

MINISTÉRIO DA SAÚDE



Formação de Tutores em Epidemiologia de Campo

MÓDULO 03

Introdução à Comunicação Científica



BRASÍLIA - DF

2022

MINISTÉRIO DA SAÚDE
Secretaria de Vigilância em Saúde
Departamento de Saúde Ambiental, do Trabalhador
e Vigilância das Emergências em Saúde Pública

Formação de Tutores em Epidemiologia de Campo

MÓDULO 03

Introdução à Comunicação Científica



BRASÍLIA - DF

2022



Esta obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Compartilhamento pela mesma licença 4.0 Internacional. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte.

A coleção institucional do Ministério da Saúde pode ser acessada, na íntegra, na Biblioteca Virtual em Saúde do Ministério da Saúde: bvsmms.saude.gov.br.

Tiragem: 1ª edição – 2022 – 1.000 exemplares

Elaboração, distribuição e informações:

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Secretaria de Vigilância em Saúde

Departamento de Saúde Ambiental, do Trabalhador

e Vigilância das Emergências em Saúde Pública

SRTVN Quadra 701, Via W5 Norte, Lote D,

Edifício PO700, 6º andar

CEP: 70719-040 – Brasília/DF

Site: www.saude.gov.br/svs

E-mail: svs@saude.gov.br

Coordenação geral do curso:

Daniela Buosi Rohlfs

Janaína Sallas

Organização e revisão técnico científica:

Daniela Buosi Rohlfs

Jackeline Leite Pereira Pavin

Janaína Sallas

Mateus Sallas Bandeira de Mello

Taya Carneiro Silva de Queiroz

Taynná Vernalha Rocha Almeida

Agradecimentos:

Universidad del Valle de Guatemala Workforce

and Institute Development Branch – CDC

Coordenação de produção:

Taya Carneiro Silva de Queiroz

Coordenação educacional:

Taynná Vernalha Rocha Almeida

Coordenação administrativa:

Jackeline Leite Pereira Pavin

Elaboração de texto:

Camile de Moraes – Módulo 01

Zênia Monteiro Guedes dos Santos – Módulo 02

Otto Henrique Nienov – Módulo 03

Paula Amancio Orofino Moura – Módulo 04

UX design:

Lara Maria de Araújo Machado

UI design e identidade visual:

Taya Carneiro Silva de Queiroz

Motion design:

João Miguel Bastos

Locução:

Tiago da Luz

Teresa Cristina Lopes Américo

Roteirização:

Taya Carneiro Silva de Queiroz

Taynná Vernalha Rocha Almeida

Capa e diagramação:

Vinicius Chozo Inoue

Administração AVA:

Antonio Carlos Teixeira Cruz

Rafael Alexandre Ortiz Soares

Renivaldo Alves dos Anjos

Normalização:

Delano de Aquino Silva – Editora MS/CGDI

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Ficha Catalográfica

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Saúde Ambiental, do Trabalhador e Vigilância das Emergências em Saúde Pública.

Formação de tutores em Epidemiologia de Campo : módulo 03 – introdução à comunicação científica / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Saúde Ambiental, do Trabalhador e Vigilância das Emergências em Saúde Pública. – Brasília : Ministério da Saúde, 2022.

20 p. : il.

ISBN 978-65-5993-193-4

1. Capacitação. 2. Epidemiologia. 3. Saúde pública. I. Título.

CDU 616-036.22(07)

Catálogo na fonte – Coordenação-Geral de Documentação e Informação – Editora MS – OS 2021/0305

Título para indexação:

Field Epidemiology Training for Tutors - Chapter 3 - Introduction to scientific communication

SUMÁRIO

Apresentação	5
Introdução.....	5
Dados, Informação e Comunicação.....	5
Elementos da Comunicação.....	7
Comunicação Científica	9
Single Overarching Communications Outcome (SOCO)	16
Síntese da Unidade.....	18
Referências.....	19
Materiais Complementares	19



APRESENTAÇÃO

Neste capítulo, serão abordadas as características de uma comunicação científica, as etapas estratégicas, ferramentas para uma comunicação científica efetiva e o desenvolvimento de um *Single Overarching Communication Outcome* (SOCO).

INTRODUÇÃO

O ser humano é o ser mais relacional dentre todos os animais e, portanto, depende de forma vital do estabelecimento de comunicação com seus semelhantes. Desde os tempos mais remotos, tem sido por meio da comunicação que os seres humanos passaram a se entender, aprender e descobrir. A comunicação é a ferramenta principal para transmitir conhecimento e desencadear o desenvolvimento das pessoas.

DADOS, INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Antes de conceituar comunicação, é importante entender os conceitos de informação e dado. Mesmo que informação e dado sejam frequentemente usados como sinônimos, são concepções distintas.

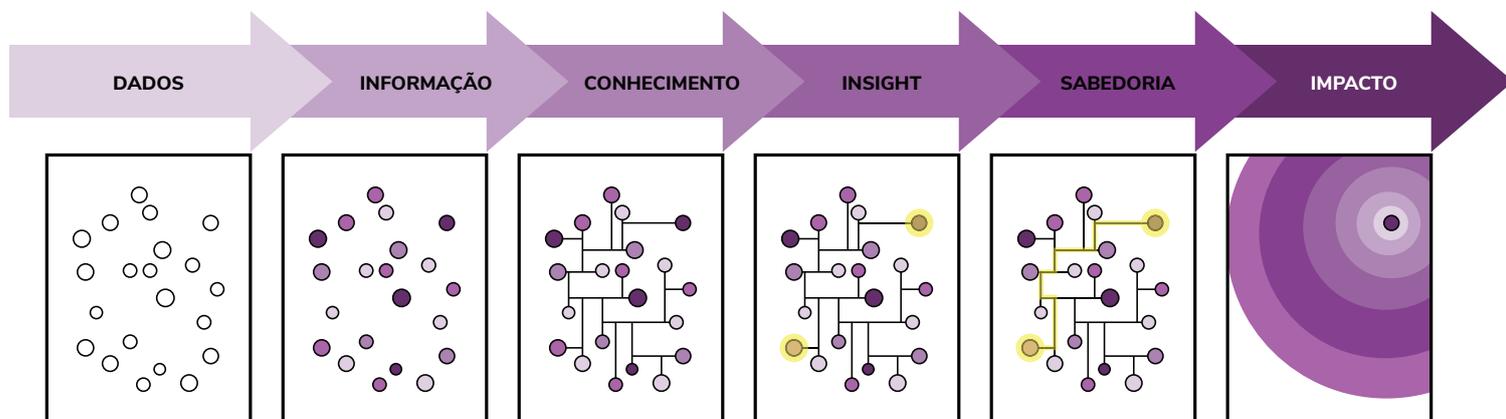
Dados representam um conjunto de fatos não associados e que não têm utilidade até que tenham sido apropriadamente avaliados. Pela avaliação, uma vez que haja alguma relação significativa entre os dados e estes possam mostrar alguma relevância, são então convertidos em informação. Agora, estes mesmos dados podem ser usados com diferentes propósitos (DAVENPORT, 1998; TARGINO, 2000).

Informação pode ser entendida como a resultante do processamento, manipulação e organização de dados, de tal forma que represente uma modificação (quantitativa ou qualitativa) no conhecimento do sistema (humano, animal ou máquina) que a recebe. Ou seja, informações são os dados revestidos de utilidade (DAVENPORT, 1998; TARGINO, 2000).

Assim, a informação é diferente de dado e estes são diferentes de conhecimento. Quanto maior a qualidade das informações, menor o grau de incerteza. Através do conhecimento é pos- ▶

sível estabelecer insights que levam à construção da sabedoria. E, a sabedoria, gera um impacto sobre os indivíduos (TARGINO, 2000) (Figura 1).

Figura 1 – Dados, informação e conhecimento



Fonte: do autor.

Comunicar vem do latim *communicāre*, que significa “Dividir alguma coisa com alguém”. Comunicar significa participação, troca de informações, tornar comum aos outros, ideias, volições (vontades) e estados d’alma. Esse conceito preza o fato de as pessoas poderem entender umas às outras, expressando pensamentos e até mesmo unindo o que está isolado, o que está longe do grupo, da comunidade (DAVENPORT, 1998).

Comunicação vem do latim *communicatio.onis*, que significa “Ação de participar”. A comunicação é o que promove as interações entre as pessoas e ocorre, incessantemente, o tempo todo. Do ponto de vista biológico, a comunicação está relacionada com a atividade sensorial e nervosa do ser humano. É através da linguagem que é expressado o que se passa no nosso sistema nervoso. Do ponto de vista pedagógico, a comunicação é uma atividade educativa que envolve troca de experiências entre pessoas de gerações diferentes, evitando-se assim que grupos sociais retornem ao primitivismo. Entre os que se comunicam, há uma transmissão de ensinamentos, onde modifica-se a disposição mental das partes envolvidas. E, do ponto de vista sociológico, a comunicação corresponde a transmissão de significados entre pessoas para a sua integração na organização social. O ser humano tem a necessidade de estar em constante relação com o mundo e, para isso, usa a comunicação como mediadora na interação social, pois é compreensível enquanto código para todos que dela participam (DAVENPORT, 1998).

ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO

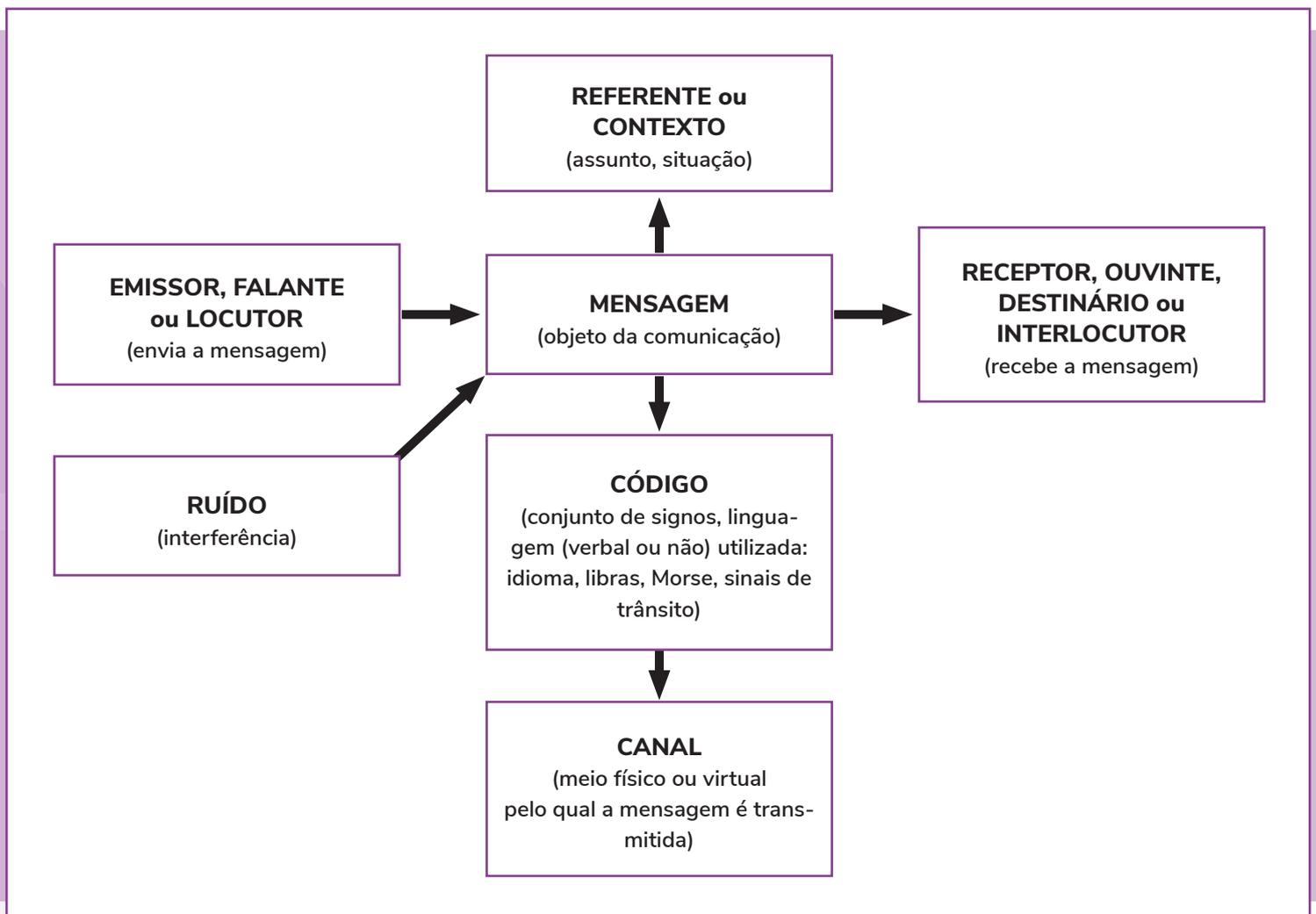
Os elementos da comunicação são componentes que estão presentes no processo comunicativo estabelecido entre emissor e receptor. Isto é, a troca de mensagens entre o falante e o ouvinte é constituído por esses componentes. No processo comunicativo estão presentes os elementos da comunicação que são seis: emissor, código, mensagem, canal, receptor e referente (Figura 2) (DAVENPORT, 1998):

- O emissor, também chamado de falante ou locutor, é aquele que transmite a mensagem. Ou seja, é o sujeito que se manifesta por meio do código escolhido por ele e envia a mensagem ao receptor. Assim, o emissor pode ser o primeiro elemento da comunicação que inicia o processo comunicativo. Além disso, ele deve estar ciente de que o código por ele escolhido deve ser o mesmo compartilhado com o emissor. Pois, caso o receptor e emissor não compartilharem do mesmo código, a mensagem não é decodificada ou entendida;
- O código é o conjunto de sinais escolhidos pelo emissor usados no processo comunicativo para a transmissão da mensagem. É o código que é decodificado pelo receptor. O código usado na comunicação pelo emissor deve ser um código pré-estabelecido entre ele e o receptor, pois caso os dois não compartilhem do mesmo código, a comunicação será falha e não será estabelecida. O código utilizado no processo comunicativo pode vir de várias formas, verbal ou não verbal. Esse código pode ser por sinais (de trânsito), gestos (libras), sons (código Morse), textos, desenhos (tatuagens), etc.;
- A mensagem é o objeto da comunicação, ou seja, é o assunto tratado na comunicação estabelecida entre o emissor e o receptor;
- O canal é o meio em que a mensagem é transmitida, podendo ser físico ou virtual. É pelo canal que a mensagem circula até chegar no seu destino. O canal é o responsável por assegurar que ocorra o contato entre o emissor e o receptor. Pode ser de forma sonora ou por palavras escritas, de indivíduo para indivíduo ou de massa. Os meios de comunicação de massa são classificados de diversas formas: escritos ou impressos (jornal), sonoros (rádio), audiovisuais (televisão, cinema), multimídias (espetáculo de teatro ou musical), hipermídias (internet), etc.;
- O receptor, também chamado de interlocutor, destinatário ou ouvinte, é quem recebe a mensagem transmitida pelo locutor (ou emissor). Presumindo que o falante e o ouvinte compartilham do mesmo código, cabe ao receptor decodificar a mensagem. Desta

maneira, o processo de decodificação é exatamente o entendimento que o interlocutor tem sobre a mensagem. Como o processo de codificação e decodificação é individual e depende de diversos fatores como intenção, cultura, momento de vida, etc., é que se evidencia a importância da correta comunicação;

- O referente, também chamado de contexto, é o assunto que é tratado no conteúdo que compõe a mensagem. O referente, assim como o código, deve ser compartilhado entre o emissor e o receptor. Isto porque o contexto também pode ser constituído pelo espaço e tempo do falante. Logo, o referente é tudo aquilo que envolve os elementos da comunicação;
- O ruído é qualquer interferência que possa atrapalhar a comunicação entre o emissor e o receptor. Mesmo não sendo um dos elementos da comunicação, ele pode aparecer em alguns processos comunicativos.

Figura 2 – Elementos da comunicação



Fonte: do autor.

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

A comunicação científica é o campo de estudo das atividades que ocorrem entre os produtores da informação científica, desde o momento em que eles iniciam suas pesquisas até a publicação de seus resultados e sua aceitação e integração a um corpo de conhecimento científico. Ou seja, é o processo pelo qual os métodos e os resultados de um estudo são comunicados a um determinado público-alvo: comunidade científica, profissionais da saúde, gestores, pacientes com a condição de saúde ou público geral. Assim, o objetivo da comunicação científica é o adequado entendimento da informação pelo receptor (público-alvo) e a responsabilidade por este processo é do transmissor (comunicador) (TARGINO, 2000).

A divulgação dos conhecimentos gerados constitui um importante alicerce para a garantia da integridade e, também, para promoção do avanço do conhecimento. Uma adequada comunicação científica é importante pelos seguintes fatores (CAPP; NIENOV, 2021):

1. Permite avaliação criteriosa dos métodos utilizados e resultados encontrados: a comunicação científica possibilita avaliação crítica dos métodos e resultados de um estudo sob os domínios da validade interna (extensão em que os resultados encontrados representam verdade para a população estudada), da validade externa (o quanto que os resultados encontrados podem ser generalizados para populações distintas daquela da pesquisa) e da aplicabilidade dos resultados de acordo com as preferências de pacientes, factibilidade, custos, cultura, entre outros.
2. Permite avaliação da reprodutibilidade: a comunicação científica possibilita a reprodução dos resultados encontrados por outros pesquisadores utilizando os mesmos materiais e métodos, validando os achados e fortalecendo o nível de evidência do resultado encontrado.
3. Contribui para prevenção do viés de publicação: o viés de publicação trata-se da publicação seletiva de estudos com resultados positivos. O incentivo à divulgação de dados de pesquisa, independentemente do resultado encontrado, constitui uma ação importante para prevenção deste tipo de viés.
4. Fornece dados que podem oportunizar novas questões de pesquisa: tanto os dados de materiais e métodos utilizados, quanto os resultados encontrados podem suscitar novas questões de pesquisa, cujas respostas podem contribuir para evolução do conhecimento científico na área estudada.

Para isso, a definição do público-alvo, do veículo e da natureza da informação são fundamentais e, idealmente, devem nortear o processo de disseminação do conhecimento gerado, seja através da redação de um artigo científico, de uma apresentação em congresso, de uma entrevista para mídia não especializada ou comentário em mídia social.

Na comunicação científica, conhecer o público-alvo é importante para estabelecer um processo eficaz de disseminação do conhecimento científico. O público-alvo pode incluir pesquisadores, profissionais de saúde, gestores, e, também, público geral (Quadro 1). Cada um destes interessados pode demandar estratégias distintas de disseminação para uma comunicação eficaz.

Quadro 1 – Características do público-alvo para comunicação científica

PÚBLICO-ALVO	QUEM SÃO?	O QUE QUEREM?	ONDE BUSCAM INFORMAÇÃO?
Pesquisadores e profissionais da saúde	Costuma possuir conhecimento acerca dos principais conceitos da temática em estudo e da linguagem epidemiológica. Logo, a natureza do conteúdo deve priorizar a objetividade, a clareza e a precisão.	Valoriza-se a descrição dos objetivos, dos materiais e métodos, da estatística dos resultados, dos riscos de erros sistemáticos e aleatórios, da correlação com outros estudos e da aplicabilidade dos achados e das oportunidades para estudos futuros.	Os instrumentos comumente empregados para comunicação com pesquisadores e profissionais de saúde especialistas são apresentações em eventos científicos e artigos publicados em periódicos científicos indexados que adotam o processo de revisão por pares como política editorial.

continua

conclusão

PÚBLICO-ALVO	QUEM SÃO?	O QUE QUEREM?	ONDE BUSCAM INFORMAÇÃO?
Gestores	<p>Costumam ser um público heterogêneo quanto à sua formação e seus conhecimentos de epidemiologia e estatística.</p>	<p>A informação a ser transmitida neste caso pode demandar um maior detalhamento de tópicos conceituais do tema estudado e, também, da interpretação das análises estatísticas e riscos de erros sistemáticos e aleatórios. Geralmente, dados adicionais de implementação, custo-efetividade e impacto orçamentário são bastante úteis para este público-alvo.</p>	<p>Podem buscar informações em eventos científicos, periódicos científicos, literatura especializada em gestão e na mídia não especializada.</p>
Público geral	<p>O público geral, incluindo participantes do estudo e outros indivíduos com interesse pelos resultados do estudo, frequentemente não está familiarizado com conceitos específicos do tema estudado ou com a linguagem epidemiológica. Para uma comunicação eficaz, faz-se necessário utilizar linguagem comum, evitando-se termos médicos ou conceitos epidemiológicos e/ou estatísticos complexos.</p>	<p>A natureza da informação a ser transmitida deve primar pela adequada tradução do conhecimento gerado pelo estudo através de clareza e objetividade. O público geral geralmente se interessa pela aplicabilidade dos resultados da pesquisa e como acessar os possíveis benefícios ou evitar os possíveis riscos reportados.</p>	<p>Veículos de comunicação de alcance para o público geral incluem revistas e jornais não científicos, programas de televisão, mídias sociais e os próprios profissionais de saúde.</p>

Fonte: do autor.

As formas mais frequentemente empregadas para comunicação científica são redação e publicação de um artigo em periódico científico, apresentação em eventos científicos, comentário em mídia social e divulgação/entrevista para mídia não especializada/tradicional. Conforme descrito no Quadro 2, cada um destes instrumentos de divulgação possui peculiaridades quanto ao público-alvo, veículo utilizado, natureza da informação e objetivos.

Quadro 2 – Formas de comunicação científica

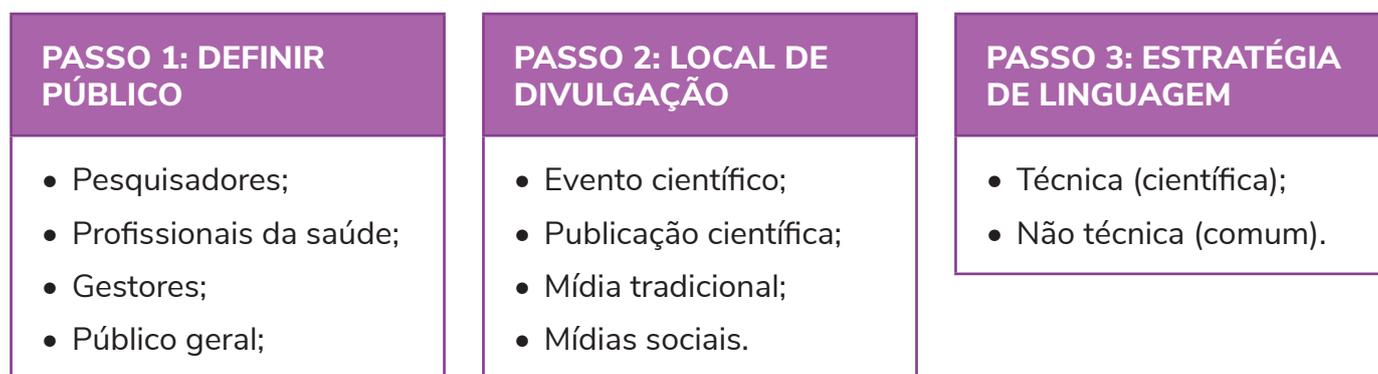
FORMA DE DIVULGAÇÃO	APRESENTAÇÃO EM EVENTOS CIENTÍFICOS (CONGRESSOS E SIMPÓSIOS)	PUBLICAÇÃO EM PERIÓDICO CIENTÍFICO	DIVULGAÇÃO PARA MÍDIA NÃO ESPECIALIZADA
Público-alvo	Pesquisadores, profissionais de saúde e especialistas na área de estudo.	Pesquisadores, profissionais de saúde e gestores.	Participantes, pacientes e seus familiares, associações de portadores de doenças, gestores, público em geral
Veículo	Apresentação oral e pôster.	Artigo científico.	Entrevistas, artigos em jornais e revistas não-científicas, comentários em mídias sociais.
Natureza da informação	Técnica (linguagem científica).	Técnica (linguagem científica).	Não-técnica (linguagem comum).
Cronologia	Exposição inicial (pré-publicação) dos métodos e resultados.	Divulgação definitiva dos achados do estudo após revisão por pares.	Disseminação dos resultados pós-publicação.
Objetivos	Submeter os achados de pesquisa para avaliação crítica antes da publicação de seus dados.	Informar os métodos e resultados de forma sistematizada e objetiva, permitindo avaliação crítica e reprodutibilidade.	Traduzir o conhecimento gerado, suas limitações e possíveis aplicações.

Fonte: do autor.

Como exposto, há um processo cronológico bem estabelecido da divulgação dos dados. Antes que os resultados cheguem ao público geral e passem a integrar a prática, os mesmos necessitam passar pela avaliação científica de forma a garantir sua integridade ética e confiabilidade.

O plano de disseminação do conhecimento científico deve ser definido previamente. Durante o desenvolvimento do plano de disseminação, deve-se antecipar os públicos de interesse, bem como estratégias para comunicá-los de forma eficaz (Figura 3). Com isso, faz-se necessário a definição do veículo de comunicação, da natureza da informação e da linguagem a ser utilizada. Um plano de disseminação bem desenvolvido tem o potencial de maximizar o processo de comunicação científica, contribuindo para que o conhecimento gerado possa ser utilizado da melhor forma possível (TARGINO, 2000).

Figura 3 – Plano de disseminação do conhecimento científico



Fonte: do autor.

O processo da comunicação científica pode ser caracterizado pelas seguintes etapas: investigação, análise, documentação, comunicação, produção, registro e disseminação da informação.

As inovações tecnológicas têm transformado a forma de tratar, armazenar, acessar e analisar todos os tipos de informação, inclusive os científicos. Um aspecto importante da comunicação é o conceito de ciência aberta, que busca promover a reprodutibilidade da pesquisa científica por meio de estratégias como o incentivo ao compartilhamento de bancos de dados. Ciência aberta é um conceito guarda-chuva que compreende diferentes níveis de abertura, propriedade e disponibilidade de dados (CAPP; NIENOV, 2021). Destaca-se no contexto de publicação científica:

- Revisão por pares aberta (open peer review): pareceristas e autores identificados no processo de revisão por pares para publicação;
- Acesso aberto (open access): publicação de maneira aberta e acessível;
- Dados abertos: disponibilização gratuita dos dados criados.

Tal prática, além de tornar o trabalho transparente e reprodutível, auxilia a recondução futura de estudos por outros membros ou grupos de pesquisa na hipótese de surgirem novas evidências, facilitando o processo de atualização por diferentes grupos, além de análises adicionais. Em alguns periódicos científicos a disponibilização pública do banco de dados já é uma solicitação rotineira aos autores no momento de submissão do artigo científico (CAPP; NIENOV, 2021).

Para auxiliar o compartilhamento público de bancos de dados, já existem plataformas gratuitas de repositórios, como por exemplo:

- **Data Mendeley:** permite a disponibilização do banco de dados de forma segura com a geração de um número de identificação único (D.O.I.) que pode ser referenciado em uma eventual publicação científica;
- **Github:** já são bastante disseminadas no meio da disponibilização de códigos, arquivos e bancos de dados de softwares abertos.

A comunicação eficiente e eficaz constitui parte essencial do sistema de pesquisa científica. A incorporação das tecnologias de informação e comunicação (TICs) otimizaram o tempo de execução das atividades do processo de comunicação científica e a visibilidade dos artigos publicados, tornando os conteúdos das pesquisas publicadas mais atuais e derrubando as barreiras geográficas inerentes às publicações impressas. Elas possibilitam novos modos de produção, registro, armazenamento e recuperação da informação, e possibilitam o uso de recursos cada vez mais sofisticados. É importante destacar que muitos periódicos optam pelas versões impressa e eletrônica simultaneamente (SCHWEITZER; RODRIGUES; RADOS, 2011).

A comunicação formal permite a circulação de informações entre as comunidades científicas e torna público o conhecimento produzido e legitimado pela comunidade (livros, periódicos, obras de referência em geral, relatórios técnicos, revisões de literatura). Ou seja, os canais formais são responsáveis pela comunicação oficial dos resultados de uma pesquisa (TARGINO, 2000; SCHWEITZER; RODRIGUES; RADOS, 2011).

A publicação proporciona o controle de qualidade de uma área, confere reconhecimento da prioridade ao autor e possibilita a preservação do conhecimento. O periódico científico é considerado, no sistema formal de comunicação da ciência, o veículo mais importante de comunicação para pesquisadores, desempenhando um papel crucial na disseminação de resultados de pesquisas e, em consequência, na construção do conhecimento científico (CAPP; NIENOV, 2021).

As TICs possibilitaram a oferta de publicações científicas eletrônicas, como a PubMed, Scielo, Embase, Scopus, entre outras, facilitando o acesso e a divulgação da pesquisa, permitindo de forma ágil a recuperação da informação, oferecendo acesso ilimitado, diminuindo custos com impressão e envio, facilitando e modificando o fluxo contínuo da informação científica.

O modo mais conveniente de comunicar os achados é por meio de artigos científicos. O periódico científico tem quatro funções no papel que representa na construção do conhecimento científico: 1) Estabelecimento da ciência certificada (conhecimento que recebeu o aval da comunidade científica); 2) Canal de comunicação entre os cientistas e de divulgação mais ampla da ciência; 3) Arquivo ou memória científica e; 4) Registro de autoria da descoberta científica. Essas funções não se alteraram, a despeito das transformações recentes nos meios de comunicação (CAPP; NIENOV, 2021).

Em um ciclo perfeito, o editor do periódico identificará a relevância da investigação e encaminhará à revisão por pares, dois ou mais pesquisadores avaliarão o texto e sugerirão pontos a serem revistos pelos autores, que terão oportunidade de ajustar o manuscrito e encaminhar para apreciação. Por mais que a pesquisa não confirme hipóteses prévias, os resultados devem ser disseminados, mesmo quando negativos, até para evitar pesquisas redundantes em algo que não funciona, ou para permitir o aprimoramento dos métodos em eventual replicação da pesquisa (CAPP; NIENOV, 2021).

A comunicação informal é essencial para a interação efetiva entre os pesquisadores para a construção do conhecimento (reuniões científicas, participação em associações profissionais e colégios invisíveis). Os canais informais cumprem suas funções como meio de disseminação de informação (TARGINO, 2000; SCHWEITZER; RODRIGUES; RADOS, 2011).

As redes sociais são fortes disseminadoras de informação, já que transmitem diversos conteúdos com agilidade. Sabendo da força que esses canais têm na vida sociedade, alguns pesquisadores e sites da área científica e acadêmica estão utilizando isso a favor para divulgação científica (SCHWEITZER; RODRIGUES; RADOS, 2011). Existem redes sociais científicas para comunicação científica informal, como o Publons (utilizado para rastrear publicações, métricas de citação, revisões e trabalhos de edição de periódicos), ResearchGate (rede social voltada a profissionais da área de ciência e pesquisadores), LinkedIn (rede social profissional que permite interação) e Orcid (identificador digital único, gratuito e persistente, que distingue um acadêmico/pesquisador de outro e resolve o problema da ambiguidade e semelhança de nomes de autores).

SINGLE OVERARCHING COMMUNICATIONS OUTCOME (SOCO)

As perguntas mais importantes a se fazer, independentemente do tipo de comunicação, são:

- “Por que estou falando / escrevendo / respondendo / apresentando, etc.?”
- “Qual é a mudança que desejo ver como resultado da minha comunicação?”

O *Single Overarching Communications Outcome (SOCO)*, ou resultado de comunicação, é a mudança que se deseja ver no público como resultado da comunicação. O SOCO ajuda a estruturar o pensamento em relação a uma necessidade de comunicação (WHO, 2015). Desta forma, o SOCO (WHO, 2015):

1. É um resultado e, portanto, deve ser expresso da perspectiva do público;
2. Não é um objetivo, o que geralmente reflete sua perspectiva;
3. Deve ser explícito sobre a mudança desejada e limitado no tempo;
4. Deve ser realista e alcançável;
5. Deve, junto com outras intervenções, contribuir para uma meta ou objetivo maior;
6. Deve ser o ponto fixo no qual se manterá o foco ao se comunicar;
7. As mensagens são desenvolvidas para alcançar o SOCO somente depois de considerar as necessidades e a natureza do(s) público(s) alvo.

Se você souber o seu SOCO, você saberá para onde está indo ou mirando. As etapas do SOCO estão descritas e exemplificadas no Quadro 3 (WHO, 2015).

Quadro 3 – Etapas do Single Overarching Communications Outcome (SOCO)

ETAPA 1	Qual é o seu problema?	Resistência antimicrobiana
ETAPA 2	Por que você deseja focar neste problema e por que deseja focar nele agora?	Há evidências crescentes de resistência antimicrobiana. Por um lado, os pacientes pressionam os médicos a prescrever antibióticos mesmo para infecções virais (quando não são eficazes) e, por outro lado, os pacientes não concluem um tratamento completo de antibióticos quando são necessários (por exemplo, para o tratamento da tuberculose). Por causa disso, infecções comuns e potencialmente fatais estão se tornando mais difíceis ou mesmo impossíveis de tratar.

continua

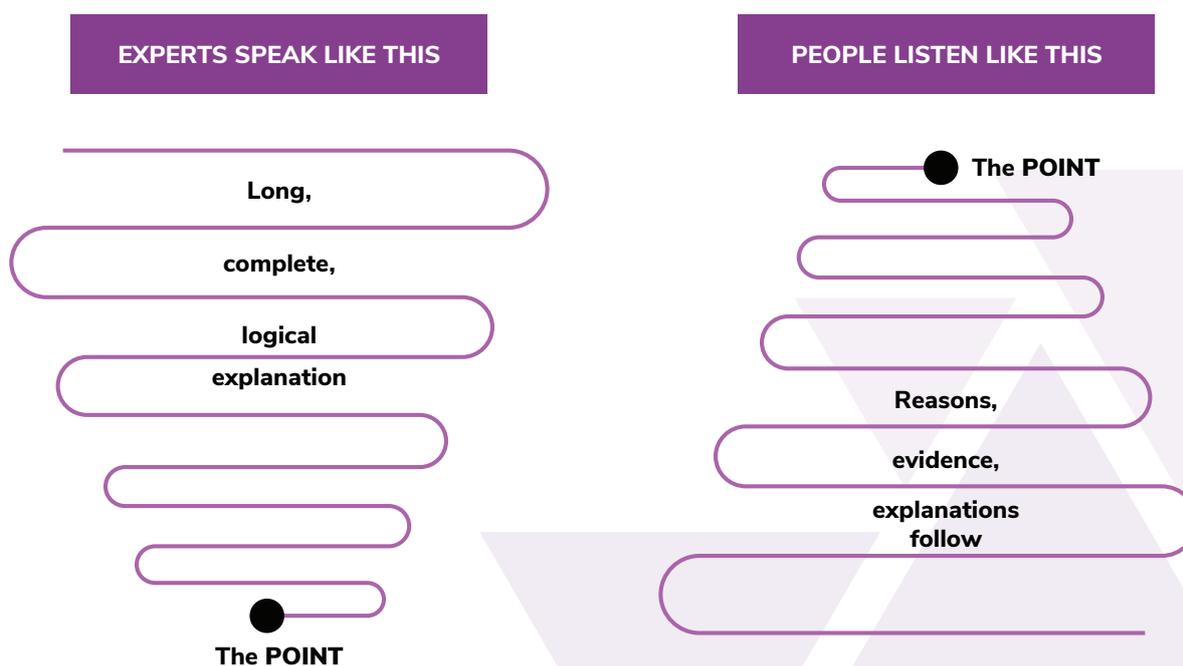
conclusão

<p>ETAPA 3</p>	<p>Quem precisa mudar seu comportamento (público)?</p>	<p>Opção 1: pacientes Opção 2: profissionais da saúde</p>
<p>ETAPA 4</p>	<p>Qual é a mudança que você deseja ver em seu público como resultado de sua comunicação? (ESTE É O SEU SOCO)</p>	<p>Opção 1: Os pacientes param de pressionar os médicos para prescrever antibióticos quando eles não são eficazes; e os pacientes aderem ao tratamento completo quando os antibióticos são necessários. Opção 2: Os médicos somente prescrevem antibióticos quando existe indicação médica adequada para seu uso. Eles não cedem à pressão dos pacientes.</p>

Fonte: Adaptado de WHO, 2015.

Os especialistas são treinados para explicar a situação e todos os aspectos possíveis de um problema, bem como para serem completos, precisos e conduzir as pessoas lenta e passo a passo a uma conclusão lógica. No entanto, as pessoas não ouvem ou não ouvem da mesma forma. Temos a tendência de ouvir quando nossa atenção é captada rapidamente e o SOCO é alcançado. Assim que estivermos interessados, ouviremos a explicação e outras nuances. Precisamos chegar ao nosso ponto o mais rápido possível e explicar as informações e nuances de apoio aos poucos e em ordem decrescente de relevância e importância para o nosso público (Figura 4) (WHO, 2015).

Figura 4 – Barreiras e oportunidades da comunicação



Fonte: WHO, 2015.

Resumindo: 1) Estabeleça um SOCO que expresse a mudança específica que você deseja ver como resultado de suas comunicações. Não envie uma comunicação sem definir seu SOCO; 2) Depois de conhecer o seu SOCO, concentre-se nele. Ele vai mostrar a você para onde ir, o que dizer e como voltar ao seu caminho caso você se distraia; 3) O SOCO esclarece o PONTO que você deseja alcançar. Chegue ao PONTO o mais rápido possível e; 4) Explique e elabore conforme necessário. Conclua novamente com seu PONTO para um efeito maior (WHO, 2015).

SÍNTESE DA UNIDADE

Infelizmente, vivemos entre dois mundos. Todos sabemos que a pesquisa científica requer tempo, amadurecimento e comprovações para chegar em resultado próximo à verdade. A gestão lida com problemas reais e que se renovam ou se avolumam constantemente. Desta forma, há uma certa urgência para a resolução das demandas. A pesquisa encontra soluções, mas essas não são aplicadas na política. A gestão identifica problemas, mas esses nem sempre são pesquisados. Como aproximar esses dois mundos? Através da comunicação científica.

Tão importante quanto o que informar, é como informar.

Lembre-se: quem escreve ou fala, escreve ou fala para alguém. A efetividade da divulgação dos dados é diretamente proporcional à qualidade dos métodos de comunicação empregados. E, a ciência não termina até que seja comunicada.

REFERÊNCIAS

CAPP, E.; NIENOV, O. H. **Epidemiologia aplicada básica**. Porto Alegre: PPGGO/UFRGS, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/215459/001119979.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 nov. 2021.

DAVENPORT, T. H. **Some Principles of Knowledge Management**. Austin: University of Texas at Austin: Graduate School of Business, 1998.

SCHWEITZER, F.; RODRIGUES, R. S.; RADOS, G. J. V. Comunicação científica e as tecnologias de informação e comunicação. **Comunicação & Sociedade**, v. 32, n. 55, p. 83-104, 2011. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/1633>. Acesso em: 18 nov. 2021.

TARGINO, M. G. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Revista Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 10, n. 2, jul./dez. 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/326>. Acesso em: 18 nov. 2021.

MATERIAIS COMPLEMENTARES

SCHILLINGER, D. **An introduction to effectiveness, dissemination and implementation research**: a resource manual for community-engaged research. San Francisco: University of California San Francisco, 2010. Disponível em: https://accelerate.ucsf.edu/files/CE/edi_introguide.pdf. Acesso em: 18 nov. 2021.

THE NATIONAL ACADEMIES OF SCIENCES, ENGINEERING, AND MEDICINE. **Communicating Science Effectively**: a research agenda. Washington, DC: National Academies Press, 2017. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK425719/>. Acesso em: 18 nov. 2021.

EDWARDS, D. J. **Dissemination of research results**: on the path to practice change. *The Canadian Journal Of Hospital Pharmacy*, [s. l.], v. 68, n. 6, p. 465-469, dez. 2015. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4690672/>. Acesso em: 18 nov. 2021.



Conte-nos o que pensa sobre esta publicação.

Responda a pesquisa disponível por meio do QR Code ao lado.



Biblioteca Virtual em Saúde do Ministério da Saúde
bvsmms.saude.gov.br



MINISTÉRIO DA
SAÚDE

Governo
Federal