que nossas ações só se tornam factíveis e fazem sentido dentro do quadro discursivo comunicacional que as engloba.

No segundo capítulo, pretende-se mostrar de que forma a comunicação organizada pode (e deve) ser um precioso auxílio para o crescimento do cidadão e para o estabelecimento de um quadro social justo e equilibrado. Constata-se que uma comunicação efetiva considera o público receptor (o primeiro interessado) enquanto co-produtor do conhecimento e de sentido, e não somente como receptor passivo de dados informacionais dispersos.

Se bem utilizada, a Comunicação Social pode se tornar um recurso estratégico capaz de efetivar uma ação social profunda e abrangente. É este o tema do terceiro capítulo, que aborda os princípios gerais da comunicação e os conecta com a Comunicação em Saúde Animal – tema que será aprofundado no quarto capítulo – e sua importância para os agentes sanitários e veterinários locais.

A Importância da Comunicação Social no Controle da Febre Aftosa é o tema do quinto capítulo, em que um rápido panorama da doença é traçado. Em seguida, discute-se de que forma a Comunicação Social pode e deve contribuir para o controle da Febre Aftosa, bem como uma Comunicação inadequada pode contribuir muito mais na piora dos problemas do que com o alcance das soluções.

A efetividade desta Comunicação, bem como seus possíveis efeitos e conseqüências, são temas aprofundados no sexto capítulo, Comunicação de risco, com exemplos de emergências sanitárias anteriores e casos bem sucedidos de uma Ação Comunicativa, a serviço da conscientização popular e da mobilização social. Implicações políticas, epidemiológicas e midiáticas são analisadas de maneira direta e objetiva, dando uma importante ferramenta que poderá ser utilizada pelo leitor no dia-a-dia.

Ao final, uma série de perguntas e respostas incentivará o leitor a relembrar e verificar o que efetivamente foi compreendido durante a consulta, bem como a continuar sua pesquisa por meio da leitura da bibliografia sugerida.

Enfim, vale sublinhar que a presente cartilha foi concebida e realizada segundo um princípio modular, de camadas de leitura variadas e a entradas múltiplas. A forma proposta permite ao leitor de optar pela entrada e nível que mais se adequam à sua demanda do momento, sua expectativa e sua aptidão geral.

De fato, tentou-se oferecer ao profissional, ao técnico e ao público geral a possibilidade de se informar de modo tópico e prático, tirar suas dúvidas e enriquecer seus conhecimentos no tema abordado e, para quem desejar e se sentir mais incentivado, a cartilha proporciona um curso completo de Comunicação Social aplicada à Saúde Animal e Situações de Risco. Assim, esperamos que esta cartilha tenha uma utilizabilidade prática, eficiente, oportuna e duradoura.

Boa consulta!

ÍNDICE

| | |
|---|----------|
| 1. Introdução | pág. 11 |
| 2. Retrospectiva histórica | pág. 13 |
| 3. Papel social da comunicação | pág. 17 |
| 4. Princípios gerais da comunicação | pág. 21 |
| 5. Comunicação em saúde animal. | pág. 35 |
| 6. Comunicação social no controle da febre aftosa | pág. 45 |
| Integração e sensibilização | pág. 50 |
| Febre aftosa e a comunicação efetiva | pág. 52 |
| Planejamento e transparência | pág. 55 |
| Percepção é realidade | pág. 56 |
| Precisão e objetividade | pág. 58 |
| Mecanismos da linguagem | pág. 59 |
| 7. Comunicação de risco | pág. 65 |
| Características de uma emergência sanitária | pág. 67 |
| A responsabilidade da mídia | pág. 70 |
| O viés político | pág. 72 |
| Cultura da cidadania participativa | pág. 73 |
| Principais objetivos | pág. 74 |
| Desafios e medidas adequadas | pág. 77 |
| Estratégias para a ação comunicativa | pág. 79 |
| Recomendação da OMS | pág. 81 |
| 8. Perguntas e respostas | pág. 89 |
| 9. Bibliografia | pág. 107 |

INTRODUÇÃO

1

Comunicação, como a própria etimologia revela, é um “agir (em) comum”; o fato de tornar uma “ação comum”; ou ainda, a possibilidade de “agir em comum” ou tornar o quadro social e/ou o laço afetivo comuns a vários sujeitos e/ou grupos de diferentes naturezas (sociais, afetivos, vocacionais, profissionais, culturais) e por eles compartilháveis.

O conceito “Comunicação” se refere ao próprio espaço simbólico espontâneo ou organizado, natural ou artificial, no qual se dá a interação psicológica e social.

A origem latina da palavra, *communicare*, significa “transmitir”, o ato de “fazer saber”, “participar”, “estabelecer ligação” ou ainda “unir”.

Comunicar, neste sentido, tem como finalidade levar a todas as pessoas o conhecimento e sentimentos com relação a uma particularidade ou a um conjunto de particularidades. Ter correspondência. A comunicação é, portanto, uma relação que os indivíduos estabelecem dentro de uma comunidade com o objetivo de obter um entendimento recíproco.

Assim, não há possibilidade de ordenamento simbólico ou de organização social sem a interferência do fator comunicacional. Ou seja, o conceito “Comunicação” se refere, na verdade, ao próprio espaço simbólico (espontâneo ou organizado; natural ou artificial) no qual se dá a interação psicológica e social entre sujeitos, agentes, atores e autores sociais.

RETROSPECTIVA HISTÓRICA

2

Nem é preciso lembrar que a prática comunicacional é tão antiga quanto a própria vida social do homem – já que aquela é o eixo organizacional central para a configuração desta, na medida em que são os processos comunicacionais que subentendem a dinâmica de trocas (materiais e simbólicas) responsáveis pela tomada de forma e consciência da Sociedade. Não importa que se tratem de trocas comerciais, rituais religiosos, negociações políticas ou manifestações afetivas: a Comunicação é o catalisador semântico que dá contorno, valor e conteúdo ao ato empreitado e ao fato enunciado ou relatado. Quer dizer: nossas ações só se tornam factíveis e fazem sentido dentro do quadro discursivo comunicacional que as engloba.

A Comunicação é o catalisador semântico que dá contorno, valor e conteúdo ao ato empreitado e ao fato enunciado ou relatado. Quer dizer: nossas ações só se tornam factíveis e fazem sentido dentro do quadro discursivo comunicacional que as engloba.

Os gregos foram os primeiros a fazer uso de cartazes e murais periódicos, fixando em lugares públicos pedras gravadas e tábuas de madeira com mensagens oficiais para que estas ficassem conhecidas. A prática foi seguida pelos romanos com suas Acta Diurna Populi Urbana, que constituíam o meio de informação do cotidiano e os Annali Maximi: periódicos no qual se relatavam, por escrito, os feitos mais importantes do ano ocorridos em Roma e nas demais cidades do Império Romano.

dentro do quadro discursivo comunicacional que as engloba.

No seu uso social e político, a Comunicação engendrou há muito tempo práticas e instrumentos parecidos com os conhecidos no mundo moderno. Informação noticiosa e orientação da opinião pública, por exemplo, ao contrário do que possa parecer, eram hábitos comuns desde os primórdios da civilização ocidental. O

Egito Antigo dispunha de um eficiente sistema de correios, enquanto a Grécia – e depois dela o Império Romano – já utilizavam a mídia externa e de massa (cartazes e murais periódicos) para a divulgação de mensagens de interesse público.

É um fato histórico incontestável que a edificação, consolidação, vitalidade e duração de reinos e impérios sempre foram relativos à solidez e ao sucesso de seus sistemas de comunicação. Não apenas em casos de guerra, conquistas ou defesa de seus territórios, mas principalmente em função de sua capacidade de informar, enquadrar e orientar suas populações em situações de crise ou emergência devido a fenômenos e desastres naturais – como uma seca, um surto de fome ou uma enchente – ou fenômenos sanitários, como doenças e epidemias. O fator de sucesso ou de fracasso sempre se deu de acordo com a capacidade, a competência e a eficiência dos governantes em informar e comunicar com as populações, de modo a evitar o pior ou minimizar os efeitos indesejáveis da situação vivida.

Formas de expressão artística como o teatro grego e o romano, as narrativas orais nômades, as representações chinesas ou de trovadores ibéricos, por exemplo, podem ser apontados como técnicas precursoras de comunicação popular de amplo alcance social. Nelas se pode, inclusive, buscar uma genealogia indireta à adoção recente, em várias regiões do mundo, de estratégias comunicativas semelhantes (como o teatro de rua ou de bonecos) na luta contra epidemias e outras ameaças à saúde pública em geral.

Ainda no capítulo histórico, vale registrar que a evolução das

As obras teatrais da Grécia Antiga, nas quais se combinavam música com recitação e gestos dramáticos, expressavam o passado mitológico, reflexões sobre o destino do homem e a contemporaneidade política. A audiência era indiscriminada de um público heterogêneo, oriundo de vários setores sociais.

tecnologias de comunicação sempre foi (e continua sendo) um fator decisivo no desenvolvimento da sociedade humana. Desde a imprensa de Gutemberg até a fibra óptica e as transmissões via satélite (passando pelo telefone, o telégrafo, a radiodifusão, a televisão, o cinema, o vídeo e o DVD), não há como dissociar os meios de comunicação de qualquer transformação social, cultural, política ou econômica que o mundo tenha conhecido. Parece possível afirmar, portanto, que a história da civilização humana é, de certa forma, a história de seus meios de comunicação; já que, como é sabido, a própria **História** começa, justamente, com a capacidade de registrar, relatar e comunicar os fatos e feitos históricos testemunhados por grupos e membros da espécie.

O homem sempre procurou, nos mais diversos objetos naturais e artificiais, suportes materiais para preservação e conseqüente divulgação de dados de mensagem com intenção de memória. Isto acontece desde as pinturas rupestres de situações cotidianas e com finalidades místicas ou a associação de símbolos pictóricos representando objetos, deuses, ações e idéias como os hieróglifos, até a fase fonética ou de representação de sons articulados da linguagem oral a partir da invenção do alfabeto. Tábuas de argila, a pedra, o bronze e o cobre gravado serviram também como suportes materiais de mensagens destinadas a perdurar e a circular através dos espaços geográficos.

Essa centralidade da Comunicação (meios, técnicas e tecnologias) na organização da vida humana deve ser particularmente lembrada e considerada em projetos sociais como aqueles de caráter sanitário que têm por objetivo a intervenção e a sensibilização de comportamentos e hábitos culturalmente enraizados. Ainda mais quando as atitudes em questão são engessadas pela rotina secular e as limitações diárias que impedem o sujeito ou o grupo de ter uma visão atenta aos riscos latentes e adotar os reflexos adequados para evitar prejuízos estatisticamente iminentes, porém materialmente (ainda) não presentes.

A aplicação deste ideal social de precaução sanitária utilizando métodos da Comunicação é o tema que passaremos a abordar a partir de agora. A questão que se coloca é: De que forma a utilização da Comunicação como uma ferramenta de transformação social pode proporcionar o bem-estar da população?

A evolução das tecnologias de comunicação sempre foi (e continua sendo) um fator decisivo no desenvolvimento da sociedade humana. A própria História começa, justamente, com a capacidade de registrar, relatar e comunicar os fatos e feitos históricos testemunhados por grupos e membros da espécie.



PAPEL SOCIAL DA COMUNICAÇÃO 3

Não é por acaso que a acepção filosófica mais comum da idéia de Comunicação é seu sentido substantivo relativo ao desenvolvimento da personalidade humana e a construção de um ideal social que favorece a todos. De acordo com esta premissa, a comunicação organizada pode ser um precioso auxílio para o crescimento do sujeito e o estabelecimento de um quadro social justo e harmonioso. O fluxo de informações difundidas e/ou trocadas constitui, desta forma, a substância do pensamento social vigente. A qualidade (e não apenas a quantidade)

destas informações seria o principal fator para a melhoria das condições de vida e a garantia do bem-estar da população. Isto, quando se trata de um bem precioso e sagrado como a saúde, implica um imperativo de uso moral e ético da comunicação – e não exclusivamente pragmático ou comercial.

“A consciência é o ato de julgamento pelo qual aprovamos ou reprovamos nossas ações à luz de princípios morais racionais.” Etienne Gilson

Ética e Racionalidade, neste sentido, não são apenas compatíveis, mas sim obrigatoriamente inseparáveis e indissociáveis, na medida em que a Consciência (no seu sentido filosófico) é a capacidade de julgamento pelo qual aprovamos ou reprovamos nossas ações à luz de princípios morais (e) racionais.

O primeiro sentido da comunicação é seu sentido substantivo, no qual ela tem o propósito de desenvolvimento e construção da personalidade humana. É o processo em que se cria e se mantém a ordem substantiva da sociedade. As pessoas crescem e se enriquecem devido à informação – é ela que constitui a substância de todo o pensamento, tomada de decisões e resolução de problemas.

Quer dizer: para agir racionalmente, o sujeito tem de saber quem ele é, em que contexto social, político e histórico vive e qual é sua posição neste cenário. Inversamente, o sujeito confuso quanto à essência de sua existência é um sujeito incapaz de uma ação tanto moral quanto racional. Em termos restritos à Teoria da Comunicação, corresponde à função expressiva ou emotiva; aquela que permite ao emissor se situar, se identificar e contextualizar sua mensagem e sua ação.

Na mesma perspectiva ética e racional, desenvolveu-se a teoria da **Ação Comunicativa**, cujo princípio é a substituição da razão centrada na ciência por uma razão centrada na comunicação, que não se consome no mero contato do sujeito com o mundo, mas fundamentalmente na interação entre sujeitos por meio do processo de comunicação. Todavia, para que esse processo seja eficaz e possa trazer benefícios para a população em áreas sociais como a da Saúde.

Requisitos básicos para uma Ação Comunicativa efetiva:

1. que a mensagem seja inteligível/clara;
2. que o que é dito seja verdadeiro/confiável;
3. que surja de um interesse comum; e
4. que seja eticamente aceitável.

De fato, no caso das questões sociais como a sanitária, apenas o trabalho de comunicação (informação, popularização, conscientização e sensibilização) é capaz de fornecer ao sujeito e ao grupo os subsídios simbólicos necessários para a avaliação dos riscos potenciais e a adoção de modus operandi preventivos eficazes. Isso implica na obrigação, por parte dos atores sociais, de elaborar estratégias comunicacionais específicas para a sensibilização e a conscientização da população quanto à possibilidade (eventualidade ou iminência) de crise ou ruptura no sistema vigente e a subsequente necessidade de mudança no modus vivendi (hábitos, comportamentos e rotinas).

Assim, se deve buscar, em primeiro lugar, o estabelecimento de quadros comunicacionais de natureza dialógica que considerem o público receptor (o primeiro interessado) enquanto co-produtor do conhecimento e de sentido, e não somente como receptor passivo de dados informacionais dispersos, sem nexos evidentes com seu contexto de vida. Nos casos que demonstraremos posteriormente, ficará clara a importância da comunicação dialógica para uma troca efetiva entre emissores e receptores.

A Ação Comunicativa auxiliaria a sociedade no projeto de desconstrução de sistemas de pensamentos fechados. Diferencia, assim, objetivos e significados corporativos de um interesse social mais amplo.

Uma comunicação efetiva considera o público receptor (o primeiro interessado) enquanto co-produtor do conhecimento e de sentido, e não somente como receptor passivo de dados informacionais dispersos.

Ao pretender uma clara tomada de consciência, por parte do público, acerca dos perigos latentes que o rodeiam e ameaçam seu bem-estar, as campanhas de sensibilização devem abranger todos os aspectos da vida da população interessada e lhe tentar sugerir uma visão auto-reflexiva e objetiva de si mesmo; sem, todavia, desvalorizar seu saber empírico ou estigmatizar suas tradições e suas crenças – no afã de não provocar atritos inúteis entre sua visão do mundo e sua auto-representação, de um lado, e o ideal preventivo almejado, por outro lado.

As campanhas de sensibilização devem ser moldadas de acordo com o público a que são direcionadas.

Assim, considerando que uma das maiores dificuldades em tornar o público-alvo sensível à ação do agente diz respeito à forma como esta (ação) lhe é apresentada e transmitida, deve-se desdobrar esforços para manter os níveis constitutivos do processo comunicacional natural e intimamente ligados ao seu contexto de origem, que chamaremos posteriormente também de ambiente cultural. O ideal social ao qual nos referimos anteriormente garante, deste modo, a colaboração do público no projeto social sani-

tário pretendido e a co-elaboração de uma política social imediata e de fácil implementação na sua realidade local.

Aqui, a Comunicação deve resgatar, mais do que nunca, sua dimensão humana e humanista primária – a sua raiz filosófica que nasce do visceral e gregário instinto de estar junto para secretar as condições

Um processo comunicacional efetivo proporciona a colaboração do público no projeto social sanitário pretendido e a co-elaboração de uma política social imediata e de fácil implementação na sua realidade local.

vitais inerentes ao celebrar, compartilhar e comungar. De modo prático, o sucesso na empreitada de transformação do paradigma social e comportamental depende da efetiva capacidade de mobilização do grupo interessado e seu convencimento da validade da argumentação técnica e científica proposta – e não imposta. Regra

básica da Comunicação Social que adquire um significado mais agudo quando se trata de um universo tão delicado quanto a Comunicação em Saúde e a Saúde Pública Veterinária.

Para tanto, é de absoluta valia para o agente de saúde e/ou veterinário local compreender os princípios de Comunicação mais fundamental, desvendar suas origens históricas e seu significado político e, por fim, desenvolver metodologias de comunicação efetiva com seu público. É exatamente sobre estes princípios que trataremos a partir de agora.

O agente de saúde e/ou veterinário local deve compreender os princípios de Comunicação mais fundamentais, desvendar suas origens históricas e seu significado político e, por fim, desenvolver metodologias de comunicação efetiva com o seu público.

PRINCÍPIOS GERAIS DA COMUNICAÇÃO 4

De fato, no plano institucional, as teorias constitutivas do campo da Comunicação Social podem ser de grande utilidade para a formulação de campanhas sanitárias ou até políticas de Saúde Pública que não se limitem a abordagens meramente técnicas ou gerenciais, mas que configurem um recurso estratégico capaz de efetivar uma ação social profunda e abrangente. Afinal, além de poder auxiliar na implementação e organização de serviços e sistemas de informação e a promoção de ações coordenadas e integradas para a área, o quadro teórico em questão contém os elementos conceituais necessários para (re) pensar a sua própria finalidade como instrumento político que contribua para a realização de metas sociais de todo o setor da Saúde Pública. A incorporação crítica de referenciais teórico-conceituais oriundos da Teoria Geral dos Sistemas, da Cibernética e da Ciência da Informação, dentre outros, pode oferecer valiosos subsídios para a edificação de uma metodologia operacional e eficiente na área da Comunicação em Saúde Pública Veterinária.

1. O interesse na **Teoria Geral dos Sistemas** reside na sua capacidade de superar os princípios mecanicistas da Comunicação, de privilegiar uma **visão complexa** e integradora dos processos e fenômenos (tanto físicos como sociais) e de apostar numa **metodologia múltipla**. Por outro lado, a sua concepção de um todo maior, diferente da simples soma de suas partes, tem o mérito de enfatizar a relação comunicativa entre diversos segmentos, que privilegia a diversidade é de **natureza aberta**.

O todo é maior e qualitativamente superior que a soma das partes.

De fato, para a apreensão de um **fenômeno** ou **situação** determi-

nados, a Teoria Geral dos Sistemas considera, em primeiro lugar, a dimensão comunicacional/relacional dos fatos e objetos a analisar, remete ao conjunto dos fatores internos e externos que podem interferir no seu desenvolvimento ou funcionamento e aponta a sua integração no ambiente a seus níveis espaciais (materiais) e temporais (simbólicos). Fica, assim, evidente a pertinência em buscar subsídios conceituais nesta estrutura teórica para a formulação de orientações didáticas relativas a um campo tão complexo e plural quanto a **Comunicação em Saúde Animal**.

Veremos posteriormente de que forma podemos elaborar e utilizar estratégias e técnicas de comunicação apropriadas para promover a Saúde Pública e o bem-estar geral e, particularmente, a Saúde Animal.

2. A **Cibernética**, por sua vez, foca a sua análise na **troca de informações** entre as partes do sistema. Destaca o fato comunicacional enquanto intercâmbio de informação dentro do sistema e entre este e o meio ambiente, mediante o controle da atividade do sistema com relação ao seu contexto, segundo um processo de **retro-alimentação**. O que significa que o **signal** (dado quantitativo), quando devidamente **transmitido e decodificado**, transforma-se em informação (fato inteligível e significante).

Ainda neste modelo, acredita-se que, conhecendo-se as características do **canal** de transmissão de informações e dos **ruídos** (perturbações materiais que interferem na transmissão) sofridos pelo processo de envio de sinais, é possível **avaliar** quanto de informação chegará ao **receptor**. A unidade mais simples deste sistema é o **bit** (*binary digit*) que sustenta todo o desenvolvimento

Um bit tem um único valor, 0 ou 1, ou verdadeiro ou falso, ou neste contexto quaisquer dois valores mutuamente exclusivos. Embora os computadores tenham instruções (ou comandos) que possam testar e manipular bits, geralmente são idealizados para armazenar instruções em múltiplos de bits, chamados bytes.

dos computadores eletrônicos de processamento de dados é em que há apenas duas possibilidades de igual probabilidade de ocorrência (sim/não, falso/verdadeiro, certo/errado).

Isso resulta numa justificada crítica ao fato de a lógica cibernética se basear em parâmetros quantitativos para medir a informação transmitida. Já que, como dita o bom senso (e alguns teóricos da Comunicação também), a otimização da transmissão e recepção de mensagens (ou produção de sentido) não depende apenas do aumento quantitativo de dados informacionais, mas antes do aprimoramento dos processos de comunicação e coordenação de todo o sistema.

Outro conceito central da Cibernética, proveniente da termodinâmica, é a **entropia** – entendida

A palavra entropia vem do grego *εντροπία* (entropía), ela é usada na física como uma grandeza termodinâmica geralmente associada ao grau de desordem. Ela mede a parte da energia que não pode ser transformada em trabalho. É uma função de estado cujo valor cresce durante um processo natural em um sistema fechado.

como o ponto final de desorganização ao qual todo sistema e todo organismo estão fadados. Porém, na sua aplicação à Teoria da Informação, o advento da entropia pode ser retardado ou limitado em função da quantidade e qualidade de informações injetadas no sistema. Ou seja, quanto menos informações sobre o sistema, maior será sua entropia ou, em outras palavras, a quantidade de informação de um sistema seria a medida do seu grau de organização e a entropia sua medida negativa.

Uma das surpreendentes lições da Cibernética, aproveitada por outras teorias da comunicação, é que saber interpretar e utilizar a informação são condições sine qua non para evitar o colapso de um sistema. A comunicação teria, portanto, como processo de intercâmbio e inter-

Saber interpretar e utilizar a informação é condição essencial para evitar o colapso de um sistema.

ceptação de informações, uma finalidade **antientrópica** assentada num processo de seletividade (e não de acumulação) da informação.

Porém, em decorrência de considerações sociais e políticas mais democratizantes, vieram à tona novas exigências conceituais e metodológicas, resultando no fato de a natureza estratégica da informação não poder mais ficar restrita à transmissão de sinais, mas sim enfatizar o papel do receptor e a qualidade do conteúdo da informação, em vez de ressaltar exclusiva ou demasiadamente a figura do emissor, seus interesses, intenções e objetivos.

A estratégia comunicacional não pode se limitar à transmissão da informação. A qualidade do conteúdo dessa informação e o receptor que irá recebê-la devem ser levados em consideração.

3. Um dos exemplos mais usados para ilustrar este tipo de mudança de perspectiva é a apreensão que se pode fazer do suporte para livros. Do ponto de vista da Cibernética, o livro é um canal de transmissão de informação, com ou sem ruídos (que, neste caso, podem ser má qualidade de impressão, supressão ou troca de caracteres etc.) cuja leitura representa a obtenção de informação. Já na perspectiva da **Ciência da Informação**, o livro é um **canal potencial** de transmissão de informação, que só redundará em obtenção de informação se o leitor compreender seu conteúdo. Essa compreensão dependerá do **contexto** em que se insere o leitor: sua cultura, seu grau de instrução, sua condição de acesso ao livro, sua acuidade visual e outros aspectos. Enfatiza-se, portanto, que o usuário da informação é mais do que um emissor ou um receptor, tratando-se, isto sim, de um **sujeito histórico** e ativo, para além da passividade que lhe costumava ser atribuída pelas duas outras correntes do pensamento científico.

Desta forma, quanto maior o grau de conhecimento sobre o **repertório** do receptor, mais bem-sucedido será o emissor na sua empreitada comunicativa. A entropia converte-se, então, em uma

medida da incerteza do observador em relação a um acontecimento ou em relação ao conteúdo da mensagem – quer dizer, em uma medida da variedade do conjunto de fatos ou de mensagens possíveis. Neste

Em 2005, a empresa Westat, Inc. e a Universidade da Pensilvânia fizeram um estudo que apontou que a campanha antidrogas promovida pela secretaria antidrogas do governo americano não funcionava. Essa avaliação descobriu que as crianças e os pais se lembravam dos anúncios e de suas mensagens, mas que esses anúncios não mudavam as condutas das crianças a respeito das drogas. A conclusão era a de que existiam outros fatores envolvidos na mudança de comportamento.

sentido, a informação só se efetiva se provoca **redução de incerteza** no receptor e facilita a sua tomada de decisão.

Os elementos componentes da equação comunicacional devem assegurar:

1. que o destinatário compreenda o(s) significado(s) da informação (mensagem) transmitida;
2. que reconheça sua relevância no processo decisório;
3. que assimile sua utilidade para a realização de seus objetivos;
4. que possa usá-la para reduzir as incertezas relativas à questão ou situação em apreensão.

De fato, não se deve buscar a definir a informação intrinsecamente (aquilo que ela é em si), mas sim por seu eventual uso e finalidade.

Assim, nesta mesma linha de idéias, nunca se pode falar em excesso de informação, mas, antes, em dados que não tiveram seu potencial informativo explorado. Apenas os dados aos quais nenhum significado foi atribuído podem ser considerados excedentes – e não a informação em si que, neste caso, nem sequer chegou a ser efetivada. Portanto, para garantir seu sucesso, o projeto comunicacional deve buscar otimizar ao

Deve-se prestar uma atenção especial:

1. à atualidade da informação;
2. à sua oportunidade;
3. à sua confiabilidade (credibilidade da fonte que a gerou e/ou que a está disseminando);
4. à seu custo-benefício;
5. à sua acessibilidade;
6. à sua qualidade geral.

máximo os fatores informacionais capazes de **potencializar** o valor da mensagem transmitida.

Todo ano, o Ministério da Saúde brasileiro, aproveita a época do Carnaval para fazer campanhas publicitárias que visam o uso de preservativos. A campanha de 2007 teve como tema o preservativo masculino (camisinha) com o slogan “Com camisinha, a alegria continua durante e depois da festa”. As peças impressas, cartaz e folhetos, foram distribuídos diretamente para as coordenações estaduais. O início da veiculação do comercial de TV e do spot de rádio foi no dia 11 de fevereiro (uma semana antes do Carnaval). Com isto, os responsáveis pela campanha exploraram de maneira positiva aspectos relacionados à oportunidade e à disponibilidade das informações.

Os fatores de **oportunidade** e **atualidade** determinam a obtenção da informação em tempo hábil e com **conteúdo atualizado** para o fim a que se destina. Na intenção de reduzir a incerteza do destinatário, a informação deve chegar até ele no momento de seu maior potencial, sob risco de depreciação progressiva de seu valor.

A **acessibilidade**, por sua vez, diz respeito ao grau de **disponibilidade** da informação, facilidade e agilidade do seu acesso operacional e de seu manuseio, o que implica na necessidade de

sua **organização dos dados** transmitidos de modo prático tanto em relação ao conteúdo quanto à forma de apresentação.

Disponibilidade da informação, contudo, não é garantia de sua acessibilidade. Para que a informação seja verdadeiramente acessível, é necessário facilitar não apenas o seu acesso operacional, como também sua **cognicidade** – ou seja, a sua integração (tanto em relação à forma como ao conteúdo) à ecologia cognitiva do destinatário. Caso contrário, podem ocorrer atritos no processo comunicacional que acabem levando o receptor à rejeição da informação ou a sua subutilização. É necessário, assim, que tenha uma correspondência entre a informação veiculada e o ambiente social, cultural e histórico no qual se pretende usá-la.

Por outro lado, não se deve confundir acessibilidade operacio-

No início do século XX, a cidade do Rio de Janeiro tinha graves problemas urbanos: rede insuficiente de água e esgoto, coleta de lixo precária e cortiços superpovoados. Nesse ambiente proliferavam muitas doenças. Alastravam-se, sobretudo, grandes epidemias de febre amarela, varíola e peste bubônica. Para erradicar a varíola, o sanitarista Oswaldo Cruz convenceu o Congresso a aprovar a Lei da Vacina Obrigatória (31 de Outubro de 1904), que permitia que brigadas sanitárias, acompanhadas por policiais, entrassem nas casas para aplicar a vacina à força.

A população estava confusa e descontente. Jornais da oposição criticavam a ação do governo e falavam de supostos perigos causados pela vacina. Além disso, o boato de que a vacina teria de ser aplicada nas “partes íntimas” do corpo (as mulheres teriam que se despir diante dos vacinadores) agravou a ira da população, que se rebelou.

A aprovação da Lei da Vacina foi o estopim da revolta: Entre os dias 10 e 16 de novembro, a cidade virou um campo de guerra, esse período ficou conhecido na história como A Revolta da Vacina.

Uma melhor organização dos dados disponíveis, bem como a facilidade e agilidade do acesso operacional e de manuseio destas informações, certamente evitariam grande parte das críticas, alertando para a importância da campanha de vacinação.

nal da informação com sua disponibilidade quantitativa. De fato, não há mais dúvida de que o esquema mecanicista causal linear:



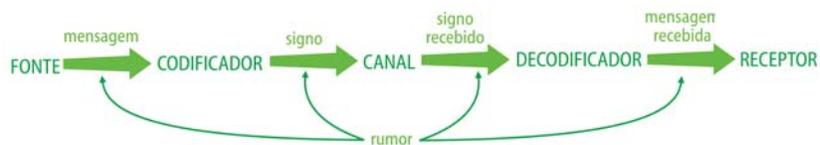
seja totalmente equivocado. A principal falha neste esquema é que ele define o papel do receptor nos termos organizacionais e gerenciais de categoria (vazia e homogênea) de consumidor médio ou usuário universal.

Ora, como já foi adiantado, o receptor – seja ele um indivíduo, um grupo social ou cultural, ou ainda uma categoria socioprofissional, ele é, antes de tudo, um **sujeito social**, cultural e político, investido de idiossincrasias, aspirações, ambições e desejos que fazem dele um protagonista histórico único e singular. Seu papel e sua posição na equação comunicacional, em vez de serem considerados como de um receptáculo passivo, devem ser reconhecidos como o pólo determinante na atribuição de sentido à mensagem recebida.

Além desses termos institucionais gerais da equação comunicacional, há de considerar também alguns segmentos mais avançados de seu desenho formal. Pois, no sentido de otimizar os resultados de uma ação ou processo comunicacional destinados a áreas sensíveis como da saúde, é importante conhecer as táticas e estratégias comunicativas focadas nos encontros individuais e/ou interpessoais.

De fato, não há como ignorar que uma vez que o agente de saúde e/ou veterinário local esteja munido dessas ferramentas conceituais, conseguiria estabelecer com mais facilidade **campos significativos** e de **valores comuns** entre ele e seus interlocutores. Vale a pena, assim, lembrar alguns desses princípios básicos da estrutura comunicacional.

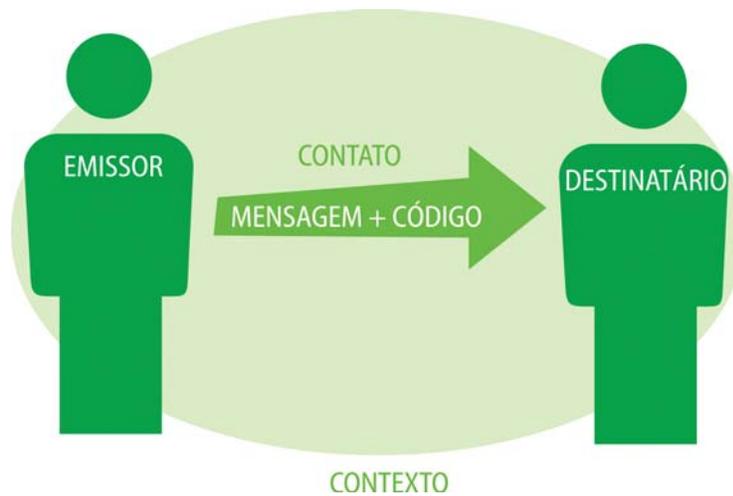
Primeiramente compreendida e definida como **o envio e transmissão de informação**, tendo como ponto de partida lógico a transmissão de mensagens ou de sinais no tempo e no espaço, a comunicação social fora esquematizada da seguinte forma:



Por exemplo, em um telefonema, o interlocutor que ligou pode ser considerado a **fonte** e o que atende o **receptor**. **Codificador** e **decodificador** são propriamente partes do aparato telefônico, que transformam as ondas sonoras em oscilações da corrente elétrica e vice-versa; a conversação em si é a **mensagem**, os cabos telefônicos são o **canal** e as trocas de tensão são os **signos**. O ruído deriva da interferência eletromagnética – ruído ambiental, agitação térmica, resistência elétrica dos cabos e outros.

Baseado nesse esquema inicial, surge uma outra teoria aplicada mais preocupada em fazer referência à comunicação humana e lingüística. Nesse novo esquema, os elementos da comunicação são definidos como: **Emissor** e **destinatário**, que podem ser pensados como pessoas, grupos ou instituições. O primeiro envia ao segundo uma mensagem organizada segundo um código, que tem que ser conhecido, ser comum, às duas partes para possibilitar o **intercâmbio**. Para que a **mensagem** (e podemos observar que não há distinção, nesse esquema, entre mensagem e signo) alcance o seu objetivo é essencial que exista um **contato** entre emissor e destinatário, e que um **canal** os ligue. A mensagem deve pertencer a um **contexto**, quer dizer, referir-se a uma certa realidade (física, social ou cultural) da qual se fala. O esquema desta teoria se apresenta do modo seguinte:

Elementos da Comunicação:

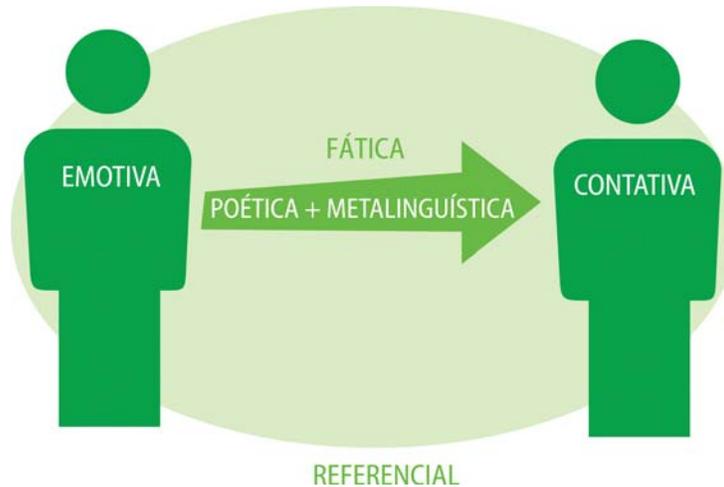


É fácil perceber que a idéia de que a função do emissor seja transmitir uma mensagem clara e inequívoca ao seu interlocutor, para que ela seja compreendida com exatidão, é extraordinariamente simplista, em relação às circunstâncias reais da comunicação que nós experimentamos cotidianamente.

É importante salientar também que as categorias do esquema acima não são estanques, e que, para o melhor funcionamento da comunicação, o emissor não deve simplesmente transmitir uma mensagem para o receptor, mas deve abrir o canal para que o receptor passe a ocupar também a função de emissor, estabelecendo assim um **diálogo** – a melhor e mais eficaz forma de se comunicar e transmitir informações, idéias e opiniões.

Para tanto, baseando-se nesse mesmo esquema, revelou-se indispensável dotar as suas tradicionais e conhecidas posições (emissor, receptor, meio e mensagem) de **funções** mais condizentes com a realidade complexa e múltipla de qualquer situação comunicacional.

Funções da Comunicação:



1. a função emotiva (ou expressiva) refere-se à capacidade que cada emissor tem de exprimir-se, as suas emoções, os seus sentimentos, a sua identidade na mensagem;
2. a função fática consiste no trabalho que se faz para garantir o contato, testar o meio (por exemplo, quando se diz "alô!" no telefone);
3. a função poética refere-se à organização interna da mensagem, o modo como isso é realizado (é assim chamada porque é dominante na poesia e na arte em geral, onde a mensagem comunicaria, sobretudo, pela sua forma);
4. a função metalingüística define o código em uso e, por isso, implicitamente, as relações entre os interlocutores;
5. a função referencial permite à mensagem colocar-se em relação com o mundo, de falar sobre qualquer coisa, fazendo uso de referentes;
6. ao contrário, a função conativa é aquela pelas quais se procuram os efeitos sobre o emissor, sobre aqueles que dão as ordens e os conselhos.

É importante frisar que cada ato comunicativo contém, pelo menos potencialmente, todos os fatores da comunicação e compreende também todas as suas funções. Não existe uma comunicação puramente fática, ou puramente referencial, puramente poética. Para se conseguir com eficácia uma destas alternativas devem ser desenvolvidas em certa medida também as outras.

Dicas:

A seguir, disponibilizamos uma lista de dicas complementares que podem auxiliar o agente de saúde e/ou veterinário local no seu contato direto com a população:

- Não improvise. Prepare-se o máximo que puder para responder a todas as questões que poderão ser feitas.
- Seja claro, objetivo, use frases curtas e palavras simples. Evite tecnicidades. Lembre-se de que quase ninguém é especialista no que você está prestes a informar.
- Fale “para fora”. A clareza e a decisão na hora de falar também contam como indicativo de que você sabe sobre o que está falando. Como é comum usar termos técnicos, procure falar pausadamente e explique detalhadamente o que isso significa e porque é importante citar esta informação. Use termos exatos quando precisar definir alguma coisa.
- Especifique com clareza quais informações devem ser divulgadas a cada etapa e em cada situação.
- Seja breve, honesto. Só responda questões que pode responder com segurança.
- Esteja preparado para questões complexas. Se não tiver as respostas na hora, anote as questões e não deixe de dar as informações necessárias.

- Cuidado para não falar demais. O excesso pode gerar uma interpretação indevida.
- Não responda indagações hipotéticas. O “e se...” é uma armadilha e pode ser entendido como aceitação do fato.
- Use a ordem direta para se fazer entender: sujeito, verbo e predicado. Exemplo: “Os serviços veterinários devem ser fortalecidos pelos órgãos públicos.”
- Se for preciso passar credibilidade, use palavras firmes como absolutamente, correto, negativo, claro. Explique imediatamente o porquê.
- Seja simpático. Procure estar descontraído sem se exceder.
- Esgote o assunto com frases breves e completas.
- Olhe para os olhos das pessoas quando estiver falando.
- Se tiver que demonstrar opiniões, faça-o com clareza. Se estiver falando em nome de uma instituição, evite posições políticas, pois estas podem se confundir com as posições da instituição.
- Dê informações bem fundamentadas. Opiniões generalizantes não costumam ser úteis a uma comunicação efetiva. Exemplo: “A situação nesta região tem piorado bastante.” Que região? Quanto piorou? Quais os critérios para se afirmar isso? Neste tipo de frase, nada fica claro para o interlocutor.
- Procure metáforas que ajudem na interpretação do que está dizendo. Mas atenção: não improvise uma metáfora e não exagere na dose. A metáfora tanto pode ser útil como parecer uma saída de quem não sabe o que está dizendo.
- Elabore em sua mente a resposta antes de falar. Comece a responder apenas quando estiver pronto.
- Não seja evasivo. Conclua todos os raciocínios e evite fazer rodeios.

- Evite as “muletas” antes das frases, como “é”, “ah”, “né” e similares.
- Não seja redundante. Procure não falar demais, com frases longas e exemplos cansativos.
- Cuidado com a concordância, a gramática e as gírias, linguagem chula e estrangeirismos. São detalhes que contam pontos na hora da comunicação.
- Não fale sem parar, sem respirar, emendando frases e assuntos. Faça uma pausa sempre que achar saudável, mas não perca o tempo correto da sua fala.



COMUNICAÇÃO EM SAÚDE ANIMAL 5

Incluída como campo teórico maior da Comunicação Social, a Comunicação em Saúde diz respeito a um amplo leque de atributos e atribuições, cuja finalidade é a elaboração e uso de estratégias e técnicas de comunicação apropriadas para promover os ideais da Saúde Pública e do bem-estar geral e, no caso que nos interessa, a Saúde Animal.

Suas ações se destinam, notadamente, a subsidiar os agentes sanitários e ou veterinários locais envolvidos em operações pontuais ou campanhas de longo prazo, com as informações e orientações necessárias para incentivar a mudança de comportamentos potencialmente nocivos, ajudar a lidar com as possíveis ameaças para a saúde humana e animal, tomar consciência dos eventuais riscos para melhor evitá-los e prevenir as mais diversas enfermidades decorrentes da inter-relação do binômio doença-saúde no homem e nos animais.

Os referenciais técnicos fornecidos pela Comunicação em Saúde podem ser de grande valia para a efetivação de quadros relacionais operacionais entre profissionais e usuários do sistema de medicina veterinária. Viabiliza, desta forma, a implementação de programas sanitários, principalmente de prevenção, estabelecendo canais ágeis e confiáveis de divulgação de informações úteis sobre riscos para a saúde animal em casos de emergência sanitária. Igualmente oferecem o devido apoio epistemológico para o tratamento dos temas relacionados à área de sanidade animal nos meios de comunicação, provendo os setores de comunicação interna e externa dos órgãos e instituições de saúde com informações adequadas e pertinentes, bem como auxiliando a formação de técnicos em saúde.

A qualidade desse tipo de comunicação é, por outro lado, de gran-

de importância estratégica para o sucesso das empreitadas na área da saúde pública veterinária, já que interfere direta e substancialmente na avaliação que o público faz da eficiência dos cuidados promovidos, na adaptação psicológica à situação em curso e no grau de adesão medicamentosa e comportamental. Inversamente, seu bom êxito pode contribuir para a valorização das comunidades visadas, à medida que é suscetível de promover mudanças positivas no seu ambiente socioeconômico e biofísico, melhorar a acessibilidade aos serviços de medicina veterinária e facilitar a adoção de regras que contribuam positivamente para a qualidade de vida e para a saúde dos seres vivos que as integram.

Assim, a capacitação dos agentes de execução é um fator de grande relevância para alcançar os objetivos estabelecidos. O ideal, na verdade, é poder realizar ciclos periódicos de treinamento, para assegurar que todos os profissionais dos diversos setores envolvidos nas atividades de comunicação desempenhem as suas respectivas funções de forma adequada. Não há dúvida de que agentes familiarizados

A comunicação na área da saúde pública veterinária tem por objetivo facilitar a adoção de regras que contribuam positivamente para a qualidade de vida. O ideal, na verdade, é poder realizar ciclos periódicos de treinamento, para assegurar que todos os profissionais dos diversos setores envolvidos nas atividades de comunicação desempenhem as suas respectivas funções de forma adequada. Não há dúvida de que agentes familiarizados com as técnicas de comunicação sejam mais propensos a conquistar a simpatia e a confiança do público.

com as técnicas de comunicação sejam mais propensos a conquistar a simpatia e a confiança do público, já que têm uma maior facilidade em escolher os canais e suportes adequados, a linguagem apropriada e a forma oportuna para transmitir de modo claro e convincente o conteúdo e os objetivos finais da campanha.

Estas características pressupõem, também, a necessidade de os agentes terem uma visão clara sobre suas responsabilidades individu-

ais dentro de um esquema maior e uma estratégia mais abrangente. De fato, a capacitação e a atualização contínua do profissional devem lhe permitir não apenas adquirir técnicas tópicas para a coleta e transmissão de informações relacionadas à sua área de atuação, mas também desenvolver uma postura autônoma e propositiva na elaboração de abordagens analíticas e críticas globais, antecipando as potenciais emergências sanitárias e situações de risco. Como destacado anteriormente, o papel deste profissional e sua posição na equação comunicacional, em vez de serem considerados como de um receptáculo passivo, precisam ser reconhecidos como o pólo determinante na atribuição de sentido à mensagem recebida.

Por outro lado, não se pode ignorar que o sucesso da Comunicação em Saúde é tributário da capacidade de assimilação pelo receptor da informação veiculada. O que não depende, todavia, apenas do nível intelectual do público alvo, mas sim, em primeiro lugar, do volume certo de informação disponibilizada, sua adequação ao meio ao qual ela é destinada, sua atratividade, sua pertinência etc. Ou seja, sua conformidade aos princípios gerais de comunicação vistos anteriormente e que todo profissional deve dominar antes de iniciar o contato com a sociedade. (Leia quadro ao lado com dicas que sintetizam algumas das técnicas aqui citadas).

De fato, os problemas potenciais que o profissional de saúde animal pode enfrentar são de inúmeras ordens. Os eventuais ruídos nos canais de comunicação, responsáveis pela perda do coeficiente cognitivo na mensagem, podem ter origem tanto na incompatibilidade discursiva ou na sobrecarga informativa como

O sucesso da Comunicação em Saúde é tributário da capacidade de assimilação pelo receptor da informação veiculada. Os eventuais ruídos nos canais de comunicação, responsáveis pela perda do coeficiente cognitivo na mensagem - como é o caso do uso excessivo de jargão técnico - acabam desencorajando o público a dialogar com as mensagens apresentadas.

na inadequação das estratégias adotadas ou na falta de preparação dos agentes envolvidos. Muitas vezes, o uso de jargão técnico acaba desencorajando o público a dialogar com as mensagens apresentadas, contribuindo assim para a sua alienação quanto aos problemas que podem atingi-los. Ainda mais considerando que os agentes envolvidos em uma emergência sanitária animal geralmente se encontram em um ambiente rural, com uma cultura própria e diferenciada da cultura das grandes cidades.

Um processo de comunicação eficaz deve, além de informar, provocar reações no público-alvo (vide a função conativa, apresentada anteriormente). Para tanto, a informação veiculada tem de ser compreensível, de fácil assimilação, de fácil memorização, credível, consistente, baseada em evidências claras e (o máximo possível) personalizada. Ou seja, a informação deve ser moldada a partir das necessidades do usuário, bem como em função de seu nível de instrução (ou a média do público receptor) e seu ambiente cultural, majoritariamente rural. Uma maior personalização do processo permite economizar tempo, aumen-

Um processo de comunicação eficaz deve, além de informar, provocar reações no público-alvo. Para tanto, deve ser moldada a partir das necessidades do usuário, bem como em função de seu nível de instrução. Para ser efetivo, o processo comunicacional deve buscar a interação entre os saberes locais, o conhecimento técnico-científico e as técnicas mobilizadoras da sociedade civil e das esferas governamentais.

tar a satisfação do usuário, tornar as suas escolhas mais coerentes, facilitar a sua adesão ao programa e estimular a adoção dos comportamentos esperados.

Evidentemente, não existe um modelo único e universal de intervenção junto à população visada, mas sempre deve se ter em mente os mais relevantes princípios de comunicação integral como a contextualização da informação, implicação voluntária dos agentes locais de saúde animal e instituição

de espaços privilegiados de diálogo, troca de experiências e reconstituição da memória social relativa ao tipo de problema abordado. Para ser efetivo, o processo comunicacional deve buscar a interação entre os saberes locais, o conhecimento técnico-científico e as técnicas mobilizadoras da sociedade civil e das esferas governamentais.

O excesso de informações pode ser obstáculo, pois ao invés de auxiliar, poderá desinformar o leitor.

No âmbito organizacional, as instituições responsáveis devem, neste sentido, produzir campanhas baseadas em estudos aprofundados sobre a região em que serão aplicadas, levando em consideração suas variáveis geográficas e culturais. Do mesmo modo, devem-se privilegiar os quadros comunicacionais que não se limitam a propagar ou transmitir conteúdos elaborados em contextos laboratoriais isolados da realidade social, mas sim que incentivam a participação ativa do público e a sua atuação enquanto parceiro integral. Independentemente da situação tratada, portanto, é imprescindível que o profissional e/ou a instituição pensem a totalidade de sua estratégia em função do público-alvo. Da mesma forma, o texto dos materiais de divulgação deve ser facilmente compreensível por grande parte da população e, em virtude disso, o nível de educação formal dos receptores deve ser colocado em questão.

Todavia, os níveis técnicos e práticos (desde a linguagem utilizada até o suporte escolhido) também devem ser elaborados com o devido cuidado para garantir maior penetrabilidade da informação no meio-alvo e maior grau de resposta por parte do público. O excesso de informações pode ser obstáculo, pois ao invés de auxiliar, poderá desinformar o leitor. Para isso é importante considerar que:

1. os materiais sejam ricos em exemplos concretos adaptados às experiências comuns da região e de variáveis iconográficas que estejam vinculados ao texto, elevando, assim, a identificação dos leitores com a proposta;

2. o dinamismo e a eficácia do texto podem ser obtidos com a escolha de palavras de uso habitual entre os profissionais de saúde animal, frases curtas, objetivas, na forma pessoal, para incluir o público-alvo;

3. para reforçar a mensagem, criando sentimento de transformação na comunidade, é aconselhável o uso da voz ativa em lugar da passiva. Por exemplo: não “Os medicamentos foram enviados pelo ministério”, mas sim “O ministério enviou os medicamentos”;

4. deve-se optar por uma linguagem, por uma técnica ou um suporte determinado, em função da combinação de variáveis de *recepção* e *canal* estabelecidas pelos estudos em comunicação. De um lado,

- a.** o gênero;
- b.** a faixa etária;
- c.** a condição social (população rural ou população urbana);
- d.** o nível de renda;
- e.** a categoria socioprofissional (agente de desenvolvimento, liderança local, autoridade governamental);
- f.** o ambiente e local de divulgação;
- g.** a amplitude e natureza do público-alvo (grande público ou um segmento específico).

E, por outro lado, o meio de comunicação adequado:

- a.** de grupo (TV, rádio, vídeo, internet, imprensa escrita, cartazes ou teatro popular);
- b.** inter-pessoal (demonstração prática, *slides*, gravação, *e-mail*, contato pessoal, folheto etc.); ou
- c.** institucional (reuniões, boletins informativos, visitas etc.).

É evidente que a otimização do processo comunicacional depende da adequação do canal escolhido ao receptor alvo num ambiente e contexto específicos. A efetividade dos meios de comunicação dá-se a partir da consideração do nível de utilização do mesmo pelo público.

A população rural, por exemplo, está mais suscetível a identificar-

se com informações do rádio, de cartazes, por demonstrações presenciais e murais, enquanto a população urbana utiliza mais a televisão e a mídia impressa como meios de comunicação. No campo da comunicação institucional, líderes locais (religiosos, trabalhistas) e autoridades governamentais são mais estimulados por reuniões e boletins informativos do que pela transmissão de informação por cartilhas.

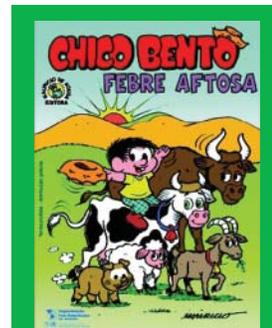
Em virtude das especificidades da comunicação, é aconselhável, também, que parte da produção de conteúdo seja feita a partir da associação de profissionais originários de diferentes áreas de atuação – humanas, tecnológicas e biomédicas. O material de divulgação produzido deve respeitar uma certa divisão de tarefas, na qual o profissional de saúde (médico ou veterinário) faz um primeiro texto técnico e profissionais de comunicação “traduzem-no” para uma linguagem mais acessível.

Neste sentido, a popularização – entendida aqui como estratégia de ampliação do raio de penetração da informação e de facilitação de sua acessibilidade pelo público leigo – pode se revelar um precioso recurso comunicacional. Discursos de diversas naturezas como o científico e o técnico se fazem, assim, presentes no ambiente cognitivo do receptor, reformulando camadas de seu senso comum, sem, todavia, provocar uma perda significativa em seu teor científico original ou enfraquecimento de seu desenho final.

Os projetos devem ser desenvolvidos em torno de um conjunto de informações, materializadas em manuais, murais, panfletos, painéis e programação curricular em saúde nas escolas primárias e secundárias. Além disso, a produção de eventos, que complementam o desenvolvimento do projeto, também pode ser proveitosa. Assim, quando o projeto consegue sensibilizar uma região, a comunidade se mostra disposta a entender e absorver o conteúdo dos materiais impressos, além de participar assiduamente dos eventos produzidos.

Outros instrumentos e formas comunicacionais podem ser utilizados com o intuito de se constituírem canais adequados e facilitadores da participação popular, bem como proporcionarem a aprendizagem do conteúdo informativo e garantirem a compreensão do programa de intervenção. Com a estratégia de produção e difusão de material informativo em larga escala, campanhas importantes (vacinação, por exemplo) devem recorrer a uma multiplicidade de meios e canais para garantir o maior impacto possível.

Alguns produtos comunicacionais podem recorrer ao humor para promover a descontração e facilitar a recepção da mensagem. O grande ícone criado no Brasil em meados da década de 1980 para as campanhas de vacinações infantis, Zé Gotinha, foi uma das estratégias mais bem sucedidas na aproximação do público infantil para aderir à campanha. Na mesma linha de ação, deve-se lembrar do uso de personagens de quadrinhos populares, como Mônica e Chico Bento, de Maurício de Souza. Porém, este tipo de linguagem apenas teria o significado amplo de conscientização se outras campanhas direcionadas a outras



Revista em quadrinhos educativa com o famoso personagem de Maurício de Souza: Chico Bento ensinando como combater a febre aftosa.

categorias da população fossem implementadas. Ou seja, para alcançar positivamente os resultados desejados é importante ter produtos segmentados para cada público, com linguagem iconográfica ou escrita própria.

Assim, para ratificar a importância da comunicação visual, o conteúdo estético, representado por desenhos e gráficos, deve ser explorado com maior afinco, pois os cenários e personagens são apresentados de tal forma que se configuram como objetos familiares da comunidade,

garantindo a eficácia do processo comunicacional. Guias e cartilhas podem ampliar seu impacto ao basearem-se no uso da comunicação visual, por meio de desenhos e gravuras, refletindo a preocupação com o acesso e a distribuição mais abrangente possível do conhecimento de utilidade pública no campo da saúde animal.

Esta familiaridade também deve ser relacionada ao universo dos trabalhadores em saúde animal, cuja realidade deve ser objetivada, isto é, significada e expressa; pois, a linguagem, enquanto componente do comportamento humano, não apenas designa as coisas, mas sim atua sobre elas. O que torna essencial uma pesquisa prévia acerca do universo lingüístico da realidade na qual se pretende intervir. Daí devem ser extraídas as palavras e as expressões de forte carga semântica, que não só permitem rápido domínio do universo da palavra escrita, como também o mais eficaz engajamento de quem a pronuncia.

A partir desta perspectiva, vocábulos como sinais clínicos, exames laboratoriais, lesões microscópicas e macroscópicas, patogenia, epidemiologia, diagnóstico, controle e impacto econômico devem ser amplamente debatidos nos mais diversos âmbitos de intercâmbio de informação, tais como os meios de comunicação locais, regionais e nacionais, cujo papel principal é o de ampliar a consciência pública acerca dos riscos inerentes às atividades no campo da saúde animal.

O formato de uma comunicação efetiva nunca deve ser agressivo. Apesar de aparentemente mais eficiente – na verdade, mais impactante – uma mensagem apelativa não costuma trazer resultados significantes em longo prazo, podendo inviabilizar outros fatores importantes dentro do processo comunicacional, como a construção de confiança, o equilíbrio entre o fato e o medo e o respeito à preocupação do público. Estes e outros fatores serão abordados mais à frente.

Veremos adiante de que forma estas estratégias de comunicação se aplicam objetivamente nos contextos de Febre Aftosa e de Risco.

COMUNICAÇÃO SOCIAL NO CONTROLE DA FEBRE AFTOSA

6

A febre aftosa é uma doença altamente contagiosa que ataca os animais que têm duas unhas (casco fendido). É causada por um vírus da família Picornaviridae, do gênero Aphthovirus. Ela atinge os bovinos, bubalinos, caprinos, ovinos e suínos além dos animais silvestres como javali, veado e capivara e outros. Mundialmente, são reconhecidos sete tipos: A, O, C, SAT1, SAT2, SAT3 e Ásia1, com mais de 60 variantes antigênicas, algumas de maior importância epidemiológica para os programas de erradicação, devido a suas diferenças antigênicas e imunogênicas que impactam diretamente as atividades de controle, como a vacinação.

Os principais sintomas no animal infectado são: febre; vesículas que se transformam em escarificações na boca, gengiva, língua, e nas patas e no úbere (tetas). Estas lesões impedem os animais de se alimentarem adequadamente, causando perda de peso e diminuição na produção de leite. O vírus da Febre Aftosa está presente nas excreções e secreções do animal (saliva, leite, urina e fezes). Resiste durante meses em carcaças congeladas, principalmente na medula óssea. Permanece muito tempo no meio ambiente. Persiste por tempo prolongado nos couros não tratados e nos fardos de feno, além de outros fômites.

A transmissão se dá por contato direto entre os animais infec-

tados e suscetíveis. Outras vezes, o contágio pode ser indireto e, nesse caso, o vírus é transportado através de alimentos, água, ar, aves, animais domésticos e pessoas que cuidam dos animais doentes levam em suas

mãos, na roupa ou nos calçados o vírus, que contamina animais saudáveis. Não existe tratamento para a Febre Aftosa. A vacinação regular dos animais é a forma de prevenir. A atuação do médico veterinário é essencial.

Geralmente, a febre aftosa não afeta a espécie humana, embora alguns casos tenham sido registrados na literatura. Provoca perdas físicas e econômicas na produção pecuária e tem um impacto importante na comercialização de produtos agropecuários no plano internacional.

A produção e o comércio de carnes, juntos, representam uma importante fonte de trabalho e renda para as comunidades rurais. Segundo avalia a Organização Mundial da Saúde (OMS), é uma das atividades de maior contribuição ao bem-estar humano, ao aportar proteínas de qualidade, imprescindíveis para um adequado estado de saúde.

O Brasil, por exemplo, conta com o maior rebanho bovino comercial do mundo (mais de 200 milhões de cabeças), ficando atrás apenas da Índia, cujo rebanho é o maior do mundo se for incluído o não-comercial.

O Plano Hemisférico de Erradicação da Febre Aftosa (PHEFA) é uma iniciativa dos países da América e surgiu em 1988, a partir da conscientização acerca dos prejuízos causados pela Febre Aftosa. Tem como objetivo erradicar a Febre Aftosa do Continente Americano até o ano de 2009.

A Febre Aftosa apareceu na América do Sul pela primeira vez no final do século XIX (1870), de forma quase simultânea na costa oeste dos Estados Unidos, no Brasil, na Argentina e no Uruguai.

Desde a identificação da febre aftosa no continente, no início do século XX, o país sofreu de forma endêmica da doença, até conseguir estabelecer ações eficientes de controle mediante um programa nacional de erradicação. As ações resultaram na redução drástica da

aftosa e sua eliminação em 15 estados.

Desde seu início, em 1992, o Programa Nacional de Erradicação da Febre Aftosa do Ministério da Agricultura do Brasil foi baseado no Plano Hemisférico de Erradicação da Febre Aftosa (PHEFA). Os indicadores positivos da América do Sul são igualmente, segundo P ANAF-TOSA – OPAS/OMS, resultado da vontade política dos governos em executar programas efetivos; e do uso da vacina com adjuvante oleoso, de acordo com o preconizado pelo programa, e da efetiva participação do setor produtivo. Desta forma, em grande parte de países e região, alcançou-se a ausência total da febre aftosa na sua forma clínica e a erradicação da enfermidade em outros.

O propósito é contribuir para o desenvolvimento social e econômico das populações rurais, aumentando a produção, as trocas comerciais, a distribuição e o consumo de alimentos de origem animal, de boa qualidade, possibilitando melhorar as condições de vida das populações rurais, que representam 23% da população da América Latina e Caribe.

Contudo, os produtos de origem animal podem eventualmente estar contaminados e infectar os animais que se expuserem a tais produtos, causando sérios impactos econômicos e sociais. No final de 2005,

A febre aftosa é uma enfermidade de alto poder de difusão e de impacto negativo na produção animal.

por exemplo, foram sacrificados pelo menos 15 mil animais no estado brasileiro do Mato Grosso do Sul, por conta dos 33 focos de febre aftosa confirmados na região.

No caso específico da carne bovina, um aspecto sanitário que dificulta significativamente o comércio, sobretudo ao nível institucional, são as condições sanitárias referentes à febre aftosa, por ser, como se sabe, uma enfermidade de alto poder de difusão e de significativa deterioração na saúde dos animais afetados.

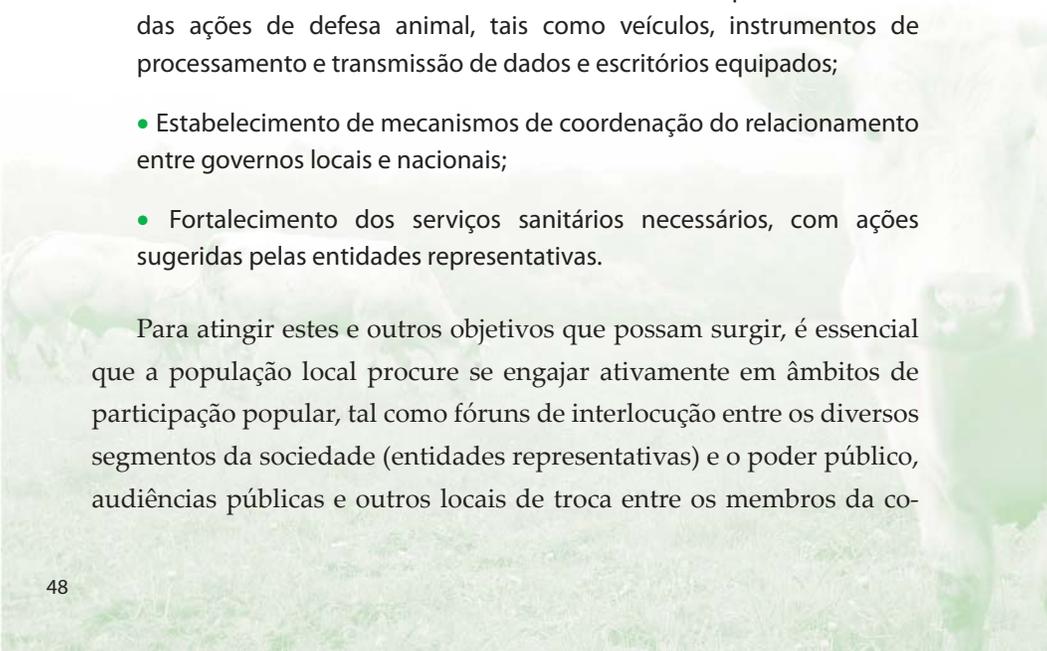
Embora grande parte dos países já tenha conseguido controlar a

febre aftosa, restando apenas poucos focos, estes são, no entanto, uma constante ameaça à saúde animal em todo o continente sul-americano. Por isso, as organizações internacionais reiteram constantemente a necessidade de os governos destinarem recursos para a educação sanitária animal e à comunicação social em comunidades de pequenos produtores, devido à importância epidemiológica desse setor na difusão da febre aftosa.

A informação é importante para qualquer grupo social, particularmente em áreas rurais e onde a população tem menor nível de instrução formal. Como destacado em capítulos anteriores, um ambiente cultural favorável e uma comunicação adequada permitem contextualizar, para o maior número possível de pessoas, quais são as suas reais condições de vida. Desta forma, se fortalece a mobilização social em torno das medidas a serem tomadas. São algumas delas:

- Disponibilidade de fontes de financiamentos permanentes, para as quais devem estar definidas as contribuições dos diversos níveis públicos e do setor privado;
- Fornecimento de recursos materiais necessários para o exercício das ações de defesa animal, tais como veículos, instrumentos de processamento e transmissão de dados e escritórios equipados;
- Estabelecimento de mecanismos de coordenação do relacionamento entre governos locais e nacionais;
- Fortalecimento dos serviços sanitários necessários, com ações sugeridas pelas entidades representativas.

Para atingir estes e outros objetivos que possam surgir, é essencial que a população local procure se engajar ativamente em âmbitos de participação popular, tal como fóruns de interlocução entre os diversos segmentos da sociedade (entidades representativas) e o poder público, audiências públicas e outros locais de troca entre os membros da co-



munidade local. Este âmbito também poderá ser construído ou revisto, envolvendo as principais entidades e autoridades da região.

Esta é a forma mais efetiva de ampliação do diálogo social para a realização de ações efetivas e respaldadas pela coletividade. A ação começa com a pesquisa minuciosa sobre os atores locais e o resgate de um histórico de ações como estas na região em questão. Além disso, deve ser referenciada por um planejamento prévio das ações, com prazos específicos, de modo que se torne mais eficiente.

Em países onde a febre aftosa não existe, a prevenção torna-se ainda mais importante. O poder público deve traçar um plano para que não surjam focos da doença no País, tomando medidas como, por exemplo, o controle do trânsito de animais e cuidados com o fluxo de entrada de produtos e subprodutos de animais suscetíveis, tais como carnes, produtos lácteos, entre outros.

Por outro lado, em países em que já existe a doença, além da vacinação regular dos animais, deve-se procurar mobilizar a sociedade para que qualquer suspeita de foco da febre aftosa seja denunciada ao poder público local, para que as normas vigentes acerca do controle do transporte de animais sejam obedecidas e para que as fazendas e sítios tenham medidas adequadas à biossegurança, como manejos de desperdícios de produção e acesso restrito aos animais.

Como veremos a seguir, estes são objetivos gerais que precisam ser especificados em uma linguagem mais acessível, para então serem discutidos e redefinidos de acordo com a agenda local. A cooperação das comunidades locais dá especial ênfase à promoção da organização e participação social, assim como o uso de ferramentas de comunicação que facilitem o acesso e o uso de conhecimentos técnico-científicos, essenciais para melhorar as condições de vida e saúde da população.

Integração e sensibilização

A comunicação de uma crise na área de sanidade animal enfrenta severos problemas referentes ao acesso à informação de qualidade por parte de população. Tais dificuldades se devem a diversos fatores, incluindo a falta de comunicação entre as partes envolvidas (comunidade, governo, produtores rurais), desconhecimento de elementos essenciais da epidemia e o próprio contexto cultural da localidade.

Além disso, a falta de interesse por parte da sociedade e do governo pode decorrer da carência de conhecimento acerca da importância da saúde pública veterinária, que contribui decisivamente para o que a OMS classifica como “estado de completo bem estar físico, mental e social” em sua definição de saúde humana. A saúde veterinária, por sua vez, compreende todos os esforços comunitários que influenciam e são influenciados pela Medicina Veterinária e Ciência aplicada para a prevenção de doença, proteção da vida e promoção do bem-estar e eficiência do homem, ressaltando que a ênfase não se dá na saúde do homem ou do animal, mas sim na *inter-relação do binômio doença-saúde no homem e nos animais*.

Segundo a OMS, a saúde humana é o “estado de completo bem estar físico, mental e social”.

A febre aftosa ameaça a confiabilidade dos alimentos de origem animal, já que o padrão internacional exige isenção de enfermidades.

No caso da febre aftosa, o primeiro grande objetivo dos veterinários e agentes de saúde pública deve ser a sensibilização do público sobre a importância de uma permanente vigilância, planejada e bem estruturada, acerca do problema. Além de uma ameaça para o bem-estar da população, devido ao seu impacto sobre a economia global e a perda de alimentos em áreas de baixo Índice de Desenvolvimento Humano, a febre aftosa ameaça a confiabilidade dos alimentos de origem animal, já que o padrão internacional exige

controle de enfermidades. Esta realidade demonstra a ligação estreita entre saúde pública, meio ambiente e o bem-estar socioeconômico.

Além de uma série de danos para produtores rurais, empresários, famílias e pequenos agricultores, a febre aftosa gera custos públicos e privados enormes durante uma emergência sanitária sem planejamento preventivo, por conta dos investimentos que terão de ser feitos para o controle e erradicação do problema.

A disseminação da febre aftosa provoca perdas físicas e econômicas na produção pecuária e tem um impacto importante nas relações comerciais de produtos agropecuários, a nível internacional. Igualmente, agricultores com criações mais modestas também são significativamente atingidos.

Em muitos países, apesar das grandes dificuldades epidemiológicas que o agente etiológico da febre aftosa apresenta aos seres humanos envolvidos, já se demonstrou em distintas iniciativas que a erradicação é possível, como é o caso da Inglaterra e da França. Mais importante, no entanto, é salientar que o relaxamento natural de uma campanha de erradicação da doença considerada bem sucedida provocou o retorno do problema de forma ampla e devastadora.

As imagens de animais sendo sacrificados por casos constatados de várias doenças na Inglaterra, Argentina, Japão, Taiwan e sul do Brasil (2000 e 2001), entre outros países, é um problema latente que ainda nos ameaçará por muitos anos, como elemento de alarme entre a população e as autoridades sempre que qualquer problema relacionado voltar a ocorrer. É o que chamamos de “memória coletiva”, ou seja, um elemento que fica incubado no imaginário social e cujo ciclo de vida é extenso e imprevisível.

Memória Coletiva: elemento que fica incubado no imaginário popular e cujo ciclo de vida é extenso e imprevisível.

Febre aftosa e a comunicação efetiva

Ainda que se tenham notícias da existência da febre aftosa há mais de 2.000 anos, sua história científica se inicia em 1546, com a descrição feita por Hieronymus Fracastorius de uma enfermidade vesicular altamente contagiosa que afetou bovinos na Itália em 1514 e posteriormente se propagou para França e Inglaterra. A sintomatologia descrita se identifica perfeitamente com a febre aftosa. Mais tarde, é observada novamente na Itália e em outros países europeus, até que em 1870 é comprovada pela primeira vez na América, afetando bovinos na Argentina.

O Brasil conta com o maior rebanho bovino comercial do mundo (200 milhões de cabeças).

Atualmente, a população animal suscetível de grande parte do planeta, em especial na Ásia e na África, além das existentes nos países endêmicos na América do Sul, estão em ameaça constante e direta desta enfermidade.

Os países afetados sofrem severas perdas econômicas pela diminuição pela diminuição e desvalorização dos produtos de origem animal e por limitações do mercado internacional, o que supõe sérios obstáculos para o desenvolvimento do comércio exterior, com conseqüências em comunidades locais que dependem deste comércio. Tais motivos justi-

É importante que os governos reconheçam que a comunicação efetiva responsável pode ter um papel de primeira ordem na hora de limitar as conseqüências em uma crise de febre aftosa.

ficam amplamente os esforços que os países afetados pela febre aftosa estão realizando, em diferentes níveis, no âmbito do Plano Hemisférico de Erradicação da Febre Aftosa (PHEFA), para controlar a enfermidade com o objetivo de erradicar o problema até o ano de 2009, por meio de campanhas a nível nacional e regional.

Para poder levar à frente este objetivo, além de diagnosticar a enfermidade e determinar o tipo e subtipo do vírus atuante no campo, é importante conhecer as relações sócio-econômicas e produtivas que determinam o comportamento da enfermidade, expressadas nos ecossistemas da febre aftosa.

A febre aftosa requer um diagnóstico diferencial em relação a outras enfermidades vesiculares. Tendo em conta que o agente etiológico está agrupado em 7 tipos e 61 subtipos diferentes, mesmo os países que possuem adequados programas de controle têm o gado exposto ao surgimento de novos subtipos e tipos exóticos. O Brasil, por exemplo, conta com o maior rebanho bovino comercial do mundo, com mais de 200 milhões de cabeças. *

Como forma de evitar uma emergência nos serviços de saúde e os transtornos sociais e perdas econômicas referidos anteriormente, é importante que os governos reconheçam que a **comunicação efetiva responsável** pode ter um papel de primeira ordem na hora de limitar as conseqüências em uma emergência sanitária de febre aftosa. É cada vez mais evidente que esta comunicação efetiva sobre a doença animal, com informações corretas e precisas, é um elemento indispensável para os esforços de conter sua disseminação.

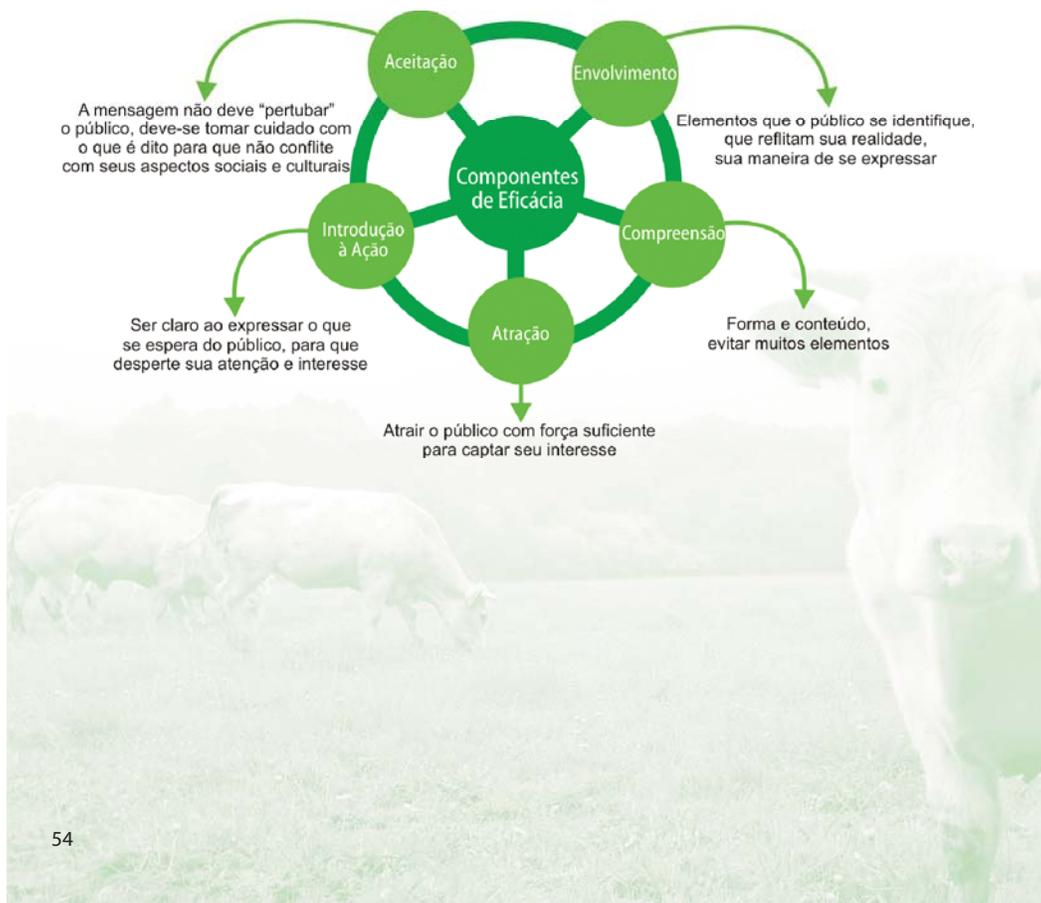
Não cabe duvidar de que as autoridades sanitárias e os médicos veterinários devem dispor de informação bem fundamentada, com as quais irão planificar suas respostas a uma eventual emergência sanitária. Por outro lado, os governos devem ter uma idéia precisa tanto da natureza da doença quanto da forma como se propaga, de forma a adaptar as decisões mais acertadas em relação ao volume e disposição de recursos humanos, financeiros e materiais necessários para combater o problema.

Além disso, há fortes razões políticas para transmitir informação confiável de forma eficaz, em particular para que os governantes não

*Fonte: IBGE, 2005

se sintam pressionados e não reajam de forma desproporcional. Alertas que trazem pânico são os últimos recursos e raramente trazem resultados positivos. O desafio é comunicar a informação da maneira mais exata possível – de acordo com o ambiente cultural – e levar a ações e reações adequadas.

Alertas que trazem pânico são o último recurso e raramente trazem resultados positivos. O desafio é transmitir a informação da maneira mais exata possível dadas as circunstâncias



Planejamento e transparência

A percepção do público é, como veremos a seguir, a própria realidade acerca de um fato, de modo que os elementos que influenciam esta percepção – como, por exemplo, a confiança nas autoridades públicas (ou a sua ausência) – devem ser cuidadosamente colocados em questão. Esta análise deve ser feita antes de se formular políticas de comunicação para um determinado fim, de modo que o objetivo pretendido seja alcançado da maneira mais eficaz.

A febre aftosa é uma doença altamente contagiosa que ataca os animais que têm duas unhas (casco fendido). É causada por um vírus da família Picornaviridae, do gênero Aphthovirus. Ela atinge os bovinos, bubalinos, caprinos, ovinos e suínos, além dos animais silvestres como javali, veado e capivara. Mundialmente, são reconhecidos sete tipos: A, O, C, SAT1, SAT2, SAT3 e Ásia1, com mais de 60 variantes antigênicas, algumas de maior importância epidemiológica para os programas de erradicação. Desta forma, evidencia-se a importância das campanhas de comunicação, destacando a necessidade da vacinação, da notificação de suspeitas de enfermidades, do guia de trânsito animal e da observação das normas de biossegurança.

Emergências anteriores no campo da saúde animal já demonstraram que a falta de infra-estrutura tanto médica como científica reduz substancialmente a capacidade dos governos de enfrentar uma epidemia de rápida propagação. No entanto, este déficit pode ser revertido, de modo que se torna ainda mais importante uma comunicação efetiva.

Basta lembrarmos as lições que nos trouxe o vírus HIV na África. Os países que obtiveram melhores resultados na luta contra a enfermidade não foram necessariamente aqueles que contavam com uma infra-estrutura mais avançada, mas sim aqueles que foram mais abertos em sua comunicação sobre a enfermidade.

A falta de articulação entre os atores envolvidos na região (autoridades, líderes comunitários etc) é um dos principais fatores de risco de uma disseminação de informações incompletas e/ou incorretas.

Percepção é realidade

No Brasil, a febre aftosa impôs (e por vezes ainda impõe) a adoção de medidas sanitárias no comércio interno de animais e seus produtos não tratados. Devemos ressaltar que muitas das sanções econômicas são oriundas da percepção de que não existem informações seguras sobre a enfermidade, e não necessariamente da realidade local. Esta percepção é causada pela ausência de uma estratégia de comunicação adequada, com pouca precisão, transparência, agilidade, respeito ao público e planejamento. A falta de articulação entre os atores envolvidos na região (autoridades, líderes comunitários etc.) é um dos principais fatores de risco de uma disseminação de informações incompletas e/ou incorretas.

A linguagem das Ciências da Saúde deve ser simplificada e adequada de acordo com o público-alvo. Patogenia pode ser “traduzida” como “causa e origem da doença e modo de desenvolvimento” ou expressão semelhante; sinais clínicos podem ser “tipos de lesão ou conseqüências visíveis nos animais”; impacto econômico, por sua vez, poderia se tornar “quedas no preço da carne decorrentes da doença nos animais”.

Os subtemas relacionados à febre aftosa devem ser amplamente popularizados e constantemente abordados em regiões cuja produção está intimamente ligada à saúde animal. Assuntos como sinais clínicos, exames laboratoriais, lesões micros-

cópicas e macroscópicas, patogenia, epidemiologia, diagnóstico, controle e impacto econômico devem ser permanentemente discutidos em meios de comunicação locais e, sempre que possível, regionais e nacionais, com a publicação de artigos por parte dos especialistas interessados em diferentes formatos (web, jornal impresso em vários tamanhos, cartilhas, áudio etc.) e sugestão de pauta para matérias e entrevistas em rádio e TV.

Além disso, os termos da linguagem específica de Ciências da Saúde devem ser simplificados e adequados de acordo com o público-alvo. Exemplo: patogenia deve ser “traduzido” como “causa e origem da doença e modo de desenvolvimento” ou expressão semelhante; sinais clínicos podem ser “tipos de lesão ou conseqüências visíveis nos animais”; impacto econômico, por sua vez, poderia se tornar “quedas no preço da carne decorrentes da doença nos animais”.

Expressões populares – “vai dar zebra” (jogo de apostas), “pôs o carro na frente dos bois” ou “ver chifre em cabeça de cavalo” (da tradição rural brasileira) – nunca devem ser ignoradas por aqueles que desejam efetivamente se comunicar com a população rural.

Em nenhuma hipótese, o conhecimento popular sobre a doença deve ser descartado como “crendices” e deixadas de lado. A sensibilização cultural de uma determinada comunidade é complexa. Quem optar por mudar esse quadro deve entender o mecanismo que leva a essa crença, baseada nos signos (símbolos) utilizados por tal comunidade, e somente a partir disso tentar mudar o quadro.

Exemplo de signo utilizado: o religioso, em que passagens bíblicas são utilizadas como metáforas para definir uma situação recorrente na região. O “amaldiçoamento” da pecuária de uma fazenda pode ter no imaginário popular razões transcendentais, de modo que não é tarefa fácil demonstrar concretamente as causas possíveis para o acontecido. Outro exemplo: o uso da linguagem futebolística, tal como

a comparação de uma área de pecuária com a extensão de campos de futebol. A utilização destas expressões populares – “vai dar zebra” (jogo do bicho), “pôr o carro na frente dos bois” ou “ver chifre em cabeça de cavalo” (da tradição rural brasileira) – nunca deve ser ignorada por aqueles que desejam efetivamente se comunicar com a população rural.

Precisão e objetividade

Do mesmo modo, a mídia de grande alcance possui um mecanismo similar ao de comunidades que possuem um grau muito baixo de escolaridade e, portanto, de informações disponíveis para interpretar uma emergência sanitária. Isto porque notícias na área de ciências e saúde pública em geral possuem um alto grau de superficialidade, de modo que o agente público que deseja realizar uma boa intervenção na mídia de massa deve estar preparado para se expor de forma concisa sem, no entanto, perder de vistas as informações essenciais que precisam ser compartilhadas.

Em 2005, se mantinham livres da Febre Aftosa (sem vacinação) os territórios dos países da América do Norte, América Central, Caribe, Chile e Guiana.

O quadro se altera na medida em que a febre aftosa pode ser confundida com outras enfermidades vesiculares, o que invalida qualquer diagnóstico realizado com base clínica (sem a confirmação laboratorial).

No começo de 2005, estavam livres da Febre Aftosa (com ou sem vacinação) na América do Sul 78,6% dos bovinos, 59,3% dos rebanhos e 53% da superfície do continente.

No entanto, devem ser ressaltados sempre que possível, aspectos positivos amplamente disponíveis no caso da febre aftosa, como o fato de que um país ou região pode alcançar sua erradicação sem crises, a exemplo

de vários países europeus e muitos dos estados brasileiros. O maior desafio, neste caso, é a sustentabilidade destes fatores de sucesso, fato comprovado pela re-introdução dos vírus em áreas consideradas livres da febre aftosa.

É exatamente com esta perspectiva que o Programa Nacional de Erradicação da Febre Aftosa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil (MAPA) realiza estudo sorológico anual para detecção de anticorpos do vírus da Febre Aftosa em propriedades rurais em Estados reconhecidos como áreas livres da doença, a exemplo do que ocorre em outros países da região. Este procedimento periódico tem como objetivo comprovar a ausência da chamada atividade viral nas regiões de maior risco de reintrodução da aftosa.

Este estudo, além de ser um importante instrumento de saúde pública veterinária, é um forte aliado dos produtores rurais e empresários no momento de uma emergência sanitária, porque demonstra que existe um importante controle sustentado na região. O mecanismo em questão poderá fornecer dados que respondam de forma rápida às inevitáveis dúvidas que aparecem durante a emergência.

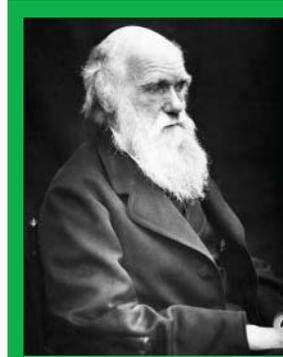
Mecanismos da linguagem

Os cientistas já sabem hoje que o cérebro possui diferentes redes de neurônios para diferentes grupos de palavras, como por exemplo, uma região para o conjunto de frutas e outra para o conjunto de ferramentas. Os chimpanzés e outros primatas não conseguem falar com os humanos, mas se comunicam por meio de uma associação particular, tal como é o conjunto das palavras para os humanos. Ambos podem adquirir a linguagem em um processo

Nossas redes neuronais nos dão uma dimensão sobre a dificuldade de se entender como funciona o mecanismo de recepção das informações que pretendemos compartilhar

natural, avaliam os pesquisadores.

O que também já é do conhecimento da comunidade científica é que habilidades cognitivas ou físicas partem de áreas específicas do cérebro. É interessante notar que um grupo de pesquisadores norte-americanos mapeou redes de neurônios de mais de 200 pessoas com atividades semelhantes e não achou qualquer padrão. Este fato nos dá uma dimensão sobre a dificuldade de se entender como funciona o mecanismo de recepção das informações que pretendemos compartilhar. É importante estar atento a este jogo de comunicação, que pode ser interpessoal ou de massa, mas apresenta variações particulares que devem ser estudadas.



Charles Darwin, autor de "Sobre a Origem das Espécies", obra de 1859

Neste sentido, as palavras que fazem parte de um determinado contexto social (o universo dos trabalhadores rurais, por exemplo) podem ativar de maneira surpreendente certas redes de neurônios e acionar o repertório lingüístico e sensorial de cada grupo. A metodologia de Charles Darwin, por exemplo, em sua obra "Sobre a Origem das Espécies" (1859), consistiu em distribuir os seres em filos, classes, ordens, grupos, famílias, gêneros, espécies e variedades. Nossa classificação cotidiana não é tão rígida, mas mesmo assim utilizamos algumas dessas terminologias de forma mais geral (árvore ou pássaro) ou mais específica (palmeira ou sabiá, por exemplo).

Estas são escolhas que devemos levar em conta quando nos comunicamos. Imagine que um autor de um livro decida falar apenas em "árvores onde cantam os pássaros". Estes são traços muito gerais, comuns a uma classe muito ampla de coisas ou seres. Em vez disso, o poeta brasileiro Gonçalves Dias preferiu utilizar a expressão "palmeiras onde

canta o sabiá”, que é muito mais específico e, portanto, concreto para o interlocutor. Quanto mais geral é o sentido de uma palavra, tanto mais vago e impreciso. Reciprocamente, quanto mais específico, tanto mais concreto e preciso.

Este exemplo é particularmente pertinente num continente como a América do Sul, mostruário imenso de espécies animais e vegetais e repositório de variado patrimônio sociológico e cultural. Em outras palavras, para comunicar mais efetivamente é preciso “dar nome aos bois”, evitando nas suas proposições lingüísticas generalidades inexpressivas. Para que esse conceito da comunicação fique mais claro, vejamos outros exemplos.

“Trabalhador” é um termo de sentido geral, muito amplo. Seria o correspondente a uma classe. “Operário” tem um sentido mais restrito (seria o gênero). “Metalúrgico” seria a espécie e “soldador”, por fim, a variedade. O grau de generalização ou de abstração de um enunciado depende do seu contexto. Leia, por exemplo, a série de declarações a seguir, retiradas de um livro sobre lingüística:

1. A prática dos esportes é prejudicial à saúde.
2. A prática dos esportes é prejudicial à saúde dos jovens.
3. A prática dos esportes é prejudicial à saúde dos jovens subnutridos.
4. A prática dos esportes violentos é prejudicial à saúde dos jovens subnutridos.
5. A prática indiscriminada de certos esportes violentos é prejudicial à saúde dos jovens subnutridos.

A primeira frase evidentemente encerra um juízo falso ou inaceitável em face da larga experiência coletiva de que a prática de esportes é boa para a saúde. A última frase, por ser mais específica, se torna incontestável. Perceba como é possível reformular frases que dizemos todos os dias de modo a torná-las mais ou menos confiáveis à percep-

Para comunicar mais efetivamente é preciso “dar nome aos bois”, evitando nas suas proposições lingüísticas generalidades inexpressivas.

ção pública.

No caso da saúde animal, poderíamos formular as seguintes declarações:

1. As pessoas são capazes de contaminar animais sadios.
2. As pessoas contaminam por meio de suas mãos, roupa ou calçados animais sadios.
3. As pessoas contaminam com febre aftosa por meio de suas mãos, roupa ou calçados animais sadios.
4. As pessoas que cuidam dos animais com febre aftosa levam em suas mãos, na roupa ou nos calçados o vírus, que é capaz de contaminar animais sadios.

Este mecanismo ocorre porque palavras abstratas apelam menos para os sentidos do que para a inteligência. Por traduzirem idéias ou conceitos dissociados da experiência sensível, seu teor nos parece impreciso, exigindo do espírito maior esforço para lhes apreender a integral significação.

Hipóteses, conclusões e generalizações científicas – como na frase “Privação de sono inibe produção de neurônios” – se apóiam, se esclarecem, se fundamentam em **especificações** – neste caso, exames comparando animais impedidos de dormir por 72 horas a outros que repousaram, constatando-se que o primeiro grupo apresentava níveis mais altos do hormônio do estresse (corticosterona).

Hipóteses, conclusões e generalizações científicas se apóiam, se esclarecem e se fundamentam em especificações.

Não sabemos se o processo verificado nestes animais (ratos de laboratório da Universidade de Princeton, nos Estados Unidos)

pode ser aplicável aos humanos, nem quais os critérios dos cientistas. Mas basta a especificação mínima sobre o que os levou a crer em sua sentença para que também acreditemos no que foi proposto e o tomemos como verdade.

Da ciência à literatura, este **mecanismo da comunicação efetiva** não sofre grandes alterações. O conceito de vida, por exemplo, é muito abstrato ou muito vago para ser facilmente apreendido em toda a sua extensão. Traduzido, entretanto, em linguagem concreta, torna-se mais claro. Foi o que fez o padre Antônio Vieira:

“Que coisa é a vida, senão uma lâmpada acesa – vidro e fogo? Vidro, que com um assopro se faz; fogo, que com um assopro se apaga?”

As idéias abstratas de fragilidade e transitoriedade da vida aparecem aí expressas em termos concretos, de sentido metafórico (vidro, lâmpada acesa, assopro, fogo, se faz, se apaga), que **nos lembram sensações físicas**, oriundas da experiência do cotidiano, ativando assim redes de neurônios específicas. Graças a esse mecanismo, a vida se tornou neste caso mais familiar, mais conhecida, mais facilmente apreensível.

Da mesma forma, será menos útil argumentar que “muitos fatos danosos acabam produzindo benefícios inesperados” e mais útil sentenciar: “Há males que vêm para o bem”. Tudo depende do contexto

As palavras difíceis devem ser trocadas por expressões simples e adequadas, oportunas para cada situação.

social. As palavras difíceis devem ser trocadas por expressões simples e adequadas, **oportunas para cada situação**.

O Plano Hemisférico de Erradicação da Febre Aftosa (PHEFA), elaborado em conjunto com os países e setor privado, surgiu a partir da conscientização dos prejuízos econômicos trazidos pela convivência com a febre aftosa. Tem como objetivos gerais erradicar a febre aftosa do continente americano, prevenir sua introdução em áreas livres e evi-

tar outras doenças exóticas, mantendo o respeito pela integridade ecológica dessas áreas. O PHEFA inclui a formulação e execução de planos sub-regionais, a operação de comissões sub-regionais, o fortalecimento das unidades locais e a incorporação dos produtores em todas as fases do programa.

Os objetivos gerais serão, então, “decodificados” para uma linguagem mais familiar para cada segmento da sociedade. A atuação nos meios de comunicação de forma coordenada, a criação de âmbitos para a participação social e o desenvolvimento de formas de comunicação interpessoal, cuidadosamente e constantemente revistas, adaptadas e aperfeiçoadas, são ferramentas poderosas de atuação contra a febre aftosa e de mobilização social para o cumprimento dos objetivos no campo da medicina veterinária.



COMUNICAÇÃO DE RISCO

7

Eram quatro horas da manhã do dia 12 de outubro de 2001 em Nova York. Pesquisadores do governo local foram os primeiros a sentir o clima de tensão que em poucos momentos chegaria às mãos das autoridades sanitárias. O laboratório onde trabalhavam acabava de identificar esporos de antraz de alta virulência, introduzidos sob a forma de pó em envelopes e enviados a várias figuras públicas nos Estados Unidos. Houve diversos casos de contaminação. O governo norte-americano se viu obrigado, por precaução, a encomendar grandes quantidades de ciprofloxacina, composto recomendado para o tratamento contra infecções pulmonares.

Antraz é uma doença infecciosa aguda causada pelo Bacilo de anthracis, bactéria em forma de esporo. Acontece comumente no sangue dos animais, mas também pode infectar o homem. Podem ser produzidos esporos de Antraz em uma forma seca (para guerra biológica) que pode ser armazenado. Quando inalado por humanos, estas partículas causam problemas respiratórios e morte dentro de uma semana. Antraz é conhecida no meio agrícola como Carbúnculo hemático.

Duas horas depois, por volta das seis da manhã, uma reunião emergencial foi convocada e uma decisão foi tomada com a maior urgência: o público deveria ser informado. As autoridades da cidade tinham certeza que, de qualquer modo, a mídia tomaria conhecimento rapidamente do assunto e deveriam agir. Seria mais seguro para o público, entenderam eles, que a notícia partisse do próprio prefeito.

Às oito da manhã – ou seja, apenas quatro horas depois da confirmação laboratorial – o prefeito de Nova York fez um anúncio franco,

explicitando tanto o que já sabia quanto todas as dúvidas que ainda pairavam. Além disso, manteve a imprensa informada com boletins constantes sobre o assunto. A decisão demonstrou que havia liderança em relação ao ocorrido e ajudou a manter a confiança do público nas autoridades, mesmo diante das inúmeras surpresas que surgiriam mais tarde.

Por que um acontecimento como este é tão importante e serve de exemplo para distintas comunidades em todo o planeta, como povoados no interior do nordeste brasileiro ou bairros populosos do centro da capital uruguaia?

Informar e conscientizar acerca dos riscos de segurança e saúde aos quais as pessoas estão expostas e ser capaz de explicar os fatores de risco associados às endemias, aos acidentes ambientais e à atividade humana são algumas das principais atribuições da comunicação de risco, que, ao mesmo tempo em que tem de evitar alarde e preocupação indevida à população, deve romper com a barreira da linguagem inerente ao vocabulário técnico-científico.

Comunicação de risco: informar, conscientizar e transmitir os fatores de risco. Não deve causar alarde nem preocupar a população, além de romper a barreira da linguagem técnico-científica.

Como já abordamos anteriormente, é pelo princípio da Ação Comunicativa que a razão centrada na ciência se vincula a uma razão centrada na comunicação, não se consumindo no mero contato do sujeito com o mundo, mas também na interação entre sujeitos por meio do processo de comunicação. Elementos como estes não fazem parte apenas do arcabouço teórico encontrado na literatura sobre o tema. São formas concretas e adequadas de se lidar com emergência sanitária, observadas em diferentes momentos e, como no caso acima citado, muitas vezes com grande sucesso.

A comunicação de risco busca, antes de tudo, sensibilizar a popula-

ção, os governos e a comunidade política sobre os desafios envolvidos em uma grande emergência na área de saúde pública ou em quaisquer outras áreas correlatas. Ou seja, nos casos em que os cientistas de algum modo percebem uma situação de risco, entendida aqui como o produto dos danos que um evento poderia causar e suas probabilidades de ocorrência, é necessário estabelecer um fluxo de informação adequado à situação corrente.

A comunicação de risco busca, antes de tudo, sensibilizar a população e a comunidade científica sobre os desafios envolvidos em uma grande emergência na área de saúde pública.

Características de uma emergência sanitária

Os comunicados públicos durante uma emergência sanitária enfrentam desafios singulares. Estes derivam de diversas características gerais de uma emergência sanitária que são definidas pelo elemento patogênico e pelo contexto político, econômico e cultural. Em primeiro lugar, é importante destacar que emergências sanitárias epidemiológicas são emergências acompanhadas de esforços para cuidar dos primeiros casos, prevenir uma possível epidemia e contornar a emergência sanitária.

Decisões em situações como estas, propensas a salvar vidas, precisam ser tomadas rapidamente. Ações precisam ser efetivadas prontamente, de preferência com a colaboração de um público bem informado. Como veremos mais à frente, o comunicado rápido contribui para o controle eficaz de uma situação em que cada dia conta, ajudando aquele interlocutor que anuncia a ganhar a confiança do público, uma vez que demonstra que este relata abertamente o que sabe, no momento em que sabe.

Em um cenário ideal, tais decisões precisam estar baseadas em informação científica sólida. No entanto, isso depende de uma segunda característica das emergências sanitárias: sua natureza imprevisível em relação ao local de ocorrência, sua magnitude e seu alcance final.

Empecilhos e surpresas são características comuns de uma reação à emergência sanitária. A história das recentes safras de emergências sanitárias oferece muitos exemplos de uma súbita explosão de casos ou a sua disseminação para outro país após ter se imaginado que a emergência sanitária já teria atingido o seu ápice. Tais dificuldades podem partir de um único lapso no controle de infecções em um hospital, um descuido da vigilância sanitária, um animal contrabandeado ou simplesmente um volume alto de viagens aéreas internacionais.

Empecilhos podem partir de um único lapso no controle de infecções em um hospital, um descuido da vigilância sanitária, um animal contrabandeado ou simplesmente um volume alto de viagens aéreas internacionais.

Além disso, a rápida mutação e adaptação são mecanismos de sobrevivência do “mundo microbiano” que permitem a suas populações de tirar vantagem de oportunidades como estas para manter o ciclo de transmissão, expandir o raio de um hospedeiro ou se difundir de novas formas. Novos grupos de risco podem emergir, modos de transmissão podem mudar e tratamentos podem falhar se a resistência microbiana se desenvolver. A velocidade com que estas surpresas podem emergir é frequentemente imprevisível.

Novos grupos de risco podem emergir, modos de transmissão podem mudar e tratamentos podem falhar se a resistência microbiana se desenvolver.

A Encefalopatia Espongiforme Bovina (EEB), popularmente conhecida como “mal da vaca louca”, esteve entre o gado europeu por pelo menos uma década antes de uma nova doença relatada em humanos ter sido detectada. Por outro lado, durante uma emergência sanitária em 2001 em que houve disseminação deliberada de antraz, era impossí-

vel predizer o comportamento da doença. No entanto, como já vimos, é plenamente possível controlar a ansiedade pública e chamar a atenção, neste caso, para a clara possibilidade de tratamento.

A Encefalopatia Espongiforme Bovina (EEB), popularmente conhecida como “mal da vaca louca”, esteve entre o gado europeu por pelo menos uma década antes de uma nova doença relatada em humanos ter sido detectada.

É exatamente esta a terceira característica que destacamos: as emergências sanitárias são em geral eventos alarmantes que podem produzir grande ansiedade na população. Esta ansiedade pode permanecer mesmo quando houver conhecimento suficiente sobre a emergência sanitária.

Os comportamentos extremos que podem resultar deste processo são bem documentados e abrangem desde o boicote à carne bovina após focos de Encefalopatia Espongiforme Bovina (BSE) – ou a “doença da vaca louca” – e boicote ao consumo da carne de aves após focos de gripe aviária, até o tumulto e perda da confiança nos governos.

Tais reações públicas dão às emergências sanitárias uma quarta característica: o seu perfil altamente político. Quando a ansiedade pública e perdas econômicas acompanham uma emergência sanitária, a atenção do público é direcionada decisivamente para os níveis governamentais. Tal atenção pode ser a maior vantagem quando traz um compromisso político pleno para controlar a emergência sanitária, incluindo recursos adequados e um suporte de alto nível para as intervenções recomendadas, mesmo quando estas têm um alto custo.

Os comportamentos extremos (...) abrangem desde a utilização de máscaras e bloqueio parcial de viagens, passando pelo medo do ambiente hospitalar e a estigmatização de pacientes e grupos minoritários, até o tumulto e perda da confiança nos governos.

No outro extremo, o controle da emergência sanitária pode ser severamente impedido quando autoridades políticas, motivadas por interesses muito mais econômicos do que sanitários, decidem ocultar

informações, a despeito das graves conseqüências que isto pode ter. Tal posição pode comprometer a saúde internacional e nacional na medida em que as doenças têm características – sintomas preliminares não específicos ou um longo período de incubação – que permitem que elas possam ser transmitidas por viajantes internacionais.

O caráter político de uma grande crise endêmica se mostra evidente com o início das reações públicas.

A soma desses fatores produz mais uma característica: elas são quase sempre eventos de grande interesse da mídia nacional e até mesmo da mídia internacional. Este interesse tem diversas implicações para o controle de uma emergência sanitária. De maneira positiva, a mídia pode ser usada muito efetivamente, especialmente no começo de uma emergência sanitária, para informar o público, caso as matérias traduzam informações técnicas para a linguagem corrente. Pode ajudar o público a entender a situação, incluindo suas implicações para a saúde da população e direcionando comportamentos.

A mídia pode ser usada muito efetivamente, especialmente no começo de uma crise, para criar um público bem informado, caso as reportagens traduzam informações técnicas para a linguagem corrente. Pode ajudar o público a entender a situação, incluindo suas implicações para a saúde da população e direcionando comportamentos

A responsabilidade da mídia

Uma cobertura responsável da mídia pode ser a melhor forma de alcançar a população rural em sua linguagem local e lhe fornecer informações-chave. Essa abordagem foi utilizada com sucesso na África durante a recente emergência do vírus Ebola, em que o controle dependia do total engajamento de comunidades informadas e motivadas. A cobertura da mídia pode colocar estas comunidades no comando de uma reação à emergência sanitária, sob a coordenação das autoridades

competentes, criando um ambiente favorável à proteção da saúde pública.

Inversamente, reportagens sensacionalistas podem levar a ansiedade pública a níveis desproporcionais em relação à efetiva realidade da emergência. Uma cobertura exagerada de uma emergência sanitária está mais propensa a acontecer quando a informação oficial é escassa ou considerada não confiável. Na falta de um fluxo de informação constante de uma fonte respeitável, os rumores vão preencher o vácuo e iniciar um ciclo de vida próprio.

Uma cobertura exagerada de uma crise está mais propensa a acontecer quando a informação oficial é escassa ou considerada não confiável.

Se as autoridades não estão disponíveis para comentar a emergência sanitária, os repórteres vão encontrar seus próprios especialistas e iniciar suas próprias investigações sobre o tema. Mesmo quando o fluxo de informação é eficiente, a competição da mídia para ser a primeira a dar a notícia sobre um novo acontecimento – o denominado “furo jornalístico” – resulta freqüentemente em anúncios anteriores aos próprios comunicados oficiais.

Furo jornalístico: informação que ainda não foi transmitida por nenhum veículo de comunicação.

Este mecanismo gera uma grande pressão nas autoridades públicas para que demonstrem que estão plenamente informadas e no controle da situação. Se as autoridades estiverem trabalhando na sua capacidade produtiva máxima, a pressão da mídia pode forçar um governo a melhorar sua comunicação durante uma emergência sanitária. Ao mesmo tempo, no entanto, a natureza imprevisível das emergências sanitárias pode formular um entendimento errôneo de que a avaliação da crise por parte das autoridades estava equivocada, quando na verdade simplesmente não poderia ser prevista.

Como última característica, as emergências sanitárias são provoca-

das por agentes infecciosos que se disseminam de animal para animal ou de pessoa para pessoa, pela exposição a animais, por meio de uma

As crises são mantidas por agentes infecciosos que se disseminam de pessoa para pessoa, por meio da exposição a um animal, por meio de uma fonte ambiental ou via um inseto ou vetor.

fonte ambiental ou via um inseto ou vetor. O comportamento humano quase sempre contribui para tal disseminação. Esse componente comportamental abre oportunidades para identificar atividades perigosas, ou populações em situação de risco. Neste caso, a informação

para o público – seja de fontes oficiais ou da imprensa – adquire um status de intervenção na emergência com grande potencial de reduzir ou interromper a transmissão e, desta forma, promover o controle sanitário.

Informações públicas sobre a importância de checar diariamente as condições dos pacientes, informar o quanto antes sobre uma febre e sobre o isolamento de casos se provaram decisivas para acabar com a emergência da Síndrome Respiratória Aguda Severa (SARS, na sigla em inglês) na China, em 2002.

SARS, na sigla em inglês, quer dizer síndrome respiratória aguda grave. É uma infecção causada por um vírus. As pessoas que contraem a SARS têm febre, tosse e dificuldade de respirar. A doença foi inicialmente observada em habitantes da província de Guangdong (China), Hanói (Vietnã) e Hong Kong.

O viés político

Estas características das emergências sanitárias associadas constituem um desafio complexo para o setor público de comunicação em seu duplo objetivo de acelerar o controle da emergência e suavizar as consequências sociais e econômicas. Uma emergência é um evento ine-

rentemente político e, em um mundo fortemente interconectado e altamente variável, pode ter significativas conseqüências tanto nacional quanto internacionalmente. Um governo pode ser considerado responsável pela comunidade internacional por lidar de forma inadequada com uma emergência.

Uma crise é um evento inerentemente político (...) Um governo pode ser considerado responsável pela comunidade internacional por lidar de forma adequada com uma crise.

Decisões de grande interesse do público e da mídia, com conseqüências políticas e econômicas potencialmente graves, precisam ser tomadas rapidamente em uma atmosfera caracterizada por incertezas científicas consideráveis. As ações dos líderes políticos vão ser acompanhadas de perto pela imprensa. Reportagens, por sua vez, vão determinar a confiança do público em seus líderes e gerar percepções pessoais do risco. Estas percepções podem se converter em comportamentos coletivos que ampliam as conseqüências sociais e econômicas de uma emergência e influenciam interesses políticos. Ao mesmo tempo, percepções públicas do risco e a vontade popular de colaborar com as medidas recomendadas podem ter um papel fundamental no esforço de controlar a emergência.

Cultura da cidadania participativa

Além disso, os países da América Latina e Caribe encontram-se em um processo de transição visando uma cultura de cidadania participativa. Isto implica que as instituições públicas responsáveis por informar aos setores sociais sobre o processo e os resultados de suas atividades façam uma prestação de contas transparente e promovam ações participativas.

A preocupação pelos riscos ambientais que possam afetar a saúde

traduz-se diariamente em uma maior demanda de informação por parte da sociedade e em pressões sobre as autoridades para que levem em consideração a população nas decisões que a elas dizem respeito.

Em tais circunstâncias, uma conclusão valiosa que possibilita êxito é a execução de programas concebidos desde o início com a participação conjunta do governo e da população. Isto significa antever os conflitos e preparar-se para enfrentá-los. Será necessário desenvolver metodologias que criem pontes entre as autoridades governamentais encarregadas do ambiente e da saúde e os diferentes setores sociais a fim de estabelecer vias eficazes de comunicação e de participação para o gerenciamento de risco ambiental.

Percepções públicas do risco e a vontade popular de colaborar com as medidas recomendadas podem ter um papel fundamental no esforço de controlar a emergência.

Principais objetivos

O desenvolvimento da análise de risco possibilitou o surgimento da comunicação de risco, que se fundamenta no campo da comunicação. A comunicação de risco é um processo interativo de intercâmbio de informação e opiniões entre indivíduos, grupos e instituições. Envolve mensagens múltiplas sobre a natureza do risco e outras mensagens (não estritamente relacionadas com o risco) que expressam preocupações, opiniões ou reações das pessoas às mensagens de risco ou aos acordos legais e institucionais para seu gerenciamento.

A interação e intercâmbio de informação relativo a ameaças para a saúde, a segurança e o meio ambiente tem o propósito de que todos conheçam os riscos a que estão expostos e participem na sua minimização e prevenção. Tal intercâmbio permite alcançar um melhor entendimento do risco e das decisões e aspectos a ele relacionados.

Dado que a comunicação de risco tem relação com a saúde pública, também evoluiu no campo sanitário e ambiental. Nesta ordem de idéias, é importante colocar a comunicação de risco como um processo de interação e intercâmbio de informação e opiniões entre indivíduos, grupos e instituições, a partir de três perspectivas:

- Como ferramenta para o desenvolvimento de habilidades, quer seja do grupo que intervém ou da população afetada;
- Como fenômeno por si mesmo, que acontece nos grupos ou instituições envolvidas ou como fenômeno nos fluxos de comunicação próprios da organização social;
- Como abordagem estratégica que considera a administração dos fluxos de comunicação externos e internos, para obter um caminho em comum, de acordo com o objetivo determinado por um programa de intervenção.

Este processo de transmissão de dados e fluxos de informações requer certas precauções por parte dos pesquisadores e dos comunicadores para que estas informações sejam traduzidas de modo acessível e compreensível pela população.

Seguindo esta lógica, podemos inferir que a comunicação de risco visa, entre outros aspectos, a informar sobre a revisão de estimativas de risco, fomentar a mudança de comportamento, auxiliar ou buscar auxílio em um momento de emergência, alertar ou acalmar o público para um risco específico e conseguir a participação pública e governamental no processo decisório.

Ampliando um pouco mais a área de produção deste tipo de comunicação, ainda podemos visualizar a comunicação de risco como um processo de troca entre a comunidade acadêmica, os profissionais das agências reguladoras e os grupos de interesse e o público em geral. Ela se mostra efetiva na medida em que busca quebrar as barreiras entre

Objetivos da Comunicação de Risco:

1. Informação e Educação;
2. Aprimoramento do Conhecimento Público;
3. Mudança de Comportamento e Ações Preventivas;
4. Metas Organizacionais;
5. Metas de Cunho Legal;
6. Resolução de Problemas e Conflitos.

diferentes formas de linguagem e facilitar as trocas produtivas entre as distintas esferas envolvidas neste processo.

Sendo assim, os problemas enfrentados são originários das diferenças entre as duas linguagens utilizadas, a científico-estatística é a mais difundida e mais aceita pelo público. É importante atentarmos para a sinergia do trabalho simultâneo de cientistas e comunicadores sociais, uma vez que os cientistas devem comunicar mais que os dados frios, mas também como os obtiveram, suas causas, efeitos e implicações de risco; ao passo que os comunicadores devem proporcionar ao público a oportunidade de informar-se mais, investigando a verdade dos fatos, considerando toda a informação disponível e não se limitando a uma verdade supostamente absoluta.

Podemos visualizar a comunicação de risco como um processo de troca entre a comunidade acadêmica, os profissionais das agências reguladoras e os grupos de interesse e o público em geral.

Desafios e medidas adequadas

A comunicação de risco adequada irá acalmar as pessoas ao invés de alarmá-las. É importante dar oportunidade para o público expressar suas preocupações e fazer questionamentos para que recebam respostas objetivas. Este respeito ao público não é apenas uma medida que compõe a comunicação de risco: trata-se de um elemento essencial para a própria qualidade da informação.

Comunicar resultados ou alertar sobre uma situação de risco requer um certo planejamento estratégico, de modo que as informações divulgadas estejam plenamente acessíveis. Para que sejam colocadas em prática, as ações propostas devem ser amplamente compreendidas. O processo de comunicação de risco envolve pesquisadores e comunidades locais em uma discussão e escolha de soluções para os problemas que se apresentam.

Respeito ao público: elemento essencial para a qualidade da informação.

Os cientistas devem comunicar mais que os dados frios, mas também como os obtiveram, suas causas, efeitos e implicações de risco; ao passo que os comunicadores devem proporcionar ao público a oportunidade de informar-se mais, investigando a verdade dos fatos, considerando toda a informação disponível e não se limitando a uma verdade absoluta.

Contudo, a percepção de risco por parte da população é influenciada por cinco fatores e/ou atores sociais: Ciência; Sociedade; Governo; Cultura e Meios de Comunicação.

A **comunidade científica**, formuladora de conceitos e teorias abrangentes e com visões próprias da sociedade, ainda não está adequadamente inserida no circuito informacional. Os principais mediadores deste fluxo de informação são, sem dúvida, os meios de comunicação, que poderão agir de forma correta ou equivocada, de acordo com as informações científicas que estiveram amplamente acessíveis.

A **sociedade** se beneficia (ou não) deste sistema informacional, ao mesmo tempo em que é o principal lugar de manifestação da cultura. É na sociedade civil – em seus níveis nacional, regional e local – que se encontram as principais barreiras culturais que impedirão ou ajudarão no processo comunicacional.

A importância dos **governos**, por sua vez, é notável em dois campos: Incentivo às pesquisas e à divulgação científica, de modo a capacitar o corpo técnico-científico de um país a lidar com uma situação de risco, além de fomentar o desenvolvimento de uma estrutura operacional básica; Intervenção e execução de um plano integrado de ação no momento da crise, de modo a coordenar os diversos atores sociais envolvidos e acalmar a população e a comunidade internacional.

Muitos estudos já demonstraram que a população, composta por diversos atores sociais, percebe o risco de modo diferente. Estes especialistas acreditam que esta percepção está submetida aos **contextos culturais** em que se encontram as pessoas para interpretar os fatos. Se a população crê que pode tomar certas medidas para se precaver de um risco, é mais provável que ela o aceite; entretanto, se esses riscos não forem familiares ou não estiverem de acordo com os valores dessa comunidade, as pessoas indubitavelmente se sentirão mais ameaçadas.

Independentemente de ser um comunicado curto ou uma coletiva de imprensa, o responsável pelo anúncio deve estar preparado. **Emitir informações** imprecisas ou fazer suposições pode ampliar a crise. Esta coletiva deve comunicar de forma efetiva com o público e os meios de comunicação, para que estes possam transmitir mensagens sem criar temores, além de ensinar como combater o risco sem causar alarme. Outro fator que colabora para um ambiente instável é o acesso limitado aos fatos e os rumores que surgem a partir deste limite.

Emitir informações imprecisas ou fazer suposições pode criar uma crise ainda maior.



Estratégias para a ação comunicativa

Estratégias para a comunicação em saúde e mobilização social durante emergências sanitárias têm sido aperfeiçoadas nos últimos anos. Elas são utilizadas com o suporte de especialistas em situações em que o ambiente cultural interfere no controle da epidemia; no entanto, as estratégias de utilização da mídia de massa na adoção de medidas para o controle em saúde pública estão menos avançadas no atual cenário mundial.

Dentre os procedimentos de uma comunicação apropriada de risco, é vital promover a confiança em uma situação de emergência. Existem algumas etapas aconselhadas na ocorrência de acidentes de modo a preparar comunidades, porta-vozes, agentes de saúde pública, meios de comunicação, médicos, veterinários e funcionários de hospitais para responderem aos desafios da emergência. É importante ter em mente um planejamento para comunicar ao público e aos meios de comunicação indagando-se sobre:

1. Quais informações são cruciais em mensagens iniciais a fim de promover reações apropriadas durante uma situação de crise?
2. Quais são as mensagens a serem emitidas antes, durante e após um incidente?

- 3.** Quais são os obstáculos à comunicação eficaz e como eles podem ser minimizados?
- 4.** O que as pessoas se perguntarão?
 - 4.1.** Minha família está a salvo?
 - 4.2.** Isto pode me atingir?
 - 4.3.** O que devo fazer para me proteger?
 - 4.4.** Qual a causa disto?
- 5.** O que a mídia perguntará?
 - 5.1.** O que aconteceu e quem é o responsável?
 - 5.2.** O se pode esperar e o que devemos fazer?
 - 5.3.** Porque aconteceu? É possível evitar?

Faz-se necessário que o emissor da mensagem tenha informações precisas e disponíveis, além de fontes com estatísticas-chave, certificando-se de que estas agregam valores à sua mensagem. Deve existir igualmente uma familiarização com a informação e com as opiniões que sejam contrárias às posições defendidas, de modo a proporcionar respostas objetivas à situação de emergência sanitária.

MANEIRAS APROPRIADAS DE COMUNICAR INFORMAÇÕES CIENTÍFICAS E TÉCNICAS:

- 1.** Elaborar mensagens bem direcionadas
- 2.** Usar mensagens claras nas informações de números relativos
- 3.** Evitar jargões e apresentar definições sólidas e precisas
- 4.** Considerar utilização de materiais visuais para explicar a situação
- 5.** Usar medidas familiares para explicar quantidade ou tamanho
- 6.** As estatísticas devem ser usadas para facilitar o entendimento
- 7.** O humor e o tom alarmante devem ser evitados
- 8.** A informação deve ser focada nos benefícios que serão alcançados

Recomendações da OMS

A Organização Mundial de Saúde (OMS) iniciou, no início dos anos 2000, um esforço particular para elaborar medidas claras que promoveriam os objetivos de rápido controle epidemiológico, com o menor dano possível para a sociedade e as economias locais. O primeiro passo neste processo foi uma extensiva revisão da literatura da comunicação de risco e, em seguida, a utilização destes elementos de comunicação anteriormente estudados na realidade atual durante o controle de emergências sanitárias.

Os participantes da Conferência de Cingapura da OMS, em 2004, identificaram cinco práticas essenciais que influenciam a efetividade da comunicação de risco. As práticas locais contribuíram para o entendimento de que, quando os princípios adequados da comunicação de risco são aplicadas, promovem o objetivo primordial de rápida contenção da emergência sanitária.

Práticas Essenciais para Comunicação de Risco:

1. Construção de confiança
2. Comunicação com agilidade
3. Transparência
4. Respeito à preocupação do público
5. Planejamento antecipado

1. Construção de confiança – Um dos principais objetivos da comunicação de risco é a construção, manutenção ou restauração da confiança do público naqueles responsáveis por gerenciar a emergência sanitária e prover informações sobre o tema. Essa importância primordial da confiança perpassa diferentes culturas, sistemas políticos e distintos níveis de desenvolvimento econômico.

Quando os princípios adequados da comunicação de risco são aplicados, promovem o objetivo primordial de rápida contenção da emergência sanitária.

A confiança deriva da percepção do público acerca dos motivos, honestidade e competência das autoridades. Trata-se da segurança que o público deposita no governo, que estaria adotando todas as medidas possíveis, de acordo com as mais bem elaboradas medidas de controle da emergência sanitária. A confiança na honestidade das autoridades e o entendimento de que nenhum fato desconexo está sendo divulgado por elas reduzem a ansiedade do público durante inevitáveis dúvidas que surgem durante uma emergência sanitária. Trata-se da confiança de que as autoridades são competentes e estão mantendo o controle para que as emergências sanitárias não provoquem um alto impacto social e econômico.

2. Comunicação com agilidade – Os participantes foram unânimes no entendimento de que a comunicação feita o quanto antes de uma emergência sanitária é a melhor estratégia. Foi consenso que o comunicado rápido contribui para o controle eficaz de uma situação em que cada dia conta. Igualmente importante, o comunicado rápido ajuda quem anuncia a ganhar a confiança do público, uma vez que demons-

O comunicado rápido ajuda quem anuncia a ganhar a confiança do público, uma vez que demonstra que o governo está relatando abertamente o que sabe, no momento em que sabe – mesmo que haja algumas informações confidenciais –, acabando com as expectativas de que as principais informações não vão ser acobertadas.

tra que o governo está relatando abertamente o que sabe, no momento em que sabe – mesmo que haja algumas informações confidenciais, acabando com as expectativas de que as principais informações não vão ser acobertadas.

Para aquelas doenças em que uma ampla e imediata medida internacional precisa ser tomada, os argumentos para o comunicado rápido são particularmente urgentes e necessários. Tal como definido no International Health Regulations (Regulamento Sanitário Internacional, documento da OMS), um único caso de um subtipo de vírus de poliomielite ou do vírus da SARS, por exemplo, deve ser relatado imediatamente.

O primeiro comunicado de uma emergência sanitária é frequentemente o mais importante. Por conta da natureza de uma emergência sanitária, o anúncio será relatado como uma surpresa, chamará a atenção da mídia e a atenção do público e tem grande potencial de causar alarme. Como esse comunicado inicial será administrado – quando a atenção está no auge – serve de base para a recepção de todas as mensagens posteriores. No entanto, comunicados feitos com atraso criam a impressão de que as autoridades locais, regionais ou nacionais estão acobertando informações e estão mais preocupadas em prevenir a ansiedade do público, com a intenção de reduzir perdas econômicas e não prejudicar o turismo, do que efetivamente proteger a saúde da população. A resultante perda da credibilidade, logo no começo de uma emergência sanitária, pode prejudicar a relação com o público indefinidamente.

A resultante perda da credibilidade, logo no começo de uma crise epidemiológica, pode prejudicar a relação com o público indefinidamente.

3. Transparência – A transparência caracteriza a relação entre os administradores da emergência sanitária e o público. A transparência pode ser definida como a comunicação que é aberta, franca, facilmente entendida, completa e precisa. Em geral, quanto maior a transparência maior a confiança. A transparência provê diversos benefícios, incluindo demonstrar como mesmo em uma situação de incerteza e muitas dúvidas, os administradores da emergência sanitária estão sistematicamente procurando respostas.

A transparência pode ser definida como a comunicação que é aberta, franca, facilmente entendida, completa e precisa. Em geral, quanto maior a transparência maior a confiança.

A transparência também pode revelar falhas das autoridades, mas também fornece um importante incentivo para uma tomada responsável de decisão. A transparência também tem limites, como algumas informações. É o caso da informação sobre um paciente envolvido na emergência sanitária, que não deve ser divulgado por razões éticas (por exemplo). A chave para lidar com este limite é fazer um balanço entre essa preocupação e o direito do público à informação, suas necessidades e seus desejos por informação confiável e precisa. Estabelecer os limites da transparência pode variar de emergência para emergência, mas se os limites da transparência se tornarem uma desculpa para acobertar informações essenciais, o resultado inevitável será a perda da confiança do público.

4. Respeito à preocupação do público – O principal interesse do público em uma emergência sanitária é relacionado à informação que afeta sua saúde e a saúde de suas famílias. A preocupação do público deve ser vista como legítima, pesquisada e respeitada como uma força que irá influenciar no impacto da emergência. Anteriormente, a comunicação de risco era didática, expondo fatos, afirmando ao público como deveriam reagir e descrevendo qualquer outra reação como “irracional”. Atualmente, a efetiva comunicação de risco é vista como

um diálogo entre especialistas no tema e o público.

Como já argumentamos, é preciso que a mensagem não cause pânico na população. No entanto, a comunicação de risco não deve e não pode consistir na tentativa de tranquilizar demasiadamente a população. Além de gerar desconfiança no público-alvo, esconder o problema não ajuda a conquistar o equilíbrio necessário que se deve ter ao enfrentar uma emergência sanitária

Uma emergência sanitária chama a atenção de diferentes públicos – aqueles em risco, pacientes e seus familiares e vizinhos, a mídia, pesquisadores, líderes comunitários, parceiros comerciais e turistas – e os afeta de diversas maneiras diferentes. A comunicação de risco funciona melhor quando a perspectiva de cada um destes públicos é considerada na tomada de decisão sobre o que dizer e como dizer. Uma vez que as decisões são tomadas, os parceiros devem se esforçar em apresentar uma informação de forma coordenada e consistente. Para comunicar decisões rapidamente, a mídia será útil, principalmente se a administração da emergência sanitária for transparente. No entanto, os jornalistas podem se tornar rapidamente adversários se sentirem que estão sendo ludibriados.

A preocupação do público deve ser vista como legítima, pesquisada e respeitada como uma força que irá influenciar no impacto da emergência sanitária.



5. Planejamento antecipado – Planejar é vital para a efetiva comunicação em uma emergência sanitária e, mesmo assim, raramente é feito. O planejamento da comunicação da emergência sanitária deve ser uma parte do planejamento da administração da própria emergência desde o começo. Sob as condições de emergência de uma emergência, a comunicação não pode ser idealmente efetiva quando seus princípios são considerados apenas nos últimos minutos, no momento em que o anúncio está perto de ser realizado.

Ao mesmo tempo, contudo, a comunicação da emergência sanitária que não é planejada antecipadamente não é necessariamente destinada ao fracasso. Como demonstrado durante a conferência de Cingapura, muitos países afetados pelo SARS não possuíam planos prévios de comunicação, mas mesmo assim se comunicaram efetivamente com o público. Outros, no entanto, cometeram grandes erros – e pagaram caro por eles. Esses erros poderiam ter sido evitados quando o tema e os princípios da comunicação de risco são considerados em um estágio avançado de discussão e desenvolvimento.



Comunicação de Risco: Planejamento como arma

- 1.** O primeiro comunicado é crítico.
- 2.** Informe a situação ao público mesmo que tenha informações incompletas.
- 3.** Não espere que um comunicado de imprensa seja formalizado. Tome a iniciativa.
- 4.** Diga o que você sabe, o que você não sabe e o que está fazendo a respeito.
- 5.** Explique que algumas informações podem mudar quando você receber mais dados sobre a crise.
- 6.** Mantenha o canal de comunicação sempre aberto. Prometa e entregue atualizações constantes. Seja claro e consistente.
- 7.** Apesar da vontade de dizer coisas como “Eu quero assegurar que...”, “Não entrem em pânico...” ou “Fiquem calmos...”, não as diga! Em vez de usar palavras, simplesmente fique você mesmo seguro e calmo, de modo a transmitir estes sentimentos ao público.
- 8.** Seja cuidadoso ao ser confiante com informações delicadas.
- 9.** Reconheça que, mesmo que o risco seja pequeno, as pessoas ficarão assustadas. Faça o possível para acalmá-las, mas procure equilibrar com o que está efetivamente acontecendo.
- 10.** A comunicação de risco é a ponte entre o que está efetivamente acontecendo em uma crise, como apontado, e a percepção da realidade por parte dos distintos públicos. Gerenciar estes aspectos de forma equilibrada é uma das principais funções da comunicação de risco.



Características de uma emergência sanitária:

1. A crise epidemiológica é uma emergência sanitária pública.
2. Uma emergência sanitária tem elementos imprevisíveis.
3. Uma emergência sanitária é alarmante para o grande público.
4. Uma emergência sanitária provoca perturbações econômicas e sociais.
5. Uma emergência sanitária possui dimensões fortemente políticas.
6. A difusão de uma emergência sanitária está associada a um componente comportamental.
7. Uma emergência sanitária é potencialmente notícia em toda a mídia de grande alcance.

PERGUNTAS E RESPOSTAS

8

1) O que é Comunicação?

Comunicação, como a própria etimologia revela, é um “agir (em) comum”; o fato de tornar uma “ação comum”; ou ainda, a possibilidade de “agir em comum” ou tornar o quadro social e/ou o laço afetivo comuns a vários sujeitos e/ou grupos de diferentes naturezas (sociais, afetivos, vocacionais, profissionais, culturais) e por eles compartilháveis.

2) O que é Comunicação Social?

Não há possibilidade de ordenamento simbólico ou de organização social sem a interferência do fator comunicacional. O conceito “Comunicação” se refere ao próprio espaço simbólico (espontâneo ou organizado; natural ou artificial) no qual se dá a interação psicológica e social entre sujeitos, agentes, atores e autores sociais. No seu uso social e político, a Comunicação engendrou há muito tempo práticas e instrumentos parecidos com os conhecidos no mundo moderno.

3) Quando e como surgiu a Comunicação como prática humana?

Informação noticiosa e orientação da opinião pública eram hábitos comuns desde os primórdios da civilização ocidental. O Egito Antigo dispunha de um eficiente **sistema de correios**, enquanto a Grécia – e depois dela o Império Romano – já utilizavam a **mídia externa e de massa** (cartazes e murais periódicos) para a divulgação de mensagens de interesse público.

4) Quais são as funções da Comunicação na vida social?

O fator de sucesso ou de fracasso da vida social sempre se deu de acordo com a capacidade, a competência e a eficiência dos governantes em **informar** e **comunicar** com as populações, de modo a evitar o pior ou minimizar os efeitos indesejáveis de uma situação vivida. Dentre outras funções, a Comunicação pode informar, enquadrar e orientar suas populações em situações de crise ou emergência devido a fenômenos e desastres naturais – como uma seca, um surto de fome ou uma enchente – ou fenômenos sanitários, como doenças e epidemias.

5) Quais são as raízes das técnicas de Comunicação contemporânea?

Formas de expressão artística como o teatro grego e o romano, narrativas orais nômades e representações chinesas ou de trovadores ibéricos podem ser apontados como técnicas precursoras de comunicação popular de amplo alcance social. Nelas se pode buscar uma genealogia indireta à adoção recente, em várias regiões do mundo, de **estratégias comunicativas** semelhantes, como o teatro de rua ou de bonecos, na luta contra epidemias e outras ameaças à saúde pública em geral.

6) Como se caracteriza o papel social da Comunicação?

A comunicação organizada pode ser um precioso auxílio para o crescimento do sujeito e o estabelecimento de um quadro social justo e harmonioso. O fluxo de informações difundidas e/ou trocadas constitui, desta forma, a substância do pensamento social vigente.

7) De que forma a nossa subjetividade está relacionada com a Comunicação?

Ética e *Racionalidade* são inseparáveis e indissociáveis, na medida em que a Consciência (no seu sentido filosófico) é a capacidade de julgamento pelo qual aprovamos ou reprovamos nossas ações à luz de princípios morais (e) racionais. Para agir racionalmente, o sujeito tem

de saber quem ele é, em que contexto social, político e histórico vive e qual é sua posição neste cenário. Inversamente, o sujeito confuso quanto à essência de sua existência é um sujeito incapaz de uma ação tanto moral quanto racional.

8) Em que consiste a teoria da Ação Comunicativa?

Seu princípio consiste na substituição da razão centrada na ciência por uma razão centrada na comunicação, que não se consome no mero contato do sujeito com o mundo, mas fundamentalmente na interação entre sujeitos por meio do processo de comunicação. A Ação Comunicativa auxilia a sociedade no projeto de desconstrução de sistemas de pensamentos fechados. Diferencia desta forma objetivos e significados corporativos de um interesse social mais amplo.

9) Quais são os requisitos básicos do processo da Ação Comunicativa?

A mensagem deve ser inteligível e clara e o que é dito deve ser verdadeiro e confiável. Além disso, deve haver um interesse comum bem como eticamente aceitável.

10) Qual a importância do trabalho de Comunicação para a adoção de modelos sanitários preventivos e eficazes?

Em questões sociais como a sanitária, o trabalho de comunicação (informação, popularização, conscientização e sensibilização) é capaz de fornecer ao sujeito e ao grupo os subsídios simbólicos necessários para a avaliação dos riscos potenciais e a adoção de *modus operandi* preventivos eficazes. Os atores sociais devem elaborar estratégias comunicacionais específicas para a sensibilização e a conscientização da população quanto à possibilidade (eventualidade ou iminência) de crise ou ruptura no sistema vigente e a subsequente necessidade de mudança no *modus vivendi* (hábitos, comportamentos e rotinas).

11) Quais são os fatores que caracterizam um processo comunicacional de natureza dialógica?

Para que quadros comunicacionais tenham uma natureza dialógica, devem considerar o público receptor (o primeiro interessado) enquanto co-produtor do conhecimento e de sentido, e não somente como receptor passivo de dados informacionais dispersos, sem nexos evidentes com seu contexto de vida.

12) O que é informar, o que é educar e o que é comunicar? Qual a diferença entre estes conceitos?

Informar é transformar dados, tais como “vaca” e “leite”, em informação – por exemplo, “A vaca é aquela que provê o leite”. O ato de informar não é simples, pois demanda a identificação do que é um dado relevante e do que pode e deve ser informado. A informação é uma das bases da educação. Então, o que é educar?

Educar é construir, é libertar o homem, que passa a reconhecer o papel da História e da identidade cultural no mundo. Sem respeitar essa identidade, sem autonomia, sem levar em conta as experiências vividas pelos educandos antes de chegar à escola, o processo será ineficaz. Somente palavras sem significado. A educação é diálogo aberto e político que estabelece a verdadeira comunicação da aprendizagem entre seres constituídos de almas, desejos e sentimentos. E, por fim, o que é comunicar?

Comunicar é “agir em comum”, tornar uma “ação comum”, tornar o quadro social e/ou o laço afetivo comuns a vários sujeitos e/ou grupos de diferentes naturezas (sociais, afetivos, vocacionais, profissionais, culturais) e por eles compartilháveis. Comunicar é construir uma interação psicológica e social entre sujeitos, agentes, atores e autores sociais, formando uma identidade cultural própria destes sujeitos e promovendo o diálogo permanente e a mobilização social não-violenta.

13) O que é mobilização social?

Apesar de muitas polêmicas entre os intelectuais da área das ciências sociais, é razoável afirmar que a sociedade se organiza fundamentalmente em três esferas principais. Uma delas é a governamental, onde estão incluídas as prefeituras e os governos Estadual e federal, bem como suas entidades suplementares. A segunda esfera é a das empresas, também conhecida como iniciativa privada. A terceira é composta pelas organizações populares, compostas por cidadãos da sociedade civil. A mobilização social nada mais é do que o movimento político, social e/ou cultural de uma destas esferas. “Social” porque oriundo da sociedade, seja ela civil, empresarial ou governamental.

Um país desenvolvido é um país que, entre outras coisas, tem uma sociedade civil forte, capaz de se unir e enfrentar com coragem e eficiência seus problemas, bem como desenvolver suas potencialidades. De modo prático, o sucesso na empreitada de transformação do paradigma social e comportamental depende da efetiva **capacidade de mobilização** do grupo interessado e seu convencimento da validade da argumentação técnica e científica proposta – e não imposta.

14) Quais são as principais responsabilidades de uma campanha de sensibilização?

As campanhas de sensibilização devem abranger todos os aspectos da vida da população interessada e lhe tentar sugerir uma visão auto-reflexiva e objetiva de si mesmo; sem, todavia, desvalorizar seu saber empírico ou estigmatizar suas tradições e suas crenças – no afã de não provocar atritos inúteis entre sua visão do mundo e sua auto-representação, de um lado, e o ideal preventivo almejado, por outro lado.

15) Qual é a importância de se conhecer o ambiente cultural de uma comunidade para a eficácia de uma campanha?

O sucesso na empreitada de transformação do paradigma social

e comportamental depende da efetiva capacidade de mobilização do grupo interessado e seu convencimento da validade da argumentação técnica e científica proposta – e não imposta. O *ideal social* garante a colaboração do público no projeto social sanitário pretendido e a co-elaboração de uma política social imediata e de fácil implementação na sua realidade local.

16) Quais são as conseqüências de um processo comunicacional efetivo?

Um processo comunicacional efetivo proporciona a colaboração do público no projeto social sanitário pretendido e a co-elaboração de uma política social imediata e de fácil implementação na sua realidade local.

17) Qual o papel dos agentes de saúde animal no campo da Comunicação?

O agente de saúde animal deve compreender os princípios de Comunicação mais fundamentais, desvendar suas origens históricas e seu significado político e, por fim, desenvolver metodologias de comunicação efetiva com o seu público.

18) Qual a importância da Comunicação para a realização de metas sociais em um setor como o da Saúde Animal?

No plano institucional, as teorias constitutivas do campo da Comunicação Social são de grande utilidade para a formulação de campanhas sanitárias ou até políticas de Saúde Pública que não se limitem a abordagens meramente técnicas ou gerenciais, mas que configurem um recurso estratégico capaz de efetivar uma ação social profunda e abrangente. Além de poder auxiliar na implementação e organização de serviços e sistemas de informação e a promoção de ações coordenadas e integradas para a área, o quadro teórico contém os elementos conceituais necessários para repensar a sua própria finalidade como instrumento político que contribua para a realização de metas sociais

de todo o setor da Saúde Pública.

19) Em que consiste o conceito de Cibernética?

A Cibernética foca a sua análise na troca de informações entre as partes do sistema. Destaca o fato comunicacional enquanto intercâmbio de informação dentro do sistema e entre este e o meio ambiente, mediante o controle da atividade do sistema com relação ao seu contexto, segundo um processo de retro-alimentação. O sinal (dado quantitativo), quando devidamente transmitido e decodificado, transforma-se em informação (fato inteligível e significante).

20) Qual a principal crítica à Cibernética?

O fato de a lógica cibernética se basear em parâmetros quantitativos para medir a informação transmitida. Teóricos da Comunicação argumentarão que a otimização da transmissão e recepção de mensagens (ou produção de sentido) não depende apenas do aumento quantitativo de dados informacionais, mas antes do aprimoramento dos processos de comunicação e coordenação de todo o sistema.

21) Quais são as principais contribuições do conceito de Ciência da Informação para a Comunicação?

Na perspectiva da Ciência da Informação, o meio de comunicação é um canal potencial de transmissão de informação, que só redundará em obtenção de informação se o receptor compreender seu conteúdo. Essa compreensão dependerá do contexto em que se insere este receptor: sua cultura, seu grau de instrução, sua condição de acesso ao meio, sua acuidade visual e outros aspectos. Enfatiza-se que o usuário da informação é mais do que um emissor ou um receptor, tratando-se, isto sim, de um sujeito histórico e ativo, para além da passividade que lhe costumava ser atribuída pelas duas outras correntes do pensamento científico.

22) Qual o papel da informação para este sujeito histórico?

Deve-se buscar a informação por seu eventual uso e finalidade, de modo que os elementos componentes da equação comunicacional devem assegurar que o destinatário compreenda o(s) significado(s) da informação (mensagem) transmitida, reconheça sua relevância no processo decisório, assimile sua utilidade para a realização de seus objetivos e possa usá-la para reduzir as incertezas relativas à questão ou situação em apreensão.

23) O que é preciso fazer para potencializar o valor da mensagem transmitida?

É preciso atentar à atualidade da informação, verificar sua oportunidade, analisar sua confiabilidade (credibilidade da fonte que a gerou e/ou que a está disseminando) e o seu custo-benefício, bem como verificar sua acessibilidade e sua qualidade geral.

24) Quais são os principais elementos do processo comunicacional?

Pode-se entender estes elementos por meio de um processo familiar: em um telefonema, o interlocutor que ligou pode ser considerado a “fonte” e o que atende o “receptor”. “Codificador” e “decodificador” são propriamente partes do aparato telefônico, que transformam as ondas sonoras em oscilações da corrente elétrica e vice-versa; a conversação em si é a “mensagem”, os cabos telefônicos são o “canal” e as trocas de tensão são os “signos”. O “ruído” deriva da interferência eletromagnética – ruído ambiental, agitação térmica, resistência elétrica dos cabos e outros.

25) Quais são as seis funções de linguagem que constituem o processo comunicacional?

A função emotiva (ou expressiva) refere-se à capacidade que cada emissor tem de exprimir-se, as suas emoções, os seus sentimentos, a sua

identidade na mensagem; A função fática consiste no trabalho que se faz para garantir o contato, testar o meio (por exemplo, quando se diz “alô!” no telefone); A função poética refere-se à organização interna da mensagem, o modo como isso é realizado (é assim chamada porque é dominante na poesia e na arte em geral, onde a mensagem comunicaria, sobretudo, pela sua forma); A função metalingüística define o código em uso e, por isso, implicitamente, as relações entre os interlocutores; A função referencial permite à mensagem colocar-se em relação com o mundo, de falar sobre qualquer coisa, fazendo uso de referentes; Ao contrário, a função conativa é aquela pelas quais se procuram os efeitos sobre o emissor, sobre aqueles que dão as ordens e os conselhos. É importante frisar que cada ato comunicativo contém, pelo menos potencialmente, todos os fatores da comunicação e compreende também todas as suas funções.

26) Em que se baseia a Comunicação em Saúde Animal?

Suas ações se destinam, notadamente, a subsidiar os agentes sanitários envolvidos em operações pontuais ou campanhas de longo prazo, com as informações e orientações necessárias para incentivar a mudança de comportamentos potencialmente nocivos, ajudar a lidar com as possíveis ameaças para a saúde humana e animal, tomar consciência dos eventuais riscos para melhor evitá-los e prevenir as mais diversas enfermidades decorrentes da inter-relação do binômio doença-saúde no homem e nos animais.

27) Por que a Comunicação em Saúde Animal acelera o processo de sensibilização da população?

Porque a atuação dos agentes familiarizados com as técnicas de comunicação são mais propensos a conquistar a simpatia e a confiança do público, já que têm uma maior facilidade em escolher os canais e suportes adequados, a linguagem apropriada e a forma oportuna para

transmitir de modo claro e convincente o conteúdo e os objetivos finais da campanha.

28) Quais são os principais aspectos relacionados à capacidade de assimilação da informação pelo receptor? Como se dá este processo de aprendizado?

Esta capacidade engloba o nível intelectual do público alvo, o volume certo de informação disponibilizada, sua adequação ao meio ao qual ela é destinada, sua atratividade e sua pertinência, entre outros. Depende, em linhas gerais, da sua conformidade aos princípios gerais de comunicação.

29) Qual a relevância do diagnóstico do ambiente cultural para as campanhas sanitárias?

O objetivo de estudos de aprofundamento sobre a realidade local antes da realização de uma campanha sanitária é o levantamento das condições reais de uma determinada comunidade, levando em consideração suas variáveis geográficas e culturais. Devem-se privilegiar os quadros comunicacionais que não se limitam a propagar ou transmitir conteúdos elaborados em contextos laboratoriais isolados da realidade social, mas sim que incentivam a participação ativa do público e a sua atuação enquanto parceiro integral. É imprescindível que o profissional e/ou a instituição pensem a totalidade de sua estratégia em função do público-alvo. Para tanto, é fundamental conhecê-lo.

30) Qual a importância da transdisciplinaridade em uma campanha sanitária que tem como estratégia primordial a Comunicação?

Em virtude das especificidades da Comunicação, é aconselhável que parte da produção de conteúdo seja feita a partir da associação de profissionais originários de diferentes áreas de atuação – humanas, tecnológicas e biomédicas. O material de divulgação produzido deve respeitar uma certa divisão de tarefas, na qual o profissional de saúde

(médico ou veterinário) faz um primeiro texto técnico e profissionais de comunicação “traduzem-no” para uma linguagem mais acessível. A multiplicidade de atores envolvidos torna a campanha mais efetiva e eficaz.

31) De que forma a popularização auxilia na divulgação científica no campo da Saúde Animal? De que forma esta divulgação contribui para a mobilização social para um determinado tema?

A popularização, entendida como estratégia de ampliação do raio de penetração da informação e de facilitação de sua acessibilidade pelo público leigo, é um precioso recurso comunicacional. Discursos de diversas naturezas como o científico e o técnico se fazem presentes no ambiente cognitivo do receptor, reformulando camadas de seu senso comum, sem provocar uma perda significativa em seu teor científico original ou enfraquecimento de seu desenho final. São muitos os instrumentos e formas comunicacionais que podem ser utilizados com o intuito de se constituírem canais adequados e facilitadores da participação popular.

32) O que representa a linguagem gráfica para a Comunicação com foco em campanhas de Saúde Animal?

O conteúdo estético, representado por desenhos e gráficos, deve ser explorado com maior afinco, pois os cenários e personagens são apresentados de tal forma que se configuram como objetos familiares da comunidade, garantindo a eficácia do processo comunicacional. Guias e cartilhas podem ampliar seu impacto ao basearem-se no uso da comunicação visual, por meio de desenhos e gravuras, refletindo a preocupação com o acesso e a distribuição mais abrangente possível do conhecimento de utilidade pública no campo da saúde animal.

33) Qual o impacto econômico e social da Febre Aftosa no Brasil e no mundo?

A produção e o comércio de carnes e leite, juntos, representam uma importante fonte de trabalho e renda para as comunidades rurais. Segundo avalia a Organização Mundial da Saúde (OMS), é uma das atividades de maior contribuição ao bem-estar humano, ao aportar proteínas de qualidade, imprescindíveis para um adequado estado de saúde. O Brasil conta com o maior rebanho bovino comercial do mundo (200 milhões de cabeças), ficando atrás apenas da Índia, cujo rebanho é o maior do mundo se for incluído o não-comercial. Além de uma série de danos para produtores rurais, empresários, famílias e pequenos agricultores, a febre aftosa gera custos públicos e privados enormes durante uma crise se não houver um planejamento preventivo, por conta dos investimentos que terão de ser feitos para o controle e erradicação do problema.

34) Por que a Comunicação é estratégica para o controle da Febre Aftosa?

Organizações internacionais reiteram constantemente a necessidade de os governos destinarem recursos para a educação sanitária animal e a comunicação social de comunidades de pequenos produtores, devido à importância epidemiológica desse setor na difusão da febre aftosa. A informação é importante em qualquer grupo social, particularmente em áreas rurais e onde a população tem menor nível de instrução formal. Um ambiente cultural favorável e uma comunicação adequada permitem contextualizar para o maior número de pessoas possíveis quais são as suas reais condições de vida e, desta forma, aumentar a mobilização social em torno das medidas a serem tomadas.

35) Quais são os principais obstáculos enfrentados em uma campanha de saúde animal?

São alguns dos obstáculos: a falta de comunicação entre as

partes envolvidas (comunidade, governo, produtores rurais), o desconhecimento de elementos essenciais da epidemia, o contexto cultural da localidade e a falta de interesse de parte da sociedade e do governo, oriunda da carência de conhecimento acerca da importância da saúde pública veterinária.

36) Após uma emergência sanitária, quais os riscos proporcionados pela memória coletiva?

Sempre que qualquer problema relacionado à saúde animal voltar a ocorrer, a imagem de animais sendo sacrificados por casos constatados de várias doenças na Inglaterra, Argentina, Japão, Taiwan e sul do Brasil (2000 e 2001), entre outros países, voltará à tona de maneira decisiva. É o que chamamos de “memória coletiva”, ou seja, um elemento que fica incubado no imaginário social e cujo ciclo de vida é extenso e imprevisível.

37) Qual o papel de uma comunicação efetiva responsável no controle de uma crise?

A comunicação efetiva responsável pode ter um papel de primeira ordem na hora de limitar as consequências em uma crise de febre aftosa. É cada vez mais evidente que esta comunicação efetiva sobre a doença animal, com informações corretas e precisas, é um elemento indispensável para os esforços de conter sua disseminação.

38) De que maneira a linguagem técnico-científica se torna mais acessível ao grande público?

Os termos da linguagem específica de Ciências da Saúde devem ser simplificados e adequados de acordo com o público-alvo. Exemplo: patogenicidade deve ser “traduzido” como “causa e origem da doença e modo de desenvolvimento” ou expressão semelhante; sinais clínicos podem ser “tipos de lesão ou consequências visíveis nos animais”; impacto

econômico, por sua vez, poderia se tornar “quedas no preço da carne decorrentes da doença nos animais”.

39) De que forma os aspectos positivos de uma crise podem ajudar em seu controle?

Apesar de a febre aftosa ser facilmente confundida com outras enfermidades vesiculares, o que dificulta a circulação de informações precisas, devem ser ressaltados sempre que possível aspectos positivos amplamente disponíveis no caso da febre aftosa. É o caso de um país ou uma região que alcançou sua erradicação sem crises, a exemplo de vários países europeus e muitos dos estados brasileiros. Nos países do Mercosul, a aplicação cada vez mais consistente de programas internacionais com rigoroso controle de trânsito animal, controle de focos, vacinação, educação sanitária e comunicação de risco adequada e contínua permitiu alcançar a erradicação com uma relação custo-benefício bastante positiva.

40) Que mecanismos neurolingüísticos podem acelerar o processo de sensibilização em uma campanha sanitária?

Idéias abstratas como “fragilidade” ou “transitoriedade da vida” podem aparecer expressas em termos concretos, de sentido metafórico, algo que nos lembra sensações físicas, oriundas da experiência do cotidiano. Isto ativa redes de neurônios específicas e, graças a esse mecanismo, a vida se torna mais familiar, mais conhecida e mais facilmente apreensível, tal como na passagem do padre Antônio Vieira: “Que coisa é a vida, senão uma lâmpada acesa – vidro e fogo? Vidro, que com um assopro se faz; fogo, que com um assopro se apaga?”

41) Qual a importância de comunicar levando em consideração o cotidiano das comunidades locais?

Promover a confiança da população quanto à efetividade de uma

ação, por mais intangível que pareça, passa pela habilidade própria do ser humano de se comunicar relacionando constantemente o abstrato e o concreto, o geral e o específico.

42) Quais são os mais relevantes atributos da Comunicação de Risco?

Informar e conscientizar acerca dos riscos de segurança e saúde aos quais as pessoas estão expostas e ser capaz de explicar os fatores de risco associados às endemias, aos acidentes ambientais e à atividade humana são algumas das principais atribuições da comunicação de risco, que, ao mesmo tempo que tem de evitar alarde e preocupação indevida à população, deve romper com a barreira da linguagem inerente ao vocabulário técnico-científico. A comunicação de risco busca, antes de tudo, sensibilizar a população e a comunidade científica sobre os desafios envolvidos em uma grande crise na área de saúde pública ou em quaisquer outras áreas correlatas.

43) O que é uma emergência sanitária?

É uma emergência acompanhada de esforços para cuidar dos primeiros casos, prevenir uma possível epidemia e contornar a crise.

44) Quais são as primeiras providências a serem tomadas diante de uma emergência sanitária?

Em situações como estas, decisões propensas a salvar vidas precisam ser tomadas rapidamente. Ações precisam ser efetivadas prontamente, de preferência com a colaboração de um público bem informado. O comunicado rápido contribui para o controle eficaz de uma situação em que cada dia conta, ajudando aquele interlocutor que anuncia a ganhar a confiança do público, uma vez que demonstra que este relata abertamente o que sabe, no momento em que sabe.

45) Que outras características marcam as emergências sanitárias?

Possuem uma natureza imprevisível, com muitos exemplos de uma

súbita explosão de casos ou a sua disseminação para outro país após ter se imaginado que a crise já teria atingido o seu ápice; São eventos alarmantes que podem produzir grande ansiedade na população; Tem um perfil altamente político, por gerar uma crise social que direciona decisivamente a atenção do público para os níveis governamentais; São na maior parte das vezes eventos de grande interesse da mídia nacional e até mesmo da mídia internacional.

46) Qual a responsabilidade da mídia durante uma emergência sanitária?

Uma cobertura responsável da mídia pode ser a melhor forma de alcançar a população rural em sua linguagem local e lhe fornecer informações-chave. A cobertura da mídia pode colocar estas comunidades no comando de uma reação à crise, sob a coordenação das autoridades competentes, criando um ambiente favorável à proteção da saúde pública. Inversamente, reportagens sensacionalistas podem levar a ansiedade pública a níveis desproporcionais em relação à efetiva realidade da crise.

47) Qual são os principais atores que podem influenciar no controle da emergência sanitária?

As ações dos líderes políticos vão ser acompanhadas de perto pela imprensa. Reportagens, por sua vez, vão determinar a confiança do público em seus líderes e gerar percepções pessoais do risco. Estas percepções podem se converter em comportamentos coletivos que ampliam as consequências sociais e econômicas de uma crise e influenciam interesses políticos. Ao mesmo tempo, percepções públicas do risco e a vontade popular de colaborar com as medidas recomendadas podem ter um papel fundamental no esforço de controlar a crise. A classe política, o público, os jornalistas e as lideranças comunitárias são alguns dos principais atores sociais envolvidos no controle da crise.

48) De que forma se relacionam, em linhas gerais, Ciência, Sociedade, Governo, Meios de comunicação e Cultura?

A comunidade científica, formuladora de conceitos e teorias abrangentes e com visões próprias da sociedade, ainda não está adequadamente inserida no circuito informacional. Os principais mediadores deste fluxo de informação são, sem dúvida, os meios de comunicação, que poderão agir de forma correta ou equivocada, de acordo com as informações científicas que estiveram amplamente acessíveis. A sociedade se beneficia (ou não) deste sistema informacional, ao mesmo tempo em que é o principal lugar de manifestação da cultura. É na sociedade civil – em seus níveis nacional, regional e local – que se encontram as principais barreiras culturais que impedirão ou ajudarão no processo comunicacional.

49) Qual a importância dos governos, no campo da comunicação, em uma campanha sanitária?

A importância dos governos é notável no incentivo às pesquisas e à divulgação científica, de modo a capacitar o corpo técnico-científico de um país a lidar com uma situação de risco, além de fomentar o desenvolvimento de uma estrutura operacional básica, bem como intervir e executar um plano integrado de ação no momento da crise, de modo a coordenar os diversos atores sociais envolvidos e acalmar a população e a comunidade internacional.

50) Quais são as três principais questões que devem ser levantadas para um bom planejamento no campo da comunicação de risco?

Para comunicar ao público e aos meios de comunicação de forma adequada, é necessário indagar-se sobre: (1) quais informações são cruciais em mensagens iniciais a fim de promover reações apropriadas durante uma situação de crise? (2) quais são as mensagens a serem emitidas antes, durante e após um incidente? (3) quais são os obstáculos à comunicação eficaz e como eles podem ser minimizados?

51) Quais são as cinco práticas essenciais que influenciam a efetividade da comunicação de risco?

As cinco práticas são: (1) construção, manutenção ou restauração da *confiança* do público naqueles responsáveis por gerenciar a crise e prover informações sobre o tema; (2) *comunicados rápidos*, de forma a contribuir para o controle eficaz de uma situação de crise; (3) *transparência*, que pode ser definida como a comunicação que é aberta, franca, facilmente entendida, completa e precisa; (4) *respeito à preocupação do público*, que deve ser vista como legítima, bem como pesquisada e respeitada como uma força que irá influenciar no impacto da emergência sanitária; (5) *planejamento antecipado*, vital para a efetiva comunicação em uma crise. O planejamento da comunicação da crise deve ser uma parte do planejamento da administração da própria crise desde o começo.

BIBLIOGRAFIA

9

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva**: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: UNESP, 1997.

BRANCO, M.A.F. **Informação e saúde**: uma ciência e suas políticas em uma nova era. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2006.

CORREA MELO, E. Situação da febre aftosa no mundo e nas Américas. **Informativo CNPC**, São Paulo, ano 3, n. 5, p. 3-6, 2003.

CORREA MELO, E.; NARANJO, E. Perspectivas da erradicação da febre aftosa na América do Sul e seu reflexo no preço da arroba do boi. In: SEMINARIO DA MARCA OB, 3., 2005, Cuiabá, MT.

DORA, C. (Ed.). **Health, hazards and public debate**: lessons for risk communication from the BSD/CJD saga. Dinamarca: WHO, 2006.

FRANCA, V. R. V. **Sociabilidade**: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, J; PORTO, S. D.; FAUSTO NETO, A. (Org.). A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. p. 55-66.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971

GARCIA, O. M. **Comunicação em prosa moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 1975.

GIULIU, G. M. D; FIGUEIREDO, B. R.; PEREIRA, N. M. Comunicação de risco nas áreas de meio ambiente e saúde: o papel dos pesquisadores. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005.

GREGORY, J.; MILLER, S. **Science in public**: communication, culture and credibility. New York: Perseus, 1998.

LEISS, W. The importance of risk communication in the risk management of chemicals. **Newsletter ICME**, London, vol. 7, n.2, 1999.

LIMA, V. A. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004. cap. 1-3.

MARTINI JUNIOR, L. C. A comunicação de riscos na emergência. **Revista Saneamento Ambiental**, São Paulo, v. 49, n. 98, p. 46-50, 1999.

MASSARANI, L.; TURNEY, J. MOREIRA, I. C. (Org.). **Terra incógnita: a interface entre ciência e público**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2005.

MELLO, D. A. et al. Helminthoses intestinais. I. Conhecimentos, atitudes e percepção da população. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 22, n. 2: 140-149, 1988.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. **Pandemia de gripe: manual de la OMS para periodistas**. Genebra, 2005.

ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD. **Reunión clave de ministros para la erradicación de la fiebre aftosa (comunicado de prensa)**. Washington. 2005. Disponível em: <www.paho.org/noticias>. Acesso em: 15 abril 2005.

PEDRAZZANI, E. S. et al. Helminthoses intestinais. II. Prevalência e correlação com renda, tamanho da família, anemia e estado nutricional. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 22, n. 5, p. 384-389, 1988.

PEDRAZZANI, E. S. et al. Helminthoses intestinais. III. Programa de educação e saúde em verminose. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 23, n. 3, p. 189-195, 1989.

POWELL, D; LEISS, W. Um diagnóstico das falhas de comunicação sobre riscos. In: MASSARANI, L.; TURNEY, J; MOREIRA, I. C. (Org.). **Terra incógnita: a interface entre ciência e público**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2005. p. 183-201.

REUNIÃO INTERAMERICANA, A NÍVEL MINISTERIAL, SOBRE SAÚDE E AGRICULTURA, 13., 2003, Washington, D. C. **Relatório final...** Washington, D. C.: OPAS/OMS, 2003.

RIBEIRO, L. M. Comunicação e comunidade: teoria e método. **Comunicação e Espaço Público**, Brasília, v. 7, n. 1-2, p. 71-81, 2004.

SABBATINI, M. Novos modelos da percepção pública da ciência e da tecnologia: do modelo contextual de comunicação científica aos processos de participação social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004

SANDMAN PM; Lanard J. **La gripe aviar: cómo comunicar el riesgo**. Perspectivas de Salud [periódico na Internet]. 2005 [acesso em 2007 Jul 24]; 10 (2): [6p.]. Disponível em: http://www.paho.org/Spanish/DD/PIN/Numero22_articulo1.htm

SARAIVA, V. **Programa Hemisférico de Erradicação da Febre Aftosa: uma visão sul-americana**. Rio de Janeiro: PANAFTOSA-OPAS/OMS, 2005.

SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA FORTALECER LOS MECANISMOS SENSORIALES DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA, 27., 2000. Buenos Aires. **Informe final...** Rio de Janeiro: PANAFTOSA-OPS/OMS, 2000. Disponível em: <<http://bvs.panaftosa.org.br/textoc/Seminario2000.pdf>>. Acesso em: 17/03/2007

SEMINARIO INTERAMERICANO DE SAÚDE PÚBLICA VETERINÁRIA, 2006, Uberaba. **Anais...** Rio de Janeiro: PANAFTOSA-OPS/OMS, 2006.

STEIN, E. et al. **Febre aftosa**. Georgia: University of Georgia. College Veterinary Medicine. Disponível em: <<http://www.vet.uga.edu/vpp/nsep/fmd/Port/index.htm>>. Acesso em: 10 janeiro 2007.

STRUCHINER, M.; GIANNELLA, T. Novas tecnologias de informação e comunicação na formação de recursos humanos em saúde. In: MONTEIRO, S.; VARGAS, E. (Org). **Educação, comunicação e tecnologia educacional: interfaces com o campo da saúde**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2006.

TEIXEIRA, J. A. C. Comunicação e cuidados de saúde: desafios para a psicologia da saúde. **Análise Psicológica**, Lisboa, v. 14, n. 1, p. 135-139, 1996.

TOURAINÉ, A. **Poderemos viver juntos? Iguais e diferentes**. Petrópolis: Vozes, 1998.

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES. **Communicating in a crisis: risk communication guidelines for public officials**. Washington, D. C., 2002.

VILLELA, R. **Quem tem medo da imprensa?** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Outbreak communication: best practices for communicating with the public during an outbreak. In: WHO EXPERT CONSULTATION ON OUTBREAK COMMUNICATIONS, 2004, Singapore. **Report...** Geneva: WHO, 2005. Disponível em: <http://www.paho.org/English/AD/WHOOutbreakCommunications.pdf>. Acesso em: 17/03/2007





Brasil - Outubro de 2007