

O papel da informação e da comunicação na doação de sangue

Silvia Terra Ludwig

Administradora (PUC-RS), especialista em Integração e Comércio Exterior (PUC-RS), especialista em Saúde Suplementar (UnB), mestre em Administração e Negócios (Face-PUC-RS), aluna especial do Doutorado em Comunicação Social (Famecos-PUC-RS). Especialista em Regulação de Saúde Suplementar, Agência Nacional de Saúde Suplementar - ANS.

Resumo

A partir do delineamento da relevância do papel da informação e da comunicação na área de Saúde, este trabalho tem por objetivo refletir sobre as informações que envolvem a doação de sangue. Para tanto, foi realizada uma revisão, isto é, uma avaliação crítica sistematizada da literatura, abordando conceitos de informação, de comunicação e seu papel na doação de sangue. As conclusões da análise realizada apontam que as pessoas devem ter condições de compreender e assimilar as informações disponibilizadas. Para tanto, devem-se proporcionar informações com sentido para acabar com a incerteza, pois a informação só será eficaz quando forem identificados clara e cuidadosamente os requisitos informacionais dos respectivos usuários.

Palavras-chave: informação, comunicação, doação de sangue

Abstract

From the delineation of the relevance of the role of information and communication in health care, this work has for objective to reflect on the information that involve the blood donation. For in such a way, a revision was carried through, that is, a critical systematic evaluation of the literature approaching concepts of information and communication and its role in blood donation. The conclusions from the analysis point that the people must have conditions to understand and to assimilate the available information. For in such a way, it must be provided information with sense to end with the uncertainty, therefore the information will only be efficient when identified clear and carefully the informational requirements of the respective users.

Keywords: information, communication, blood donor

1. Introdução

O papel da informação e da comunicação na área de Saúde é fundamental, pois incentiva a participação das pessoas, induzindo uma nova cultura na saúde coletiva das populações. Na saúde pública, a assimilação de informações pode inserir novas atitudes.

Nesse cenário, a comunicação sobre a saúde deixa de ser um processo de persuasão ou de transferência de informação, e passa a ser uma permuta com o mundo exterior, um processo de ajuste, uma decisão, uma escolha. A informação e a comunicação em saúde estão diretamente

associadas à mídia; comunicação escrita e eletrônica; produção e difusão de material educativo; rádio; televisão.

A comunicação efetiva e contínua sobre a doação de sangue pode auxiliar a população e as instituições de saúde. No primeiro caso, propicia conhecimento e segurança, pois, se os indivíduos doassem sangue realizassem os exames obrigatórios, no mínimo anualmente, estes teriam caráter preventivo e muitas doenças seriam evitadas ou acompanhadas. Para as instituições, reflete-se na manutenção dos estoques de sangue para o pronto atendimento dos pacientes. No entanto, para ser útil, esta informação deve ser compreendida e absorvida pelo receptor.

Nesse contexto, o trabalho objetiva uma reflexão sobre a informação e a comunicação da doação de sangue, a partir da hipótese de que, através de um processo de comunicação efetivo e contínuo, pode-se modificar a percepção dos indivíduos em relação à doação de sangue, favorecendo o surgimento de novas práticas.

2. Método

No embasamento deste estudo, foi realizada uma revisão, isto é, uma avaliação crítica sistematizada da literatura, abordando conceitos de informação e de comunicação, visando a demonstrar seu papel na doação de sangue de maneira a contribuir com o incremento das doações de sangue.

3. Resultados

Informação é um conceito controverso (YUEXIAO, 1988). Na literatura, observam-se diferentes definições para informação. Estas definições, no entanto, desvelam o papel complexo da informação.

São observadas conceituações diversas que podem ser relacionadas; no entanto, todas as definições têm em comum a interligação de informação com comunicação. Informação é colocada como resposta a questões formuladas (GOLDRATT, 1991). Também é abordada como dados organizados, com significação em um contexto (RODRIGUES, 1994; DRUCKER, 2000; BRILLOUIN, 1963). É relacionada com conhecimento (RODRIGUES, 1994). Destaca-se, da mesma maneira, como uma estrutura que une (BOUGNOUX, 1994). Informação se relaciona com transmissão e significação (WADDINGTON, 1979). Pode-se auferir, do mesmo modo, que originalidade, novidade, veracidade, processo decisório, organização e forma são aspectos relacionados à informação. Considerando os autores, pode-se sintetizar informação como: (a) dados organizados e comunicados, investidos de relevância e propósito; (b) respostas a uma questão formulada, objetivando a redução de entropia ou desordem do sistema, e propiciando a organização e a forma.

Assim, constata-se que informação é o produto de alguma forma de comunicação, e esta é compartilhada, através de diferentes fontes, meios, contextos, conteúdos, formas. Estes se constituem como processos que dialogam a partir de sua instituição, e sua inter-relação caracteriza uma influência mútua em nível constituinte.

Em outra acepção, a informação pode ser considerada como a ocorrência de um fato, em um conjunto de probabilidades determinadas (WIENER, 1970). Nessa perspectiva, comunicação é todo o processo pelo qual

uma mente influi sobre a outra, e a teoria da informação daí advinda caracteriza-se, principalmente, por lidar com um conjunto de possibilidades, no qual as escolhas empreendidas são passíveis de registro e de controle (SHANNON & WAVER, 1975).

Nas últimas décadas, a preocupação com o tratamento da informação encontrou guarida, especialmente, na Informática, que, resultando da associação da ciência e da tecnologia, tem sua designação justamente na informação. Esta necessidade de registro de dados tornou-se, para as teorias da comunicação, o elemento caracterizador da informação (NASCIMENTO, 2004).

Para Morin (2001), contudo, esta informação é totalmente muda ou cega quanto à significação, à qualidade, ao valor, à contribuição da informação para o receptor. Esta informação-programa domina, controla, reparte, estoca, aciona a energia, esquecendo-se do contexto e da problemática. Nesse ponto, o autor apresenta um paradoxo teórico crucial ao considerar que a informação é sempre ligada aos seres organizados neguentropicamente, que são os seres vivos, e os seres metabióticos, que se alimentam de vida (sociedades, idéias).

A informação, nesse enfoque, não pode ser tomada como um produto final, cujo efeito pode ser medido e avaliado por métodos determinados. Esta é, antes, a denominação de um processo, constante e imprevisível, a cada nova ocorrência (o que lhe dá a aparência de novidade), mas que responde, sempre, a um mesmo mecanismo de funcionamento: a busca repetitiva por um saber que não se completa, que não se sacia (NASCIMENTO, 2004).

Na mesma linha de pensamento, não se deve considerar separadamente a informação. É indispensável examinar sempre o conjunto: informação mais neguentropia, pois não há neguentropia sem uma organização produtora de si, ou seja, sem “circuito” generativo ou, em outras palavras, sem uma reorganização permanente. Através da reprodução, a generatividade informacional cria alteridade na identidade, identidade na alteridade, a mesma história reencarnando-se através das histórias diferentes e, até, divergentes dos indivíduos. Todo aumento de informação, portanto, aumenta a organização e a desordem no mundo (MORIN, 2001).

Do mesmo modo, a produção de informações está longe de ser neutra. A informação é adquirida pela medida e pela experiência: “uma palavra bem localizada, dita na hora certa, pode fazer nascer ou desmoronar o mundo” (MORIN, 2001). A informação é, enfim, difícil de captar porque é inseparável de um observador/conceituador.

3.1 Comunicação

A comunicação compreende todos os meios e formas de transmissão de informações. A palavra comunicar deriva do latim *communicare* e significa pôr em comum. Comunicação, nesse sentido, é convivência; está na raiz da comunidade, agrupamento caracterizado por forte coesão, baseado no consenso espontâneo dos indivíduos. Consenso quer dizer acordo, consentimento, e essa acepção supõe a existência de um fator decisivo na comunicação humana: a compreensão que esta exige, para que possa colocar em comum idéias, imagens e experiências (PENTEADO, 1980).

A comunicação é a resposta discriminativa a um estímulo. Ocorre comunicação quando alguma perturbação ambiental (o estímulo) vai de encontro a algum organismo, e este faz alguma coisa a respeito (dá uma resposta discriminativa). Se o estímulo é ignorado pelo organismo, não há comunicação. A prova é uma reação diferencial de alguma espécie. A mensagem que não tem resposta não é comunicação (STEVENS, 1950).

Os seres vivos são organizados de maneira comunicacional. A informação é, portanto, circulante (MORIN, 2001). Em sua essência, a comunicação tem como seu interesse central aquelas situações comportamentais em que uma fonte transmite uma mensagem a um receptor (ou receptores), com o propósito consciente de afetar o comportamento deste último (ou destes últimos) (MILLER, 1966). Quando se estabelece um processo de comunicação, deve-se levar em consideração que cada pessoa possui um universo, e cada um percebe de acordo com seus interesses, sua cultura e seus valores, que irão influenciar na interpretação, percepção da mensagem transmitida (REGO, 1986). No entanto, parece haver três níveis de problemas em comunicação: (a) técnico: refere-se à precisão na transferência de informações do emissor para o receptor; (b) semântico: refere-se à interpretação do significado pelo receptor, comparada ao significado pretendido pelo emissor; (c) de influência: refere-se ao êxito de, através do significado transmitido ao receptor, provocar a conduta desejada de sua parte (WEAVER, 1987).

A comunicação ou afeta a conduta do receptor ou está desprovida de qualquer efeito possível ou discernível (SHANNON & WEAVER, 1975). Para tanto, os níveis citados devem ser considerados no momento de gerar a mensagem. Conforme os autores, informação é uma medida da liberdade de escolha que se tem no ato de selecionar uma mensagem. Portanto, quanto maior liberdade de escolha, maior incerteza e maior informação.

No entanto, a incerteza referida é a liberdade de escolha, e não a originada por erros ou proveniente de ruídos.

4. Discussão

No Brasil, segundo o Ministério da Saúde (2004), aproximadamente 1,7% da população doa sangue. O recrutamento de doadores voluntários, altruístas e habituais e que correspondam a pelo menos 2,2% da população brasileira, em 2005, até atingir 3%, em 2007, é uma das metas do Programa Nacional de Sangue. Nesse sentido, observa-se a necessidade de ampliar a captação de doadores, de forma a ampliar o universo de doadores de sangue.

Campanhas de conscientização sobre a importância da doação de sangue têm sido largamente utilizadas como alternativas para muitos hemocentros e unidades hemoterápicas. Dentre estes processos, destacam-se campanhas de formas generalizadas, atingindo a população na sua totalidade. Entretanto, mesmo com um número acentuado de programas, constata-se ainda um desequilíbrio nos estoques de sangue no País.

Entre as alegações apresentadas para não doar, destacam-se, entre outros, a situação socioeconômica, medos, mitos, aspectos religiosos, concepções pessoais e acesso aos hemocentros pelos doadores de sangue. Existe, portanto, necessidade de desenvolvimento de novas estratégias que possam atingir a base do processo educacional, de forma eficiente e eficaz, promovendo a desmistificação, a motivação para doar e conscientização da importância deste ato solidário no exercício da cidadania. Facilitar e ampliar o acesso da comunidade às informações sobre a doação de sangue, promovendo-a e contribuindo para a garantia da qualidade do sangue doado, torna-se, assim, relevante para formar uma nova cultura em relação à doação voluntária de sangue, contribuindo com o despertar para a percepção da doação como responsabilidade social.

Diante dos diversos conceitos de informação apresentados, constata-se que inúmeros fatores do cotidiano da população dificultam um número substancial de doações de sangue; dentre eles está o acesso a informações, pois, em um país com problemas históricos como o Brasil, onde uma parcela da população está alijada de qualquer possibilidade de acesso a direitos fundamentais, como saúde, educação e segurança, e as condições socioeconômicas são responsáveis, em grande parte, pelas carências dos indivíduos, também a assimilação de informações ocupa papel decisivo.

Nesse sentido, o conhecimento dos benefícios da doação de sangue, para a população, possibilita não só o exercício do altruísmo e da dádiva, mas também o acesso e a possibilidade de realizar exames gratuitos. Na doação de sangue, a informação pode neutralizar questões como a desqualificação médica, o medo ou apatia, considerando-se que esta informação é estruturada na percepção do receptor. Da mesma forma, pode incentivar aqueles que recebem a mensagem da mídia e, ao tomarem conhecimento da necessidade de sangue, confrontam-se com a questão de doar em um nível pessoal, pois um indivíduo bem-informado sobre os benefícios de doar possui mais condições de tomar essa decisão. Um dos elementos que contribui para a cidadania é o acesso às informações que as pessoas possam ter, de modo a servirem como suporte para a tomada de decisões sobre os cursos de ação que estas queiram seguir (MAURIZI, 2001).

A informação sobre saúde é fundamental para o cidadão, torna possível a assim chamada “decisão bem-informada”, ou “consentimento bem-informado” (SABBATINI, 2000; VIEIRA, 2001). Os autores corroboram Weaver (1987), que apresentou a informação como uma medida da liberdade de escolha. Nesse aspecto, deve-se considerar, ainda, que esse tipo de informação participa de um processo complexo de geração de formas, na desordem e no barulho, decorrentes das várias percepções, incertezas e confusões, desdobrando-se na e pela esfera antropológica (MORIN, 2001).

Os indivíduos decidem por conta própria qual informação será utilizada ou rejeitada (MCGARRY, 1999). Esta tomada de decisão vai partir da observação da realidade, está sujeita a uma triagem influenciada por fatores pessoais, atrelada a percepção, provando atitudes e determinando opiniões e comportamentos (WELS & SIMÕES, 2003). Para tanto, é necessário comunicar a importância e a necessidade da doação de sangue, de forma que esta seja devidamente compreendida e assimilada, gerando a resposta pretendida.

Por outro lado, a comunicação para saúde é uma prática social, um processo que contribui para a formação e o desenvolvimento da consciência crítica das pessoas, estimulando a busca de soluções e a organização para a ação coletiva. Essa prática rejeita a concepção estática de comunicação e educação, entendidas, apenas, como transferência de conhecimentos, habilidades e destrezas. Em um sistema baseado na participação, a prática de comunicação é parte integrante da própria ação da saúde, e estas devem ser dinamizadas de modo integrado, em

todos os níveis do sistema e em todas as fases do processo de organização e desenvolvimento dos serviços de saúde (BRANDÃO, 2005).

Foi observado que as pessoas se sensibilizam com a necessidade de sangue, demonstrando disposição para doar quando efetivamente chamadas (LUDWIG, 2001). Ao aprofundar a análise, no entanto, a pesquisadora deparou-se com comportamentos variados, definidos pela complexidade de cada um. Constatou-se, assim, a necessidade de elaborar significados comuns de normas e valores, estáveis e salientes, para elaborar e desenvolver esta tradição cultural (TROMPENAARS, 1994).

Dessa maneira, a ênfase a essa questão torna-se importante, pois configura a possibilidade de pensar a comunicação com os doadores. Nesse contexto, apresenta-se a comunicação pública como uma comunicação praticada no espaço público democratizado, envolvendo diferentes setores da sociedade, e constata-se a força que exerce na sociedade. Entretanto, o que se percebe é que o grande interesse pela comunicação fica restrito às matérias que saem na mídia e aos anúncios veiculados, sem uma ação de comunicação integrada e de interesse público (OLIVEIRA, 2004).

Assim, este estudo pretende trazer uma contribuição para a comunicação sobre a doação de sangue. A compreensão destes aspectos é indispensável para a atuação junto à população, pois se considera que, embora haja a circulação de informações, não se observa a eficácia destas, o significado da mensagem não afeta de maneira desejada a conduta dos destinatários.

5. Conclusão

A informação e a comunicação na área da Saúde exercem, atualmente, um papel relevante. Entretanto, não ocorrem em sua plenitude, pois as deficiências da educação básica, no Brasil, impedem que grande parte da população compreenda e conheça a necessidade de doação de sangue.

A informação rege a sociedade via normas, regras, interdições (a condição de esquecer as relações de dominação, exploração, solidariedade entre os grupos que, por sua vez, determinam as regras, normas, interdições tanto quanto são determinados por elas). A cultura é, efetivamente, o complexo generativo matricial que perpetua a neguentropia, a complexidade, a originalidade, a identidade de cada sociedade, ao se transmitir de geração em geração, reproduzindo-se de maneira quase invariável entre os cérebros (MORIN, 2001).

Entretanto, a informação só será eficaz quando forem identificados clara e cuidadosamente os requisitos informacionais dos respectivos usuários. Do mesmo modo, um aspecto crítico deste processo é a necessidade de conhecer o processo decisório e a forma como os indivíduos utilizam a informação no momento de decidir.

As prioridades de informação somente podem ser definidas a partir do conhecimento dos eventos, fatos, problemas, oportunidades e do grau de importância atribuído a cada um destes aspectos. Para tanto, destacam-se as maneiras de se fornecer informações: a pesquisa, isto é, a exploração do ambiente à procura de indicadores, os representantes da informação, a auditoria

da informação, a avaliação da informação e a interpretação desta informação. Desse modo, as pessoas têm mais condições de assimilar as informações disponibilizadas.

Constata-se, no artigo, a reflexão crítica sobre as informações, a comunicação e seu papel na doação de sangue. Este aspecto permeia o artigo, pois se deve proporcionar informações com sentido para acabar com a incerteza. A informação tornou-se relevante na condução da sociedade, revelando-se um fator-chave na saúde pública, bem como na tomada de decisão do doador. No entanto, isso somente é possível com comunicação efetiva e contínua.

Referências

BOUGNOUX, D. *Introdução às ciências da informação e da comunicação*. São Paulo: Vozes, 1994.

BRANDÃO, A.C.C. *Papel da Anvisa*. Disponível em: http://www.orientacoesmedicas.com.br/finalidade_da_anvisa.htm. Acessado em: 14 abril 2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Notícias da Anvisa*. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2004>. Acessado em: 25 junho 2004.

BRILLOUIN, L. *Science and information theory*. New York: Academy Press, 1963.

DRUCKER, P.F. *Introdução à administração*. São Paulo: Pioneira, 2000.

GOLDRATT, E. *A síndrome do palheiro: garimpendo informação num oceano de dados*. São Paulo: Eucatur, 1991.

LUDWIG, S.T. *Um estudo da doação voluntária de sangue em hospitais de Porto Alegre*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PUC-RS, 2001.

MAURIZI, M.R. "El acceso a la información pública: un derecho de los ciudadanos y una obligación del Estado. El caso chileno". *Magazine*. 2001; n. 21, p. 26-35.

MCGARRY, K. *O contexto dinâmico da informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MILLER, G. *The psychology of communication*. Harmondsworth: Penguin Books, 1966.

MORIN, E. *Método I*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

NASCIMENTO, P.C. *Os mídia como espaço de troca simbólica: a informação como narrativa*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Porto Alegre, agosto-setembro 2004.

OLIVEIRA, M.J.C. *Poder legislativo e comunicação pública: uma perspectiva sobre a Região Metropolitana de Campinas*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – IV Encontro de Núcleos

de Pesquisa - Intercom. Porto Alegre; setembro 2004.

PENTEADO, J.R.W. *A técnica da comunicação humana*. São Paulo: Pioneira, 1980.

REGO, F.G.T. *Comunicação empresarial / comunicação institucional*. São Paulo: Summus, 1986.

RODRIGUES, A. *Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença, 1994.

SABBATINI, R. "Informação é saúde". *Correio Popular*. Campinas, 03 novembro 2000. Disponível em: <http://www.nib.unicamp.br/svol/artigo82.html>. Acessado em: 15 junho 2005.

SHANNON, C. & WEAVER, W. *A teoria matemática da comunicação*. São Paulo: Difel, 1975.

STEVENS, S.S. *Handbook of Experimental Psychology*. New York: Wiley, 1950.

TROMPENAARS, F. *Nas ondas da cultura: como entender a diversidade cultural nos negócios*. São Paulo: Educator, 1994.

VIEIRA, L. *Cidadania e globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

WADDINGTON, C.H. *Instrumental para o pensamento*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1979.

WEAVER, W. "A teoria matemática da informação". In: CONH, G. (org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Queiroz, 1987. p. 155-161.

WELS, A.M.C. & SIMÕES, R.J.P. "O processo da notícia a partir da Teoria da Informação: os paralelos possíveis entre os dois conceitos". *Líbero*. Revista Acadêmica da Faculdade Cásper Líbero, 2003; n.1, p. 100-104.

WIENER, N. *Cibernética ou controle e comunicação no animal e na máquina*. São Paulo: Polígono e Edusp, 1970.

YUEXIAO, Z. "Definitions and sciences of information". *Information, Processing & Management* 1988; v. 24, n. 4, p. 479-491.