



OS DESAFIOS DA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA ÁREA DA SAÚDE

A SAÚDE PÚBLICA SEMPRE FOI UM TEMA DE GRANDE PREOCUPAÇÃO PARA TODOS OS GOVERNOS DO MUNDO, TANTO EM PAÍSES DESENVOLVIDOS QUANTO EM DESENVOLVIMENTO. NO MUNDO DE HOJE, NADA É MAIS INTERNACIONAL DO QUE A SAÚDE; NENHUM OUTRO ASPECTO DA VIDA MODERNA É TÃO PROFUNDAMENTE IMPACTADO PELA GLOBALIZAÇÃO QUANTO A SAÚDE PÚBLICA

POR CRISTINA COLLINA

Diante de desafios globais emergentes estão as mudanças no padrão epidemiológico, o aumento da prevalência de doenças crônicas não transmissíveis e a mudança no padrão alimentar e suas consequências na obesidade e doenças associadas. Entre as estratégias para superar esses problemas de saúde, os meios de comunicação são amplamente utilizados, para alcançar um completo estado físico, mental e bem-estar social.

A disseminação do conhecimento na área da saúde foi grandemente facilitada graças ao notável progresso das tecnologias de informação e comunicação e os inúmeros recursos criados para atingir cada vez mais um número maior de pessoas. No entanto, ainda há um enorme espaço para melhorias.

Nunca a saúde teve tanto destaque como nos tempos atuais. Inúmeros veículos de mídia, como blogs, sites e aplicativos voltados para transmitir informações sobre saúde, foram criados nos últimos anos. Os profissionais de saúde estão mais envolvidos e empenhados na difusão do conhecimento e a comunidade em geral está mais consciente, informada e preocupada em manter uma vida saudável.

Pesquisas indicam a mudança nos hábitos das pessoas ao buscar novas fontes de informações sobre doenças, suas manifestações e tratamentos na internet. No entanto, a “Era do Dr. Google” traz inúmeros desafios quanto a qualidade da informação propagada e a relação médico-paciente, além de uma reflexão sobre o papel do jornalismo especializado em saúde como um instrumento potencial para fortalecer a defesa de políticas de saúde, desenvolvendo padrões internacionais de comunicação e uma gestão mais eficaz do conhecimento.

Segundo um estudo publicado recentemente no periódico científico *Medical Journal of Australia*, a área de saúde é a segunda temática mais pesquisada na plataforma Google, representando quase 5% do total mundial de mais de dois trilhões de pesquisas realizadas em 2016. O assunto é tão sério que o Google implantou em 2017, no Brasil, um serviço de curadoria com médicos renomados do país, depois que um levantamento mostrou que uma em cada vinte pesquisas no site tinha alguma relação com a saúde.



Por outro lado, muitos médicos ainda manifestam sua preocupação com a qualidade das matérias a serem veiculadas após a realização de uma entrevista. Outra questão apontada é que eles recomendam aos seus pacientes que não dependam tanto do Google para pesquisas em saúde e lamentam o fato de que muitas vezes precisam corrigir informações erradas que os pacientes encontram on-line.

Isso ocorre em virtude de um importante desafio para os comunicadores de saúde, que é lidar com jargões médicos e a dificuldade em compreender os dados relatados em pesquisas científicas e mensagens mal formuladas por profissionais que desconhecem ou não percebem o nível educacional geral do público-alvo enquanto preparam a informação. Essa situação leva à lacuna educacional que ocorre durante a comunicação de informações de saúde. Se as pessoas não conseguem entender as mensagens, elas nunca ficarão conscientes dos problemas de saúde – não importa o quão criticamente necessário seja.

O objetivo principal da comunicação de informações de saúde é educar, informar, prevenir e influenciar as escolhas pessoais. E a melhor maneira de os jornalistas alcançarem esse objetivo seria melhorar o seu nível de compreensão em saúde.

Um outro fato é que no Brasil não existem muitos jornalistas especializados em saúde – a grande maioria é composta por profissionais generalistas, além da juniorização da profissão. A falta de maturidade, experiência, aprofundamento na informação e a compreensão de estudos realizados na área tornam mais difícil de entender as particularidades do segmento, os termos e especificações que envolvem as doenças, gerando, muitas vezes, insegurança nos entrevistados.

Os jornalistas também enfrentam a falta de indicadores atualizados e uniformizados em todo o país, tendo, muitas vezes, que buscar fontes internacionais para dar uma dimensão mais precisa à informação, como a incidência ou prevalência de uma determinada doença.

A ANAHP (Associação Nacional dos Hospitais Privados), que congrega aproximadamente oitenta hospitais, deu um grande passo neste sentido. Desde 2003, publica anualmente o Observatório

ANAHP, com informações coletadas por meio do Sistema Integrado de Indicadores Hospitalares. No relatório de 2017 tem uma observação sobre o maior desafio imediato para os hospitais, que é a melhoria na consistência dos dados necessários para um agrupamento de diagnósticos e a correta caracterização dos perfis de casos (*case mix*), para que efetivamente reflitam se os recursos utilizados para cada paciente classificado são ou não adequados. Além deste, outro desafio consiste em um aprimoramento contínuo, em que as informações proporcionadas pela metodologia sejam, de fato, utilizadas e interpretadas pelas instituições para melhorias das práticas e processos, levando a uma melhor relação entre recursos utilizados e resultados assistenciais, contribuindo, desta forma, para a geração de valor e maior eficiência operacional.

Podem parecer uma grande responsabilidade e é, mas também é gerenciável. Algumas ferramentas e técnicas do jornalismo podem ajudar a aprimorar a redação, aprofundar os relatórios e ajudar a fazer melhores perguntas aos especialistas entrevistados.

O tema é tão importante que nos Estados Unidos existe uma associação de jornalistas especializados em saúde, que realiza periodicamente um congresso para profissionais da área abordando tópicos mais recentes em ciência médica, política de saúde, saúde pública, educação médica, saúde do consumidor e cuidados de saúde. As sessões enfocam as necessidades especiais de repórteres, editores e produtores, à medida que tentam cobrir esses tópicos para os seus públicos.

Fica evidenciado que em um momento onde se produz tanta informação de saúde, a necessidade, cada vez maior, do aprimoramento de técnicas de comunicação tanto para os profissionais de saúde, quanto para os jornalistas que deveriam investir mais na sua qualificação, para que estejam melhor preparados e produzam conteúdos de maior relevância. Também há a necessidade de se cobrar os governantes, quanto a informatização do sistema de saúde e a uniformização dos dados estatísticos e prevalências, para que essa não seja uma realidade apenas de uma minoria de instituições de saúde, mas de todo o sistema de saúde brasileiro. ■



Cristina Collina, graduada em Comunicação Social e pós-graduada em marketing pela ESPM e em Comunicação Organizacional pela ECA-USP, atua no mercado da saúde há mais de 20 anos. É proprietária da Cristina Collina Consulting, consultoria especializada na área de comunicação e marketing em saúde.