

**ALICE FERRY DE MORAES**

**O USO DE ESTRATÉGIAS NA TRANSFERÊNCIA DE INFORMAÇÃO NOS  
VÍDEOS EM SAÚDE**

**Tese apresentada ao Curso de  
Doutorado em Ciência da Informação  
como requisito parcial para obtenção  
do grau de Doutor em Ciência da  
Informação**

**Prof<sup>a</sup>. Orientadora: Maria de Nazaré Freitas Pereira.**

**Rio de Janeiro  
2004**

M827 Moraes, Alice Ferry de.

O uso de estratégias na transferência de informações nos vídeos em saúde. Rio de Janeiro: IBICT-ECO/UFRJ, 2003.  
189 f.

Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

Bibliografia: f. 224-236.

1.Ciência da Informação 2. Transferência da informação.3. Estratégias informacionais. 4. Vídeos 5. Saúde. 6. Tese (Doutorado IBICT/MCT/ECO/UFRJ)  
1.Título.

CDU 007:614: 7.097

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

Alice Ferry de Moraes

### **O USO DE ESTRATÉGIAS NA TRANSFERÊNCIA DE INFORMAÇÃO NOS VÍDEOS EM SAÚDE**

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro em convênio com o Instituto Brasileira de Informação em Ciência e Tecnologia do Ministério de Ciência e Tecnologia.

#### **BANCA EXAMINADORA**

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria de Nazaré Freitas Pereira  
Doutora em Sociologia do Conhecimento  
pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vera Maria Portocarrero - UERJ  
Doutora (Livre Docência) em Filosofia da Ciência  
pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Inesita Soares de Araújo - FIOCRUZ  
Doutora em Comunicação e Cultura  
pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Nélide González de Gómez - IBICT  
Doutora em Comunicação e Cultura  
pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lena Vânia Ribeiro Pinheiro - IBICT  
Doutora em Comunicação e Cultura  
pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Suplentes: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luisa Medeiros Massarani - FIOCRUZ  
Doutora em Gestão, Educação e Difusão em Biociências  
pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Isa Maria Freire - IBICT  
Doutora em Ciência da Informação  
pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, 29 de Março de 2004.

**Dedico esta tese**

a meus pais (*in memoriam*),  
a meu marido Marcus e aos  
meus filhos Marcus e Joana.

## AGRADECIMENTOS

Aos professores desse Curso pelos ensinamentos recebidos, em especial à Prof<sup>a</sup>. Lena Vania R. Pinheiro pelo estímulo ao estudo da história da Ciência da Informação;

Aos funcionários desse Curso pela amabilidade, com destaque para Abneser da Silva Cunha;

A todos os colegas de curso pelo convívio, solidariedade e amizade, em particular Franceline Lins e Silva e Marcus José de O. Campos

Aos colegas de turma Gilda Helena R. Batista, Solange Zununga, Pedro Luiz Fernandes, Gustavo Freire, José Cláudio da C. Barros, Clóvis R. Montenegro e em especial à Joana Coeli Ribeiro Garcia, amiga e companheira de estudos e Maria de las Nieves Rapp, amiga solidária na reta final;

Ao colega de turma David Wahrsager (*in memoriam*) de tão breve convívio;

À Isa Freire, colega no início de Doutorado, pelos indícios teóricos;

Às minhas Diretoras e Chefes do CICT/Fiocruz pela confiança em mim depositada;

Aos colegas de trabalho pelo estímulo incansável, destacando Rejane Machado, Carla Carneiro, Alexandre Medeiros e Eduardo Martins, meu Chefe atual e colega de Doutorado;

Aos colegas do DCS pela oportunidade que se abriu para esta tese a partir do convite que recebi para integrar o júri da IV Mostra Nacional de Vídeos em Saúde, com agradecimento especial à Tânia Santos pelas informações e Eneo José Leite Coelho pela gravação dos vídeos;

À Luisa Massarani pela atenção e sugestões e Cláudia Travassos pelo apoio moral;

À Vera Portocarrero pelo empréstimo de livros e apoio;

Aos meus amigos pelo incentivo e carinho, ressaltando entre eles Vilma de M. Rangel Ney e José Ernesto Ney;

A todos de minha família pelo amor e compreensão;

À minha nora Ana Flaksman pela ajuda acadêmica;

Aos meus filhos Marcus e Joana por me ajudarem com seus talentos e afeto;

Ao meu marido Marcus Anibal, paciente companheiro nesta caminhada longa;

À minha Orientadora, Nazinha, por sua receptividade, afabilidade e magnitude no trato com os seres humanos.

*Para as pessoas pobres, a difícil realidade de suas vidas é a indignidade da negação de quase todos os seus direitos tais como: alimentos, água, saúde, educação, informação, moradia, segurança pessoal, justiça e equidade.*

**Sérgio Vieira de Mello (1948-2003)**

*In Memoriam*

MORAES, Alice Ferry de. *O uso de estratégias na transferência de informação nos vídeos em saúde*. 2004. 1v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Maria de Nazaré Freitas Pereira.

## RESUMO

A viabilidade do uso de estratégias no processo de transferência de informação, particularmente nos vídeos em saúde de projetos de intervenção social, nasce como pesquisa após participação em júri da III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde, promovida pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e ocorrida no Rio de Janeiro, em 1998. A diversidade de abordagens e a pluralidade de linguagens e de gêneros provocam nosso interesse e estimulam o estudo, iniciado pela história do uso de imagens em movimento na área da saúde no Brasil. O foco amplia-se para a Fiocruz por sua atuação como instituição de pesquisa no campo das Políticas de Comunicação do Sistema Único de Saúde (SUS). A área da saúde utiliza a ação informacional na prevenção de doenças e na promoção da saúde, ratificando a intenção de desencadear mudança comportamental nos indivíduos. As questões levantadas por esse tema têm raízes em outras que integram o âmago da Ciência da Informação, ou seja, a transferência da informação e conseqüente mudança da estrutura cognitiva de seu receptor, a qual agregam-se categorias de estratégias informacionais apresentadas como instrumentos facilitadores desses processos. O uso de estratégias é uma intervenção informacional baseada no poder, no saber e na ética. A questão ética destaca-se e esclarecimentos sobre ela são buscados em autores da Sociologia e Filosofia. A partir de modelos e conceitos de áreas como Comunicação, Linguística, Cognição, Sociologia, Educação, que apontam os objetivos e a intenção da informação transferida, resulta a construção de estratégias informacionais, categorizadas em comunicacionais, discursivas, cognitivas, socioculturais, educacionais e de poder. E com base nos elementos tecnológicos dos equipamentos do vídeo constroem-se as estratégias informacionais técnicas. Categorias de vídeos em saúde são criadas a partir de observações de vídeos que integram o cotidiano informacional e a III Mostra. Esta é descrita como o campo observacional prioritário desta tese e a análise de dados das fichas técnicas dos vídeos finalistas fornecem uma visão da produção de vídeos em saúde nesse período. A identificação das estratégias é facilitada pela Análise do Discurso, percebendo-se, em algumas situações exemplificadas em seis vídeos da Mostra, o uso simultâneo de mais de uma das estratégias. A produção de futuros vídeos também pode dispor desses mesmos mecanismos de acordo com o objetivo que se quer atingir. É possível, por meio da utilização das estratégias, facilitar a transferência de informações nos vídeos e, por extensão, pode-se recomendar esse uso em *sites*, portais, hipertextos e outras modalidades informacionais que, em especial, usam imagens para transferir informações adequadas aos usuários e seus contextos.

## PALAVRAS-CHAVES

Ciência da Informação. Estratégias informacionais. Transferência de informação. Vídeos. Saúde

MORAES, Alice Ferry de. *O uso de estratégias na transferência de informação nos vídeos em saúde*. 2004. 1v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Maria de Nazaré Freitas Pereira.

## ABSTRACT

The feasibility of using strategies in the information transfer process, particularly in health videos for social intervention projects, is born as a research carried out after participation in the panel of judges of the III National Health Video Show promoted by *Fundação Oswaldo Cruz -Fiocruz* held in Rio de Janeiro in 1998. The diversity of approaches and the plurality of languages and genres arouse our interest and stimulate the study that had its roots in the history of the use of moving images in the health area in Brazil. The focus widens to cover *Fiocruz* for its performance as a research institution in the field of Communications Policies of the Brazilian Unified Health System (SUS). Informational action in the health area is used in disease prevention and health promotion ratifying the intention of triggering behavior modification in individuals. Questions roused by this subject have their roots in other questions that are part of the essence of Information Science, that is, information transfer and the consequent change of the cognitive structure of its recipient, to which categories of informational strategies presented as facilitating instruments of those processes are added. The use of strategies is an informational intervention based on power, knowledge and ethics. The ethical question stands out, and explanations about it are searched in Sociology and Philosophy authors. Informational strategies categorized as communicational, discursive, cognitive, sociocultural, educational, and power strategies are built on the basis of models and concepts from areas such as Communications, Linguistics, Cognition, Sociology and Education that indicate both the objectives and the intention of the information transferred. And it is based on the technological elements of video equipment that the technical informational strategies are built. Categories of health videos are created based on the observation of videos that are part of the informational day-to-day as well as from the III National Health Video Show. This Show is the main observational field for this thesis, and the data analysis of the finalist videos technical records provides a view of health video production in that period. Identification of the strategies is facilitated by the Discourse Analysis allowing, in some situations exemplified in six videos from the Show, the detection of the simultaneous use of more than one strategy. The production of future videos can also use the same mechanisms according to the objectives to be achieved. By using the strategies, it is possible to facilitate information transfer in the videos and, by extension, their use can be recommended in sites, portals, hypertexts and other informational modalities that particularly use images to transfer information suitable for users and their environment.

## KEY WORDS

Information Science. Informational strategies. Information transfer. Videos. Health.

## SUMÁRIO

<b>1. PLANO GERAL</b> .....	p. 1
<b>2. RAZÕES A MAIS PARA A ESCOLHA DOS VÍDEOS</b> .....	p. 9
<b>3. EIXO DE AÇÃO</b> .....	p. 17
<b>4. NA TELA</b> .....	p. 20
4.1 – III MOSTRA NACIONAL DE VÍDEOS EM SAÚDE .....	p. 21
4.2 – TIPOS DOS VÍDEOS EM SAÚDE .....	p. 24
<b>5. VÍDEOS – FORMA, CONTEÚDO E UM POUCO DE HISTÓRIA</b> .....	p. 27
5.1 – IMAGENS EM MOVIMENTO .....	p. 28
5.1.1 – <b>Passado, presente e futuro dos vídeos</b> .....	p. 34
5.1.2 – <b>Produção de vídeos em saúde</b> .....	p. 39
5.2 – INFORMAÇÃO EM SAÚDE .....	p. 45
5.2.1 – <b>Informação em saúde no Brasil</b> .....	p. 45
5.2.1.1 – Informação em saúde no cinema .....	p. 48
5.2.1.2 – Informação em saúde na televisão .....	p. 50
5.2.2 – <b>Informação em saúde na Fiocruz</b> .....	p. 52
5.2.2.1 – <i>Canal Saúde</i> .....	p. 53
5.2.2.2 – <i>VideoSaúde Distribuidora</i> .....	p. 57
5.2.3 – <b>Ética e qualidade na informação em saúde</b> .....	p. 60
<b>6. ARGUMENTO – INTERVENÇÃO SOCIAL NA SAÚDE</b> .....	p. 62
<b>7. CRÉDITOS TEÓRICOS</b> .....	p. 70
7.1 – ELENCO PRINCIPAL .....	p. 72
7.1.1 – <b>Transferência e ação da informação na Ciência da Informação</b> .....	p. 73
7.1.1.1 – Modificação da estrutura do conhecimento .....	p. 74
7.1.1.2 – Conhecedor, conhecimento e mecanismo intermediário .....	p. 76
7.1.1.3 – Problemas informacionais .....	p. 79
7.1.1.4 – Ação pragmática e retórica .....	p. 82
7.1.1.5 – Assimilação da informação .....	p. 86
7.1.1.6 – Informação e transformação social .....	p. 88
7.1.1.7 – Antropologia da Informação .....	p. 92
7.2 – COADJUVANTES .....	p. 94
7.2.1 – <b>Transferência da informação</b> .....	p. 95
7.2.2 – <b>Cognição coletiva</b> .....	p.101
7.3 – PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS .....	p.105
7.3.1 – <b>Agir comunicativo</b> .....	p.106
7.3.2 – <b>Dispositivo e atuação do saber e poder</b> .....	p.111
7.3.3 – <b>Humanos e não humanos</b> .....	p.114
7.3.4 – <b>Teoria da ação</b> .....	p.115

<b>8. FOCAGEM – INTERVENÇÃO INFORMACIONAL NA SAÚDE</b> .....	p.119
<b>9. EFEITOS ESPECIAIS</b> .....	p.124
9.1 – <b>ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS</b> .....	p.125
9.1.1 – <b>Estratégias informacionais comunicacionais</b> .....	p.127
9.1.2 – <b>Estratégias informacionais discursivas</b> .....	p.131
9.1.3 – <b>Estratégias informacionais cognitivas</b> .....	p.137
9.1.4 – <b>Estratégias informacionais socioculturais</b> .....	p.141
9.1.5 – <b>Estratégias informacionais de poder</b> .....	p.145
9.1.6 – <b>Estratégias informacionais educacionais</b> .....	p.150
9.1.7 – <b>Estratégias informacionais técnicas</b> .....	p.154
9.2 – <b>ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS NOS VÍDEOS DA III MOSTRA</b> .....	p.157
9.2.1 – <b>Antes que seja tarde</b> .....	p.158
9.2.2 – <b>E por falar de vida</b> .....	p.160
9.2.3 – <b>Kamenã</b> .....	p.163
9.2.4 – <b>Vamos acabar com a diarreia</b> .....	p.165
9.2.5 – <b>Aborto legal</b> .....	p.167
9.2.6 – <b>E agora, Aurora ?</b> .....	p.170
9.3 – <b>ANÁLISE DAS FICHAS TÉCNICAS DOS VÍDEOS DA III MOSTRA</b> .....	p.173
9.3.1 – <b>Títulos</b> .....	p.173
9.3.2 – <b>Tempo de duração</b> .....	p.173
9.3.3 – <b>Ano de produção</b> .....	p.175
9.3.4 – <b>Formatos</b> .....	p.175
9.3.5 – <b>Diretores</b> .....	p.177
9.3.6 – <b>Produtores</b> .....	p.178
9.3.7 – <b>Locais de produção</b> .....	p.180
9.3.8 – <b>Temas</b> .....	p.182
9.3.9 – <b>Tipos de projetos de intervenção social</b> .....	p.184
9.4 – <b>CARACTERÍSTICAS GERAIS DOS VÍDEOS DA III MOSTRA</b> .....	p.186
<b>10 . “FIM “</b> .....	p.187
REFERÊNCIAS .....	p.194
ANEXOS .....	p.206

## LISTA DE QUADROS

### QUADRO 1

Estratégias de redução de risco ..... p. 67

### QUADRO 2

Diferenças entre promoção da saúde e prevenção de doença ..... p. 69

### QUADRO 3

Espectros informacionais ..... p. 77

### QUADRO 4

Resumo de conceitos e generalizações da integração multiteórica da Comunicação p. 99

**LISTA DE TABELAS**

TABELA 1	
Tempos de duração dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 174
TABELA 2	
Ano de produção dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 175
TABELA 3	
Formatos dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 177
TABELA 4	
Tipos de direção dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 178
TABELA 5	
Tipos de produtores dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 179
TABELA 6	
Parcerias de produção dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 180
TABELA 7	
Estados produtores dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 181
TABELA 8	
Regiões de produção dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 181
TABELA 9	
Temas dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 184
TABELA 10	
Tipos de projetos dos vídeos selecionados na III Mostra .....	p. 185

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA	- Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS
ABRASCO	- Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva
AD	- Análise do Discurso
AIDS	- Acquired Immunodeficiency Syndrome
AL	- Alagoas
ANATEL	- Agência Nacional de Telecomunicações
ASAP	- The Alcohol Substance Abuse Prevention Program
ASIS	- American Society for Information Science
ATEI	- Asociación de televisión Educativa Iberoamericana
BA	- Bahia
BID	- Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIRD	- Banco Mundial
BIREME	- Centro Latino Americano e do Caribe de Informações em Ciências da Saúde
CAMCORDER	- Camera recorder
CAPES	- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior
CATI	- Coordenadoria de Assistência Técnica Integral
CD-ROM	- Compac disc – random operating memory
CEDERJ	- Centro de Educação a Distância do Estado do Rio de Janeiro
CEPAS	- Centro de Estudios de Política, Administración y Sociedad
C & T	- Ciência e tecnologia
CFEMEA	- Centro Feminista de Estudos e Assessoria
CI	- Ciência da Informação
CICT	- Centro de Informação Científica e Tecnológica
CINI	- Comitê de Infra-estrutura de Informações
CIS	- Centro de Intervenção Social
CNBB	- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
COC	- Casa de Oswaldo Cruz
COEX/UFPB	- Coordenação de extensão Cultural da Universidade Federal da Paraíba
CONASEMS	- Conselho Nacional de Secretários Municipais de Saúde
CONCINE	- Conselho Nacional de Cinema
COOPAS	- Cooperativa de Produção de Audiovisuais de Saúde, Saneamento e Meio Ambiente Ltda.
CPCE/UNB	- Centro de Produção Cultural e Educativa da Universidade de Brasília
DCS	- Departamento de Comunicação em Saúde
DECS	- Descritores em Ciências da Saúde
DEXTRU	- Divisão de Extensão Rural (da CATI)
DF	- Distrito Federal
DST	- Doenças sexualmente transmissíveis
DVD	- Digital video disc
ECO/UFRJ	- Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro

ECOS	- ECOS Comunicação em Sexualidade
ED	- Editora
EDS	- Editores
EDUERJ	- Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro
EDUSC	- Editora da Universidade Sagrado Coração
EDUSP	- Editora da Universidade de São Paulo
EMBRATEL	- Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A.
EMATER	- Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
ENSP	- Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca
EP	- Extend play
EPU	- Editora Pedagógica e Universitária
ES	- Espírito Santo
ESPP/PR	- Escola de Saúde Pública do Paraná
Ex	- Exemplo
FARMANGUINHO	- Instituto de Tecnologia de Fármacos
S	
FGV	- Fundação Getúlio Vargas
FID	- Fédération Internationale d'Information et Documentation
FID/ET	- Fédération Internationale d'Information et Documentation/Education and Traing Committee
FIERGS	- Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul
FIOCRUZ	- Fundação Oswaldo Cruz
FMUSP	- Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo
FNS/PE	- Fundação Nacional de Saúde/Pernambuco
FUSAM	- Fundação de Saúde Amauri Medeiros
GO	- Goiás
HDTV	- High definition television
IBASE	- Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBICT	- Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IBID	- Ibidem (na mesma obra)
INAMPS	- Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social
INSS	- Instituto Nacional do Seguro Social
IPPUR	- Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional
IS	- Informação em saúde
ISA	- Information Science Abstracts
ISCTE	- Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa
IUPERJ	- Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro
JVC	- Victor Company of Japan Ltd.
LISA	- Library & Information Science Abstracts
LP	- Long play
MEC	- Ministério da educação
MG	- Minas Gerais
MIT	- Massachusetts Institut of Technology
MS	- Ministério da Saúde
NBR	- Net Brasil
NEPCOM	- Núcleo de Estudo e Projetos em Comunicação

NHK	- Nippon Hoso Kyuokai
NTSC	- National Television System Committee
NVT	- Núcleo de Vídeos
OMS	- Organização Mundial da Saúde
ONGs	- Organizações não governamentais
OP.CIT.	- Opus citatum (na obra citada)
OPAS	- Organização Pan-Americana de Saúde
ORGs	- Organizadores
PA	- Plano americano
PAIAD	- Programa de Atendimento Integral ao Alcoolista e Outros Dependentes Químicos
PAL	- Phase alternation by line
PASSIM	- Passim (aqui e ali)
PB	- Paraíba
PC	- Plano de conjunto
PD	- Plano de detalhe
PE	- Pernambuco
PG	- Plano geral
PM	- Plano médio
PNUD	- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PP	- Primeiro plano
PPGCI	- Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação
PR	- Paraná
PRAC/UFPB	- Pró Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários da Universidade Federal da Paraíba
RED POP	- Rede de Popularização da Ciência e de Tecnologia na América Latina e no Caribe
RJ	- Rio de Janeiro
RS	- Rio Grande do Sul
SAASP	- Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo
SBPC	- Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência
SC	- Santa Catarina
S.D.	- Sem data
SEA/PR	- Secretaria Estadual de Agricultura do Paraná
SENAC	- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAT	- Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte
SES/AL	- Secretaria Estadual de Saúde de Alagoas
SES/PE	- Secretaria Estadual de Saúde de Pernambuco
SES/SC	- Secretaria Estadual de Saúde de Santa Catarina
SESI/RJ	- Serviço Social da Indústria do Rio de Janeiro
SEST	- Serviço Social do Transporte
SMS/Rio de Janeiro/RJ	- Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro
SMS/Uberlândia/MG	- Secretaria Municipal de Saúde de Uberlândia
G	
SP	- São Paulo
SP	- Standard play

SPL	- Super long play
SS/DF	- Secretaria de Saúde do Distrito Federal
SUS	- Sistema Único de Saúde
SVHS	- Super video home system
TICs	- Tecnologias de informação e comunicação
TV	- Televisão
TVA	- TV Abril
TVE	- TV Educativa
UFBA	- Universidade Federal da Bahia
UFES	- Universidade Federal do Espírito Santo
UFF	- Universidade Federal Fluminense
UFGO	- Universidade Federal de Goiás
UFPB	- Universidade Federal da Paraíba
UFPE	- Universidade Federal de Pernambuco
UFRJ	- Universidade Federal do Rio de Janeiro
UNB	- Universidade de Brasília
UNDCP	- United Nations Office on Drugs and Crime
UNESCO	- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNESP	- Universidade Estadual Paulista
UNICAMP	- Universidade Estadual de Campinas
UNICEF	- United Nations Children's Fund
UNISINOS	- Universidade do Vale do Rio dos Sinos
URSS	- União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
USAID	- United States Agency for International Development
USF	- Universidade São Francisco
UTV	- Canal Universitário do Rio de Janeiro
VCR	- Video cassette recorder
VHF	- Very high frequency
VHS	- Video home system
VHS-C	- Video home system compact
VINITI	- Vserossiisky Institut Nauchnoi i Tekhnicheskoi Informtsii
VSD	- VideoSaúde Distribuidora

**LISTA DE ANEXOS**

## ANEXO I

Quadro geral dos títulos, tempos, anos e formatos dos vídeos selecionados na III

Mostra ..... p. 206

## ANEXO II

Quadro geral dos diretores dos vídeos selecionados na III Mostra ..... p. 208

## ANEXO III

Quadro geral de produtores e locais de produção dos vídeos selecionados na III

Mostra ..... p. 210

## ANEXO IV

Quadro geral dos temas dos vídeos selecionados na III Mostra ..... p. 212

## 1. PLANO GERAL

A idéia de produzir esta tese tem relação direta com um acontecimento inesperado e importante de minha vida, ou seja, com o que a metodologia identifica como um **incidente crítico** (usado quando um evento inusitado é a origem de uma pesquisa). Ele permite o emprego da primeira pessoa do singular em sua narrativa, tal como passo a usar neste texto de introdução.

Este capítulo é chamado de PLANO GERAL porque esse é o plano, comumente, usado no início dos vídeos, para dar uma idéia do tema e de sua ambientação.

A escolha do vídeo como objeto de pesquisa nasceu durante minha participação no júri da III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde, promovida no final de 1998 pela VideoSaúde Distribuidora (VSD) da Fiocruz, integrante do Departamento de Comunicação em Saúde (DCS) do Centro de Informação Científica e Tecnológica (CICT) da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), onde trabalho.

Apesar de não estar lotada nesse Departamento (DCS) e sim, naquela ocasião, em outro Departamento do CICT, a Biblioteca de Manguinhos, fui convidada para o júri por ser jornalista, cientista da informação e por minha ligação com o cinema e o vídeo na minha vida pessoal e familiar.

A diversidade de abordagens sobre temas da Saúde, assim como a pluralidade de linguagens e de gêneros presentes nos vídeos da III Mostra analisada me chamaram a atenção. Em muitos casos era fácil identificar referências aos diversos gêneros comunicacionais da televisão como o telejornalismo, a novela, a publicidade. Observei que as linguagens iam da cultura popular ao discurso científico. Gêneros e linguagens mesclavam-se formando um “mosaico informacional” e eu, por força de minha profissão, comecei a distinguir tipos de vídeos, de uma forma espontânea, a partir de seus conteúdos e possíveis públicos.

Notei que as informações dos vídeos analisados eram apresentadas, em sua maioria, por meio de linguagens simples e de fácil compreensão, mediante depoimentos de pessoas humildes (povo em geral e agentes comunitários de saúde). Havia, também, os relatos

científicos, cuja compreensão plena exigia um conhecimento prévio, sendo, portanto, dirigidos aos pares dos relatores. Os vídeos institucionais faziam uso de uma linguagem de percepção mais abrangente com o intuito de divulgar os serviços oferecidos por suas Instituições produtoras. O caráter didático do discurso de alguns vídeos era evidente.

Após a Mostra, acompanhei, durante um período de seis meses, o movimento de empréstimo na videoteca, localizada na Biblioteca de Manguinhos, para identificar os usuários dos vídeos e os temas procurados. Essa videoteca, que tem o papel de repositório do acervo da VSD, abriga cerca de dois mil títulos de vídeos e é procurada por instituições de saúde, alunos e professores de escolas de 1º, 2º e 3º graus, organizações não governamentais (ONGs), líderes de comunidades, emissoras de tevê aberta, tevês por assinatura, bibliotecas e pesquisadores da própria Fiocruz.

Os temas e gêneros dos vídeos à disposição dos usuários dessa videoteca são inúmeros. A AIDS, as DST (doenças sexualmente transmissíveis), a biossegurança, doenças sazonais, tais como a dengue (verão) e a meningite (inverno), estão entre os assuntos mais procurados. Os gêneros vão de exposições de caráter educativo a denúncias de problemas de saúde. Por meio dos empréstimos, constatei também que, muitas vezes, o vídeo servia de complemento às informações textuais encontradas na Biblioteca de Manguinhos.

Pude verificar, então, que os diversos tipos de conteúdos e formas de transferência de informação usadas pelos vídeos tinham seu público específico. Isso me ajudou na construção da tipologia dos vídeos.

Em todos os vídeos a que assisti, as informações transferidas por eles vinham acompanhadas da mensagem CUIDE-SE ou CUIDE, que tem um caráter persuasivo. Isso despertou minha atenção e a partir daí, iniciei uma busca teórica sobre persuasão que me conduziu às estratégias em diversas áreas como a Comunicação, a Sociologia, a Linguística e, obviamente, na Ciência da Informação. O número expressivo de resultados positivos da pesquisa ficou com a Comunicação.

O tema “estratégia” sempre provoca polêmica e isso se deve, creio eu, à origem da palavra. Estratégia, que etimologicamente significa comando do exército (do grego

*strategia*), sempre esteve relacionada à arte militar.<sup>1</sup> Por extensão, passou a ser usada com o sentido associado à habilidade, astúcia, esperteza, ardil, manha para obtenção de algo.

Nesta tese opto por uma outra visão, semelhante, porém mais apropriada. Associo estratégia à arte de aplicar os meios disponíveis ou de explorar condições favoráveis para alcançar objetivos específicos. Diante disso, surgem as seguintes dúvidas: é possível usar estratégias na transferência da informação? Quando presentes, como elas atuam nesse processo? É ético o uso de estratégias informacionais? Estava, assim, lançada a semente para esta tese.

Os vídeos em saúde, escolhidos para a observação desse processo, são os utilizados em intervenção social, cujo objetivo é promover a saúde ou prevenir doenças por meio da mudança de comportamento dos indivíduos com base nas informações transferidas. As estratégias estão presentes na intervenção social e são consideradas importantes, principalmente sob o aspecto informacional.

Reforçando a escolha desse objeto de pesquisa, aparece a participação ativa da Fiocruz, todos os anos, na Conferência Nacional de Saúde, como instituição de pesquisa, não só na área da Saúde, mas também no campo das Políticas Informação e Comunicação para o Sistema Único de Saúde (SUS) e para as ações de Saúde Pública. A Fiocruz pratica a pesquisa científica e atua na difusão e divulgação científicas de diversas formas estando, entre elas, a produção e distribuição de vídeos através da VSD e a realização de programas sobre saúde para a televisão, como o *Canal Saúde*.

Os vídeos pesquisados são os finalistas da III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde que hoje fazem parte dos acervos da Biblioteca de Manguinhos e da VideoSaúde Distribuidora. Eles são videocassetes, em formato VHS, SVHS e Betacam, muito empregados na maioria da produção da área da saúde, mesmo com o uso dos já existentes vídeos digitais realizados por algumas produtoras.

Este trabalho abrange dois pontos importantes para a Ciência da Informação: a transferência da informação e o potencial da informação transferida para mudar a estrutura

---

<sup>1</sup> Como curiosidade queremos informar que Minerva, a deusa romana da Sabedoria era também a Deusa da Estratégia. Portanto, sabedoria e estratégia encontram-se ligadas na mitologia desde a Antigüidade, ou seja, quando Minerva era Palas Atenea, na Grécia.

cognitiva de quem a recebe, tal como afirmam os teóricos da visão cognitivista da Ciência da Informação.

Partindo da hipótese que determina sua existência e uso, busco provar que as **estratégias informacionais facilitam a transferência da informação**. E por considerar a **informação como responsável por mudanças na estrutura cognitiva individual e social**, considero que as informações assim transferidas colaboram para o alcance dos objetivos dos vídeos utilizados para promover a saúde e prevenir doenças.

É importante ressaltar que há casos em que as causas de problemas de saúde não estão relacionadas ao comportamento da comunidade, e sim a problemas de infra-estrutura social como saneamento, fome *etc.* Para enfrentar esses problemas, as informações contidas nos vídeos podem servir para a conscientização daquela comunidade e conseqüente reivindicação de seus direitos às autoridades competentes.

E por que o interesse pelas estratégias com essa função? Ainda durante a análise dos vídeos selecionados como finalistas da III Mostra, pude notar que alguns deles conseguiram passar seus conteúdos de maneira agradável e objetiva, despertando interesse. Outros, apesar da sedução imposta por suas imagens, não traziam informações relevantes ou quando elas existiam, eram transmitidas de modo truncado e desinteressante. Nesse momento, lembrei-me das aulas da graduação na Escola de Biblioteconomia e Documentação sobre atendimento ao público. Nelas, aprendi que o livro ou documento entregue ao usuário deveria estar ao alcance de seu discernimento e interesse. Percebi, então, que o uso de estratégias informacionais poderia resolver parte desses problemas, tornando a transferência da informação melhor.

Isso fortaleceu minhas idéias a respeito das estratégias informacionais que tanto podem ser conhecidas para serem usadas na hora da produção dos vídeos quanto podem ser identificadas no momento de empréstimo dos vídeos, de modo a favorecer a escolha e oferta da informação adequada ao usuário.

Para abordar todas as questões expostas, a construção desta tese obedecerá ao seguinte esquema. Os primeiros capítulos terão suas estruturas montadas de maneira a atender às exigências formais, isto é, terão introdução, hipótese e objetivos no Capítulo 1 –

**PLANO GERAL**, apresentado agora. A justificativa desta pesquisa estará no Capítulo 2 – **RAZÕES A MAIS PARA A ESCOLHA DOS VÍDEOS**.

Os procedimentos metodológicos empregados encontram-se, no Capítulo 3 – **EIXO DE AÇÃO**.

O campo de observação geral, ou seja, a III Mostra, será descrito no Capítulo 4 – **NA TELA**, assim como os tipos de vídeos em saúde criados a partir dos vídeos dessa Mostra e do meu cotidiano frente à televisão.

A observação específica dirige-se ao vídeo em saúde, objeto empírico (material) desta tese, constituído por **INFORMAÇÃO EM SAÚDE** (conteúdo) e **IMAGENS EM MOVIMENTO** (forma). Dele tratará, especificamente, o Capítulo 5 – **VÍDEOS – FORMA, CONTEÚDO E UM POUCO DE HISTÓRIA**.

No Capítulo 5, apresentarei elementos e efeitos das **IMAGENS EM MOVIMENTO**. Abordarei, também, um pouco da história dos vídeos e seu futuro. Em seguida, estarei relatando, de forma sucinta, o processo de produção de vídeos para que sejam percebidas as fases, nas quais as estratégias podem ser empregadas.

Ainda nesse Capítulo, ao discorrer sobre **INFORMAÇÃO EM SAÚDE (IS)**, apresentarei um pequeno histórico da difusão da informação em saúde no Brasil sob o ponto de vista político-social, relatando as experiências no setor com o uso do cinema e da televisão.

A informação em saúde produzida na Fiocruz será abordada, com destaque para a atuação do Canal Saúde, que veicula diversos tipos de vídeos da área e para a atuação da VideoSaúde Distribuidora, que é peça importante na disseminação desses vídeos e no incentivo para produção deles por todo o país.

Questões como ética e padrões de qualidade desse tipo de informação não serão esquecidas nesse Capítulo.

O Capítulo 6 – **ARGUMENTO: INTERVENÇÃO SOCIAL NA SAÚDE** trará conceitos sobre esse processo e o papel da informação nessa área.

O Capítulo 7 chama-se **CRÉDITOS TEÓRICOS** e ele subdivide-se em **ELENCO PRINCIPAL**, **COADJUVANTES** e **PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS**.

O ELENCO PRINCIPAL é assim chamado por ser dedicado aos teóricos internacionais e nacionais da Ciência da Informação, cujos textos sobre transferência da informação e a ação da informação estarão servindo de base para esta tese. Esses teóricos pertencem à visão cognitivista da CI.

Nos vídeos, os atores escolhidos para o elenco principal apresentam particularidades que dão o tom de seu conteúdo. Entre essas particularidades está o *physique de rôle* (físico para o papel), metaforicamente aqui representado pelas teorias estudadas para responder à questão levantada, ou seja, o emprego das estratégias para facilitar a transferência da informação. Portanto, esses autores (atores metafóricos), falam de modificação da estrutura do conhecimento, da relação entre conhecedor, conhecimento e do mecanismo intermediário, dos problemas informacionais existentes, da ação pragmática e retórica da informação, da assimilação da informação, do papel da informação na transformação social e da antropologia da informação.

O Capítulo 7 apresentará ainda as considerações gerais a respeito dos resultados das buscas efetuadas nesses textos teóricos.

Os COADJUVANTES são atores que estabelecem um diálogo permanente com os atores do ELENCO PRINCIPAL. Aqui estarei apresentando a questão da transferência e a ação da informação sob o ponto de vista da Comunicação, além da cognição coletiva e a relação homem-tecnologia, apresentadas em textos de Pierre Lévy.

As PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS contam com a presença de atores que colaboram de forma expressiva para a realização do projeto, mesmo sem estarem em foco o tempo todo.

Ao falar de estratégias muitas dúvidas são levantadas sobre questões que estão relacionadas ao poder, saber e ética. Para esclarece-las, utilizarei textos de alguns autores da Sociologia e da Filosofia tais como Habermas, Foucault, Latour e Collins. Os temas abordados serão: o agir comunicativo, o dispositivo, a atuação do saber e do poder, a participação de humanos e não-humanos e a teoria da ação. Serão feitas considerações sobre esses temas, enfocando, particularmente, a questão ética.

O Capítulo 8 – **FOCAGEM: INTERVENÇÃO INFORMACIONAL NA SAÚDE** trará uma síntese sobre o uso de estratégias informacionais, vistas como

instrumentos de intervenção informacional para facilitar a transferência da informação na área da Saúde, especificamente. Legitimada a existência e uso das estratégias, com base na teoria e validada como ética, estarei apta para oferecer modelos de estratégias informacionais que poderão ser transformados em princípios metodológicos no processo de transferência informacional.

Os **EFEITOS ESPECIAIS** estarão no Capítulo 9. Nele exponho minhas contribuições à Ciência da Informação.

Aqui apresentarei as **ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS** criadas por esta tese a partir de modelos existentes em outras áreas, adaptadas para os vídeos, dentro dos objetivos da Ciência da Informação. Isso é possível porque a Ciência da Informação é uma área do conhecimento interdisciplinar, que mantém diálogo com outras áreas científicas como a Comunicação, Linguística, Cognição, Sociologia, Educação e a área tecnológica, representada aqui pelos vídeos e equipamentos para sua produção.

Tendo ainda a III Mostra como base, farei a análise de seis vídeos finalistas escolhidos para exemplificar o uso de **ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS NOS VÍDEOS DA III MOSTRA**.

O Capítulo 9 apresentará ainda uma análise das **FICHAS TÉCNICAS DOS VÍDEOS DA III MOSTRA** que foram considerados finalistas, assim como apontará as **CARACTERÍSTICAS GERAIS DOS VÍDEOS** selecionados nessa Mostra.

No Capítulo 10 - **“FIM”** apresentarei minhas considerações finais sobre a pesquisa realizada para a construção desta tese. Espero que os resultados obtidos possam contribuir para o uso mais consciente do vídeo. Espero também que a colaboração desta tese, que pretende dar às estratégias informacionais uma visibilidade teórica-metodológica, possa favorecer os vídeos. Refiro-me não apenas aos usados na intervenção social, mas também aos de divulgação e difusão científica, de educação à distância e ainda aos vídeos que poderão ser produzidos para as tevês (aberta e por assinatura).

A relação direta do vídeo com a televisão, mídia consagrada em nossa sociedade, e a força intrínseca das imagens aumentam o valor de uso do vídeo, agregando-se a isso sua comunicação ágil, de baixo custo e a não exigência de alfabetização para apreender o conteúdo de seu discurso. E isso não deve ser desperdiçado.

Na área da Saúde, esta pesquisa pode contribuir para aprofundar o conhecimento sobre o vídeo, tendo como objetivo geral observar a transferência de informação, realizada a partir de um olhar da Ciência da Informação, visando a prevenção de doenças e a promoção da saúde. Informação, tal como a saúde, desempenha um importante papel em nossa sociedade.

## 2. RAZÕES A MAIS PARA A ESCOLHA DOS VÍDEOS

A força comunicacional das imagens é reconhecida por todos. Elas foram utilizadas nos primeiros registros informacionais produzidos pelo homem quando, ainda nas cavernas, desenhos tentavam reproduzir ações do dia-a-dia como, por exemplo, caçadas, perseguições a animais *etc.*

As representações empregadas na produção do vídeo em saúde são de diversos tipos e, entre elas, algumas são semelhantes às utilizadas pela programação da popular televisão, aproximando-o ainda mais de seu espectador, e não há distinção quanto à sua utilização, uma vez que o vídeo em saúde desperta interesse em pessoas de diferentes classes sociais ou níveis educacionais. A imagem seduz a todos e sendo uma representação da realidade, ela traz consigo o encantamento dos registros em movimento e cores, envoltos em emoção.

Foi feita, para este trabalho, uma revisão de literatura nos principais *abstracts*<sup>2</sup> e catálogos de teses europeus, norte-americanos e brasileiros, em busca de trabalhos sobre vídeos e imagens em movimento na Ciência da Informação e na Comunicação. O período escolhido foi o de 1995 a 2000.

Pode ser observado que a Ciência da Informação trabalha a questão da representação do conhecimento contida nas imagens para poder melhor organizá-las. Foram encontrados alguns trabalhos sobre indexação de imagens, organização e preservação de acervos de vídeos e filmes. Confirmando essa tendência, recentemente houve a defesa de duas teses em Ciência da Informação, respectivamente de Rosa Inês Cordeiro<sup>3</sup> e Antônio Brasil<sup>4</sup> sobre indexação e organização de imagens em movimento. Foi notada também uma preocupação com a transferência e difusão das informações via imagem (videoconferência, educação à distância), mas foi observada uma lacuna sobre os discursos do vídeo e seu uso

---

<sup>2</sup> LISA - Library & Information Science Abstracts, London e ISA – Information Science Abstracts, New York.

<sup>3</sup> CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. *Representação integrada da documentação fílmica: critérios e princípios de análise da informação*, 1998. 1 v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Maria Nélida González de Gómez.

<sup>4</sup> GONÇALVES, Antônio Cláudio Brasil. *Os novos paradigmas da imagem em movimento: em busca de metalinguagem de representação visando a recuperação do conteúdo semântico*. 2003. 1 v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Orientadores: Prof. Aldo de Albuquerque Barreto e Prof<sup>a</sup>. Rosali Fernandez de Souza.

na divulgação e difusão científicas. O projeto de tese, qualificado em 2003, de Leila Beatriz Ribeiro<sup>5</sup> sobre narrativas fílmicas, aborda o uso da imagem em movimento (filme) como instrumento educativo.

Na busca nos *abstracts*, um artigo de Essex-Lopresti (1998)<sup>6</sup>, apresentado em duas partes, que relata o uso de imagem na área médica, de 1897 a 1997, destacou-se por ressaltar a troca do filme pelo vídeo como suporte informacional e o uso de imagens em movimento para a educação e treinamento na área da saúde a partir da Segunda Guerra Mundial.

Foi encontrada uma única pesquisa, nos EUA, dos autores Jacob e Shaw (1998)<sup>7</sup> sobre a *sociocognitivite* que analisa as estruturas internas de cognição diante das imagens do vídeo, baseadas em modelos mentais construídos a partir de experiências e aquisição formal de conhecimento. Esses modelos mentais permitem prever e interpretar os resultados de comportamentos explícitos. Infelizmente, apesar dos esforços empreendidos, esta pesquisadora não teve acesso a esse artigo.

A revisão de literatura revelou ainda um interessante artigo de Berinstein (1997)<sup>8</sup>, publicado na *Searcher*, sobre uma classificação de imagens em movimento. Foram mencionadas categorias como: instrutiva, documentária, narrativa, local, histórica, decorativa, emocional entre outras, a serem utilizadas nos vídeos.

A busca na área da Comunicação mostrou que as pesquisas sobre vídeo são desenvolvidas, prioritariamente, com um caráter tecnológico e, mais especificamente, sobre produção e difusão de imagens, uso de vídeo na educação e no registro histórico. Foi verificada uma preocupação com a produção e recepção do vídeo, com sua estética e fatores comunicacionais, além do registro eletrônico de imagens.

---

<sup>5</sup> RIBEIRO, Leila Beatriz. *Narrativas informacionais: cinema e informação como invenções modernas*. 2003. 1 v. Projeto de qualificação (Doutorado em Ciência de Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Orientadora: Profª. Regina Maria Marteleto.

<sup>6</sup> ESSEX-LOPRESTI, Michael. The medical film 1897-1997: part I. The first half-century. *Journal of audiovisual media in medicine*, London, v.2, n.1, p.7-12, Mar. 1998.

\_\_\_\_\_. The medical film 1879-1997: part 2. The second half-century. *Journal of audiovisual media in medicine*, London, v.21, n.2, p.48-55, Jun. 1998.

<sup>7</sup> JACOB, Elin K., SHAW, Debora. Sociocognitive perspectives on representation. *Annual Review of Information Science and Technology*, Medford, v.33, p.131-185, 1998.

<sup>8</sup> BERINSTEIN, Paula. Moving multimedia: the information value in images. *Searcher*, Medford, v.5, n.8, p.40-46, 48-49, Sept. 1997.

No decorrer do Curso, tivemos acesso a outros trabalhos e verificamos que o vídeo, como suas imagens em movimento, é uma tecnologia de múltiplas utilidades, que pode fazer parte da arte nacional e universal e também da vigilância municipal e local (prédios, supermercados, bancos *etc.*).

Diversas modalidades de uso do vídeo, já consagradas na sociedade, foram mencionadas por Paul Virilio (1994, p. 69)<sup>9</sup>: o vídeo-prova utilizado em tribunais na Inglaterra, Alemanha e França e o vídeo-arbitragem utilizado nos campos esportivos no mundo todo. Mas elas não fazem parte desta pesquisa.

A revisão de literatura ratificou os motivos para o desenvolvimento desta tese, ou seja, no período pesquisado não foi encontrado nada na área da Ciência da Informação, nem tampouco na Comunicação que falasse de estratégias informacionais utilizadas por vídeos ou quaisquer outros suportes tal como esta tese pretende trabalhar.

Uma busca no campo das pesquisas em Ciência da Informação, no Brasil, mostrou que nos cursos de pós-graduação começam a aparecer, nas linhas de pesquisa, temas relacionados a esta tese.

O artigo de Smit, Dias e Souza (2002, anexo)<sup>10</sup>, ao fazer um levantamento da pós-graduação em Ciência da Informação, fala sobre a existência, na UFBA, de uma linha de pesquisa com o tema *Estruturas e linguagens da informação*, onde a imagem registrada destaca-se como um dos objetos de estudo. Nessa mesma Universidade, outra linha de pesquisa, a *Informação e contextos*, trabalha com a informação em diferentes ambientes sociais, demanda de informação, necessidades do usuário e **estratégias** (grifo nosso). Na UFRJ/IBICT, a linha de pesquisa *Processamento e tecnologia da informação* trabalha com as diferentes formas de mediação dos processos comunicacionais, cognitivos e sociais nos quais a informação é objeto e o fim de uma **ação de intervenção** (grifo nosso) e transformação<sup>11</sup>. Outra linha de pesquisa, na UFRJ/IBICT, *Configurações sociais e políticas da informação* aborda os fluxos de informação em redes sociais, comunicacionais e tecnológicas no contexto brasileiro. A UNESP de Marília, em sua linha de pesquisa

---

<sup>9</sup> VIRILIO, Paul. *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1994.

<sup>10</sup> SMIT, Johanna; DIAS, Eduardo Wense; SOUZA, Rosali Fernandez de. Contribuição da pós-graduação para a Ciência da Informação no Brasil: uma visão. *DataGramaZero*, Rio de Janeiro, v.3, n.6, Dez. 2002. <http://www.dgzero.org.br>. Acesso em: 20 jan. 2003.

<sup>11</sup> Esta tese inclui-se nessa linha de pesquisa.

*Informação e Tecnologia* lida com a geração, transferência, utilização e preservação da informação em diversos ambientes, sendo um deles a sociedade em geral.

Esforços foram empreendidos no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da UFRJ/IBICT no sentido de privilegiar estudos sobre imagens. No dia 28/06/2001 foi realizado o seminário *Informação e Imagem*, coordenado pela Prof<sup>a</sup>. Lena Vania Ribeiro Pinheiro, com a participação da Prof<sup>a</sup>. Johanna Wilhelmina Smit, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP/ECA) e do Prof. Marcelo Carlos Gantos, da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), no qual a autora desta tese apresentou o trabalho *A produção de vídeos em saúde no Brasil*. Na mesma ocasião o colega, ainda doutorando, Antônio Brasil apresentou o trabalho *Representação da informação e imagem em movimento: um desafio cognitivo e tecnológico* e a colega Leila Beatriz Ribeiro, o trabalho *Narrativas filmicas: construção de um modelo de análise e interpretação informacional*, ambos com base em seus projetos de tese, mas as falas sobre imagens paradas, ou seja, fotografias também estavam presentes.

Outro esforço do PPGCI, visando estudos sobre imagens é exemplificado pela realização, nos dias 3 e 4/12/2001, do curso *Aproximación metodológica al análisis de contenido de los textos y de las imágenes*, ministrado pelo Prof. José Antonio Moreira González, da Universidad Carlos III de Madrid. O curso oferecido pela Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFRJ/IBICT em parceria com a Escola de Biblioteconomia (EB) da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), privilegiou a análise de imagens paradas, embora algumas informações sobre imagens em movimento tenham sido repassadas.

Sobre Saúde, uma iniciativa patrocinada pelo CNPq e desencadeada por pesquisadores do IBICT buscou “a construção, tratamento e divulgação de informação [...] a partir da definição conjunta por parte de produtores e usuários [...]”, visando o desenvolvimento de metodologias a serem efetivadas nas áreas da Ciência da Informação e Saúde sob a forma de parceria. Esta iniciativa constituiu-se em um projeto integrado de pesquisa que se chamou *Projeto Saci*<sup>12</sup>, teve quatro anos de duração (1996-1999), a

---

<sup>12</sup> BRAGA, Gilda Maria; CHRISTOVÃO, Heloísa Tardin. *Socialização da informação: desenvolvimento de metodologias para a sua efetivação*. Estudo aplicado às áreas de Ciência da Informação e de Saúde. Rio de Janeiro: [s.n.], 1996. (Projeto integrado de pesquisa)

hanseníase como tema e contou com a parceria da Fiocruz, IBGE, Prodasen. A equipe era formada por treze bolsistas, dezessete doutorandos e mestrandos e quinze pesquisadores das instituições participantes.

As imagens em movimento, que interessam a esta tese, referem-se não a filmes, mas a imagens gravadas em videocassetes, em formato VHS, SVHS e Betacam, para levar informações sobre saúde a diversas camadas da sociedade brasileira e esses podem, com o avanço da tecnologia, ser transformados em CD-ROM e DVD. Com os novos formatos para os vídeos, suas imagens poderão ser transmitidas pela televisão, computadores e aparelhos retransmissores próprios. As imagens neles veiculadas servem para educar e divulgar informações sobre saúde, treinar profissionais da área, além de atuar em ações de intervenção social. Portanto, é válida uma pesquisa sobre vídeos que podem continuar a serem utilizados como suportes informacionais.

Destacamos que a diferença entre os vídeos de intervenção social e os vídeos de divulgação científica é muito tênue. **Os vídeos de intervenção social, aqui mencionados, visam a promoção da saúde e a prevenção de doenças, buscando uma mudança de comportamento de seus espectadores.** Os vídeos de divulgação científica transpõem informações científicas “de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência”. (BUENO, 1995, p. 1421)<sup>13</sup> Bueno, de acordo com citação de Massarani<sup>14</sup>, baseou-se no conceito de divulgação de Pasquali<sup>15</sup> que diz que “divulgação é o envio de mensagens elaboradas mediante a transcodificação de linguagens, transformando-as em linguagens acessíveis, para a totalidade do universo receptor”.

Os vídeos são aqui analisados na sua função primordial, que é a de transferir informações, tema importante para a Ciência da Informação. Existem textos de diversos autores sobre a transferência da informação. Esses textos servem de base para estudos sobre a possibilidade de uso de **estratégias** no momento da transferência das informações.

---

<sup>13</sup> BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceitos e funções. *Ciência e Cultura*, São Paulo, v.37, p. 1420-1427, Set. 1995.

<sup>14</sup> MASSARANI, Luísa. *A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20*. 1998. 1v. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Orientadores: Prof<sup>ª</sup>. Lena Vania Ribeiro Pinheiro e Ildeu de Castro Moreira.

<sup>15</sup> PASQUALI, Antonio. *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila, 1978.

Quando essa transferência realiza-se, ela faz com que o usuário/espectador assimile a informação que, por sua vez, trará mudanças a sua estrutura cognitiva e poderá desencadear ações.

Confirmar a transferência da informação implica em desenvolver pesquisa sobre recepção, o que não é objetivo desta tese. Sobre esse aspecto, a pesquisadora Sousa (2001, p. 39)<sup>16</sup> destaca que ainda não existem estudos suficientes sobre a recepção das informações veiculadas aos efeitos dos vídeos no comportamento de seu público, no que se refere a intervenções no campo da saúde. É necessário explorar o papel desse tipo de mídia, de maneira a torná-la um veículo fértil de informações, sem esquecer as críticas sobre seu papel na formação de opinião.

Os vídeos de intervenção social usam uma linguagem adequada a seu público para, subsequentemente, desencadear ações ou mudanças de comportamento de seu público. As estratégias informacionais servirão de instrumentos de adaptação dos discursos desses vídeos que, muitas vezes, englobam mais de uma fala no seu interior. Foi o que verificou Rondelli (1995, p. 45)<sup>17</sup>, com base na análise de vídeos de programas de entrevista sobre saúde. Esses vídeos apresentam três tipos de discursos: o leigo (por meio de depoimentos de pessoas comuns facilitando a identificação do espectador com esse relato subjetivado); o especialista (por meio de depoimentos de médicos que, a partir do campo científico, tentam levar ao espectador informações sobre essa área, utilizando uma fala nem sempre simples, mas que, via de regra, emprega metáforas para maior clareza); o midiático (por intermédio da fala de um profissional – jornalista, educador *etc.* que faz a mediação entre os depoimentos leigo e especialista, podendo ser o fio condutor para a compreensão do tema). As estratégias informacionais podem ser úteis na harmonização desses discursos sem invalidá-los.

O jornalista Bernardo Kucinski, no relatório do Seminário *Mulher & Mídia* (1997)<sup>18</sup>, realizado em Vitória, no final dos anos 90, cita os dados apresentados no

---

<sup>16</sup> SOUSA, Isabela Cabral Félix de. Sucesso e fracasso numa experiência de educação em saúde. *Revista de Educação e Ensino – USF*, Bragança Paulista, v.4, n.1, p.39-44, Jan./Jun. 2001.

<sup>17</sup> RONDELLI, Elizabeth. Mídia e saúde: os discursos se entrelaçam. In: PITTA, Áurea M. da Rocha (Org.). *Saúde & Comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995. p. 38-47.

<sup>18</sup> SEMINÁRIO MULHER & MÍDIA: UMA PAUTA DESIGUAL?, 1997, São Paulo. [Relatório...] São Paulo: CFEMEA, Rede Saúde, 1997.

*workshop Mídia e Saúde*, extraídos de uma pesquisa e análise de oitocentas matérias sobre saúde publicadas em jornais. Durante essa pesquisa, foi observado que os médicos temem os jornalistas, que ambos sentem-se onipotentes, que há conflitos de linguagens entre eles e que a maioria dos jornalistas desconhece as questões de saúde. Apesar do exemplo acima estar relacionado ao jornalismo científico, responsável pela difusão científica, observações feitas por este trabalho sobre os elementos de produção dos vídeos em saúde (ver Anexo III), ressaltam que os problemas acima citados são visíveis na tela.

Segundo as principais recomendações do Seminário *Mulher & Mídia*, é preciso que haja histórias de saúde com personagens de casos reais dando depoimentos. Essa individualização sensibiliza o receptor, facilitando a transferência da informação. Outra recomendação diz respeito ao uso de uma linguagem direta, acessível a pessoas comuns sem, no entanto, incorrer em erros de conteúdo médico. Percebe-se que aqui podem ser utilizadas estratégias informacionais que atuarão na transferência dos conteúdos dos vídeos.

De acordo com o *Boletín sobre Reducción Desigualdades en Salud*<sup>19</sup>, um estudo publicado pela Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), patrocinado pelo Banco Mundial (BIRD) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), demonstra que os integrantes das populações de baixa renda não identificam sua má saúde ou enfermidades e, conseqüentemente, não recorrem aos centros de saúde, mesmo com assistência médica gratuita. Sendo assim, são necessários programas de educação em saúde pública para levar até essas pessoas informações úteis e, nessa hora, o vídeo é um veículo adequado.

Em entrevista a Magalhães, Montero Lago (2002, p.13)<sup>20</sup> afirma que, nos países mais carentes, muitos habitantes não têm formação educacional suficiente para entender as informações em saúde, por mais que elas sejam repassadas de maneira maciça. As campanhas são eficazes para atuar na prevenção de doenças, podendo reduzir índices de infestação nas áreas urbanas de maneira a impedir epidemias como, por exemplo, vem acontecendo com a dengue. A participação popular na prevenção de doenças é sempre útil,

---

<sup>19</sup>BOLETIN sobre reducci3n de desigualdades en salud. [mensagem institucional] [equidad@lisserv.paho.org](mailto:equidad@lisserv.paho.org). Recebida em: 14 jun. 2001.

<sup>20</sup> MONTERO LAGO, Grisel. Prevenç3o 3 para o ano todo. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 10 Mar. 2002. Primeiro Caderno, p.13. Entrevista concedida a Luiz Ernesto Magalhães.

mesmo durante uma epidemia. Todavia, como a bióloga cubana Montero Lago afirmou nessa mesma entrevista, devido à falta de instrução de parte da população, são necessários meios facilitadores para a compreensão das informações disseminadas. Alguns problemas, por vezes, ocorrem por parte de alguns promotores das campanhas de saúde que, ao transferir informações, não levam em consideração o contexto dos indivíduos que receberão essas informações. Aqui observamos um momento importante para o emprego de estratégias informacionais.

### 3. EIXO DE AÇÃO

O eixo de ação, na produção de vídeos, é uma linha imaginária na qual o ator ou objeto de destaque da cena deve permanecer para não sair do visor e desfocar a imagem na câmera. Os procedimentos metodológicos são uma espécie de eixo de ação de um trabalho científico e deles trataremos agora.

O ponto de partida desta tese é a III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde, realizada no Rio de Janeiro, em 1998, sob os auspícios da Fundação Oswaldo Cruz. O primeiro campo observacional é formado por sessenta e um vídeos finalistas dessa Mostra que foram selecionados por um júri do qual fez parte a autora desta tese. A partir daí, o interesse pelos vídeos amplia-se assim como o campo observacional, que passa a incluir os vídeos em saúde que integram os programas da televisão aberta e por assinatura.

O resultado desta primeira observação é a criação de uma tipologia de vídeos em saúde e o tipo escolhido para ser objeto desta tese é o de intervenção social. Por que esse tipo interessa? A justificativa está na sua relação direta com algumas atividades da Fiocruz que visam prevenir doenças e promover saúde e na revisão de literatura que aponta uma lacuna sobre os vídeos de intervenção social.

A hipótese levantada relaciona-se com a possibilidade da Ciência da Informação dar conta de um processo informacional que tem por objetivo mudar o comportamento dos espectadores dos vídeos, produzidos de maneira a intervir socialmente ao integrar ações de prevenção de doenças e promoção da saúde. Uma transferência de informação simples pode realizar tal intento ou será necessário o uso de estratégias para facilitar essa transferência para espectadores, via de regra, de baixa escolaridade e renda, com pouco ou nenhum acesso a outras fontes de informação? A noção sobre a necessidade do uso de estratégias cresce com a constatação da inoperância de alguns vídeos que, apesar da sedução exercida por suas imagens, oferecem pouca informação ou informação sem adequação aos seus potenciais espectadores.

Uma pesquisa bibliográfica leva-nos a definição do objeto e da construção do embasamento teórico e metodológico da tese.

Começamos por saber o que é o vídeo. Aqui aparece o primeiro problema: a literatura sobre ele é escassa. O que há, com frequência, são livros técnicos, manuais. Apesar disso foi possível conseguir textos teóricos, apresentando diversas abordagens que são colocadas nesta tese para mostrar a complexidade que envolve o vídeo. Algumas adaptações de textos sobre televisão e cinema foram feitas quando esses eram relacionados a atuação das imagens em movimento no contexto social tal como é aqui tratada. Um destaque foi dado às imagens em movimento na área da saúde e, em particular, produzidas pela Fiocruz.

Em seguida, uma outra pesquisa bibliográfica sobre intervenções sociais na área da saúde, que visam a mudança de comportamento dos indivíduos aos quais elas se destinam, aponta para o importante papel da informação nessas ações. Por esse motivo, a escolha pela visão cognitivista da Ciência da Informação consolida-se, pois as informações a serem transmitidas pelos vídeos para prevenção de doenças e promoção da saúde integram as ações de intervenção social com os mesmo objetivos, ou seja, a mudança de comportamento.

E de que maneira a informação pode ser mais facilmente transferida? Por meio da retórica, usada desde a Antigüidade. Essa é uma das respostas encontradas tanto na Ciência da Informação quanto na Comunicação, privilegiando, particularmente, a figura da persuasão.

São, então, escolhidos os autores nacionais e internacionais de áreas como a Comunicação, Sociologia, Filosofia e a própria Ciência da Informação que integram o “elenco” para responder às nossas dúvidas quanto à possibilidade da informação mudar os indivíduos e seu contexto social, quanto aos problemas informacionais existentes, quanto ao uso do vídeo enquanto tecnologia e quanto ao uso ético das estratégias, consideradas uma intervenção informacional por esta tese.

Respondidas essas questões, mais uma etapa de pesquisa bibliográfica é iniciada. Desta vez para a construção de uma tipologia de estratégias informacionais que poderá, no futuro, integrar uma metodologia de produção de vídeos e/ou uma metodologia de seleção de vídeos para atendimento a seus usuários. As estratégias a serem criadas poderão ter suas

existências e uso identificados por meio da Análise do Discurso que será realizada em seis vídeos finalistas (10%) da III Mostra.

A análise das fichas técnicas dos vídeos finalistas da III Mostra servirá para oferecer um panorama da produção de vídeos no Brasil e nas referidas época e área.

#### 4. NA TELA

Assistir aos vídeos finalistas da III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde foi decisivo para a escolha do tema e do campo observacional desta tese. A riqueza temática, de gênero e de discursos, despertou interesse para esse tão complexo objeto – o vídeo em saúde.

Pela sua construção, o vídeo em saúde enquadra-se na categoria ficção, mas seu conteúdo nos aproxima ainda mais da realidade, nem sempre agradável, pela sedução e força de suas imagens e de suas propostas.

Levar informação sobre saúde para comunidades carentes de tudo é uma tarefa nobre. Utilizar o vídeo, uma tecnologia bem atual, por suas transformações possíveis (CD-ROM e DVD) é fascinante. Ela torna a informação onipresente (TV, computador, telão, telinha) e universal. As imagens chegam, sem discriminações, a todos. Letrados e não letrados.

As informações nele contidas são polivalentes. Ensinam, discutem, influenciam, dão voz e vez, divulgam e salvam vidas.

Por tudo isso e muito mais, trabalhar com esses vídeos significa ampliar horizontes que nos levam, por vezes, a grandes distâncias por meio das informações de outros lugares e povos.

Trabalhar com informação e saúde proporciona a nossa inclusão no contexto social e ajuda a inclusão dos que estão fora dele.

#### 4.1 – III MOSTRA NACIONAL DE VÍDEOS EM SAÚDE

Esta tese teve como ponto de partida a III Mostra Nacional de Vídeos sobre Saúde realizada de 08 a 13 de dezembro de 1998, no Centro Cultural Banco do Brasil, no Rio de Janeiro.

A Mostra foi uma iniciativa do Departamento de Comunicação e Saúde (DCS), do Centro de Informação Científica e Tecnológica (CICT) da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) e teve como objetivo identificar, reunir e socializar a produção videográfica do país, abordando o tema saúde e outros relacionados a problemas sociais que resultam em problemas dessa área como, por exemplo, mendicância, questões de saneamento.

Esse evento (terceira edição) teve 160 vídeos participantes, enquanto sua primeira edição teve 71 produções e a segunda edição, 112 vídeos. A quarta edição, de 2003, contou com a participação de 232 vídeos. Isso demonstra a grande capacidade estimuladora que esse tipo de evento proporciona para a área de vídeos em saúde.

O júri selecionou 61 vídeos para serem os finalistas e a premiação em dinheiro foi para os três primeiros colocados. Os prêmios foram oferecidos pelo Instituto de Tecnologia de Fármacos (Far-Manguinhos) num total de R\$6.000,00 (seis mil reais). Além dos prêmios em dinheiro foram distribuídas quatro menções honrosas

Os participantes, segundo o regulamento, podiam ser de instituições públicas e privadas, organizações não governamentais, produtores independentes e outras entidades da sociedade civil. Foram aceitos os formatos VHS, SVHS, Hi-Eight, Betacam, U-Matic com produções datadas entre 1993 e 1998, que não excedessem cinqüenta e dois minutos de duração e que não tivessem participado das Mostras anteriores.

A Comissão julgadora foi composta por cinco membros sendo presidida pelo Dr. Eduardo Navarro Stotz, sociólogo e Doutor em Saúde Pública, pesquisador e professor da Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP). Os demais integrantes do júri foram: Alícia Ianissevich, jornalista, editora executiva da revista “Ciência Hoje” da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC); Dra. Tamara Tânia Cohen Egler, arquiteta, Doutora em Sociologia, produtora de vídeos, pesquisadora e professora do

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional (IPPUR/UFRJ), onde coordena a pesquisa “Comunicação e Cidade”; Inesita Soares Araújo, Mestre e Doutora em Comunicação Social, atualmente pesquisadora do DCS/CICT/FIOCRUZ e Alice Ferry de Moraes, jornalista e bibliotecária, Mestre em Ciência da Informação e autora desta tese.

Os vídeos premiados foram:

- 1º lugar – *Kamenã*, dirigido por Wilson Lazaretti e Maurício Squarisi, produzido pelo Núcleo de Cinema e Animação da UNICAMP, em 1995, com quatro minutos de duração. Trata-se de uma animação, produto de uma oficina realizada com crianças de oito a dez anos de tribos indígenas do Alto do Xingu e Amazonas sobre a história da saúde local.
- 2º lugar – *Vamos acabar com a diarreia*, dirigido por Paulo Costa e produzido pela Secretaria de Saúde de Pernambuco (SES-PE), em 1996, com onze minutos de duração. O tema diarreia, responsável por grande parte da mortalidade infantil do país, é abordado de maneira bem-humorada, mostrando modos de prevenir e tratar esse mal, culminando com uma música regional de fácil comunicação.
- 3º lugar – *TV Pinel – Programa 7*, dirigido pela Equipe da TV Pinel, produzido pelo Instituto Philippe Pinel, da Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro (SMS-RJ), em 1997, com trinta minutos de duração. Trata-se de um programa, integrante de uma série, elaborado por doentes mentais, usuários do hospital psiquiátrico produtor do vídeo, com apresentação de diversos quadros que abordam a loucura, a arte e a cultura.
- Menção honrosa – *Onde está Franco?*, dirigido por Luís Antônio Baptista, produzido pelo *Centro per la Comunicazione e L'Informazione La Palazzina* (Itália) e a CAPES/MEC devido à presença do diretor naquele país como bolsista da Universidade Federal Fluminense (UFF), em 1997, com trinta e três minutos de duração. Fazendo referência à luta antimanicomial, é um relato de um ex-paciente do hospital psiquiátrico de Ímola, Franco Fuzzi, saído desse manicômio após trinta e dois anos de internação e sua relação com a vida na cidade e seus futuros projetos.

- Menção honrosa – *Antes que seja tarde*, dirigido por Marcus Villar e Torquato Joel, produzido pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em 1997, com quinze minutos de duração. Apresenta depoimentos de dependentes do álcool, familiares e profissionais da saúde que lidam com o problema do alcoolismo.
- Menção honrosa – *Mundança - Trem dos mendigos*, dirigido por Alexandra Lima, produzido pela Imaginário Produção de Campinas, em 1998, com treze minutos de duração. Relata histórias de mendigos que vivem de um lugar para outro, viajando no que é conhecido como o “Trem dos Mendigos”, tendo esse tipo de iniciativa como modo de sobreviver nesse mundo.
- Menção honrosa – *E agora, Aurora?* , dirigido por Reginaldo Bianco, produzido pela Secretaria de Saúde de São Paulo (SES-SP) em parceria com a produtora Três Laranjas Comunicação, em 1995, com doze minutos de duração. Como num conto de fadas, Aurora encontra seu “príncipe”, seguindo-se o relato de suas vidas em comum, com as dificuldades de habitação, os nascimentos sucessivos de bebês, a afirmação masculina por meio de uma relação com uma prostituta que o contamina com uma doença venérea, retransmitida para sua esposa. Pela diversidade de temas abordados, relacionados às classes sociais mais baixas, o vídeo pode suscitar diversos debates.

Os vídeos finalistas participaram de diversas Mostras itinerantes por todo o país, contribuindo para a divulgação de informações em saúde e estimulando a criação de videotecas sobre o tema em diversos municípios.

A IV Mostra de vídeo abriu suas inscrições em abril de 2003 e sua premiação ocorreu no dia 01 de agosto de 2003 em Brasília, durante o VII Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva da ABRASCO (Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva). Entre os 232 vídeos inscritos, foram selecionadas 119 produções. A autora desta tese fez parte da Comissão de Pré-seleção dos vídeos dessa Mostra.

O júri, com cinco integrantes, escolheu os três primeiros colocados que receberam troféus e R\$ 10.000, 00 (dez mil reais) no total. Três vídeos receberam menções honrosas e um outro recebeu o Prêmio Especial Fome Zero que englobava um troféu e a quantia de R\$ 3.000,00 (três mil reais)

## 4.2 – TIPOS DE VÍDEOS EM SAÚDE

A partir da observação dos vídeos em saúde, finalistas da III Mostra e de integrantes da programação da televisão aberta e por assinatura, identificamos oito tipos. A criação dessa tipologia teve como base a produção, intenção, duração, conteúdo e espectadores presumíveis dos vídeos. Todos os vídeos citados abaixo podem ser considerados científicos por tratarem do tema saúde; todos os vídeos podem ser considerados educativos, de divulgação científica e de intervenção social. A classificação, neste caso, levou em consideração o uso que se faz do vídeo.

A Análise do Discurso serviu como instrumento para a criação dessa tipologia porque leva “em conta as condições de uso da linguagem, procura apreender a singularidade desse uso, procura distinguir um discurso do outro”. (ORLANDI, 1983, p. 191)<sup>21</sup>

Os tipos de vídeos criados por esta tese são:

- Vídeos científicos – são realizados por profissionais da saúde para seus pares, via de regra, visando a treinamentos ou complementando pesquisas científicas, com duração de quinze minutos em média e produzidos pelo Ministério da Saúde e/ou uma instituição de saúde e de ensino da área. São vídeos apresentando, por exemplo, cirurgias, técnicas de laboratório;
- Vídeos de políticas de saúde – são realizados, na maioria das vezes, por profissionais da saúde para pessoas interessadas no tema, visando produzir reflexões e discussões sobre políticas de saúde, com duração de trinta minutos em média. Podem ser retransmissão de teleconferências ou debates com base em documentos recentes da área. O Canal Saúde destaca-se nesse tipo de produção;
- Vídeos jornalísticos – são realizados pelas televisões abertas e por assinatura para o público em geral, com duração de segundos em alguns casos e de cerca de vinte minutos em outros, tendo apelo sensacionalista em sua maioria. São as diversas notícias e denúncias da área da saúde apresentadas nos telejornais e

---

<sup>21</sup> ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento*. As formas do discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

também em programas como, por exemplo, o Globo Repórter e os documentários da GNT, sob a forma de matérias televisivas. Sua relação com os vídeos, tal como tratamos aqui nesta tese, está na forma de produção, mas não na intenção;

- Vídeos de ficção em saúde - são realizados pelas televisões abertas e por assinatura para o público em geral, com duração de 30 minutos em média e com apelo emocional. São seriados relatando emergências médicas ou o cotidiano de um hospital. São aqui chamados de “vídeos de ficção” devido à forma de produção estreitamente relacionada com o Cinema;
- Vídeos de campanhas de saúde – são realizados pelo Ministério da Saúde ou Secretarias de Saúde para o público em geral, com duração de até um minuto e com elemento persuasivo destacado. São vídeos diretamente relacionados às campanhas como, por exemplo, a da dengue, da meningite, da AIDS;
- Vídeos publicitários – são realizados por agências de propaganda a pedido da indústria farmacêutica para o público em geral, com duração até dois minutos e com elemento persuasivo destacado. São vídeos de publicidade, frequentemente criticados pelos profissionais da área da saúde por induzirem a automedicação;
- Vídeos de divulgação – são realizados pelo Ministério da Saúde e/ou instituições de saúde para o público em geral ou específico, com duração de 15 minutos em média. São os vídeos produzidos a partir de pesquisas ou programas de saúde que visam divulgar os trabalhos de uma instituição ou dar visibilidade a uma pesquisa. Podem ser, por esse motivo, vídeos de divulgação institucional ou de divulgação científica. Também podem ter um caráter educativo, servindo como complemento para o ensino das ciências biomédicas;
- Vídeos de intervenção social – são realizados pelo Ministério da Saúde e/ou instituições de saúde para grupos sociais específicos, com duração de quinze minutos em média e com elemento persuasivo. São os vídeos produzidos, por exemplo, a partir de programas de saúde; para comunidades onde se desenvolvem ações de saúde; para abrir um debate sobre um tema da saúde para prevenção de doenças e promoção da saúde.

Este último tipo é considerado um instrumento de intervenção porque seus vídeos são utilizados para conscientizar um grupo social para desenvolver uma determinada ação de saúde. Podem servir para diagnosticar um problema por meio do mapeamento de opiniões sem serem conclusivos. Podem ainda dar visibilidade a resultados de uma pesquisa ou programa de saúde.

A diferença desse tipo de vídeo para os de campanhas de saúde está na duração. Os produzidos para campanhas são muito curtos e de apresentações repetidas na televisão, principalmente.

O vídeo de intervenção social tem uma abrangência conhecida, ou seja, dirige-se a um grupo específico dentro de um tempo e local determinados, pois visam a prevenção de doenças e a promoção da saúde. O vídeo de divulgação científica, embora possa ter também um público conhecido (por ex. estudantes, mulheres), não tem como prioridade atuar na prevenção de doenças e promoção de saúde e sim divulgar informações ou fatos sobre Saúde ou instituições vinculados a elas.

O recorte temático desta pesquisa está sendo feito em torno dos vídeos de intervenção social. São muito produzidos por instituições públicas de saúde em todos os âmbitos, ou seja, federal, estadual e municipal. A escolha recai sobre esta categoria de vídeo por ser ela a mais abrangente, a que mais utiliza estratégias informacionais e por sua atuação nas áreas carentes de nosso país. As demais categorias, de qualquer forma, também podem se beneficiar desta pesquisa uma vez que lançam mão de algumas das estratégias apresentadas.

## **5 - VÍDEOS – FORMA, CONTEÚDO E UM POUCO DE HISTÓRIA**

Esta tese tem, especificamente, como objeto de estudo o vídeo, que é constituído por informações em saúde (conteúdo) e imagens em movimento (forma). Portanto, não é um capítulo teórico e sim um capítulo onde fragmentos informacionais multiteóricos sobre vídeos são expostos, bem como alguns esclarecimentos sobre a informação em saúde são feitos para facilitar o entendimento sobre o objeto desta pesquisa.

Compondo esta parte que, nas Ciências Exatas, é denominada de “Material”, são apresentadas diversas abordagens sobre as imagens em movimento obtidas com muita dificuldade. A multiplicidade de aspectos é mostrada numa tentativa de reunir informações sobre esse objeto tão pouco estudado. Em seguida, rápidas explicações sobre a produção dos vídeos são oferecidas.

Forma e conteúdo dos vídeos, isto é, imagem em movimento e informação em saúde, aparecem unidos no pequeno histórico sobre a difusão dessa informação no Brasil, utilizando o cinema e televisão.

A participação da Fiocruz na difusão de informação em saúde é relatada com destaque para a atuação do Canal Saúde e a VideoSaúde Distribuidora.

Finalizando, são listadas as necessárias qualidades para as informações em saúde, assim como é abordada a ética na produção dos vídeos dessa área.

## 5.1 – IMAGENS EM MOVIMENTO

A imagem em movimento chega à nossa sociedade somente no final do século XIX, princípio do século XX, apesar das diversas formas utilizadas pelos homens na tentativa de retratar suas ações como, por exemplo, nos desenhos das cavernas onde movimentos eram registrados de forma tosca.

Para Cordeiro (2000, p.23)<sup>22</sup>, a imagem em movimento facilita a manifestação de sentimentos, pensamentos e de veiculação de idéias.

As imagens em movimento, sobre as quais falamos, são as existentes nos vídeos. Elas são assim chamadas porque registram cenas onde há movimentos tanto das personagens quanto dos demais elementos integrantes da cena visualizada. Além disso, o próprio equipamento de registro de imagem e de som é utilizado com movimento próprio, aumentando ainda mais a percepção daquilo que é intenção do produtor mostrar.

Fazer um trabalho de pesquisa sobre imagem de vídeos é difícil, por isso estamos fazendo referência a diversas abordagens sobre os vídeos que foram encontradas ao longo de nossa pesquisa. Essas abordagens, muitas vezes concorrentes, apontam para os vídeos como produção ora ideológica e cultural, ora como sócio-comunicacional. Há quem considere as imagens como textos, há quem os considere diferentes de textos. Neles são identificadas representações culturais e representações informacionais, utilizadas para armazenamento em bancos de dados. A percepção visual do ponto de vista físico e do ponto de vista cognitivo também são apresentadas. E finalmente, estarão sendo apresentadas informações técnicas, relacionadas principalmente à produção. Esta complexidade existe e cabe nesta tese que pretende mostrar as diferentes modalidades de estudo dos vídeos. Mas é importante dizer que esta tese estará trabalhando com o vídeo considerado uma produção sociocultural, que atua na estrutura cognitiva dos indivíduos e de seu grupo de forma semelhante aos textos, pois como ele, constitui-se em um discurso.

Comumente, os textos encontrados sobre imagem em movimento são relativos ao

---

<sup>22</sup> CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. *Informação e movimento*. Uma ciência da arte fílmica. Rio de Janeiro: Madgráfica Editora, 2000.

cinema e, por vezes, à televisão. Sobre os vídeos são comuns textos técnicos e alguma coisa sobre vídeo de arte e educacional. Pelas dificuldades citadas, verifica-se que é frequente, em pesquisas sobre esse tema, a utilização de conceitos e teorias sobre imagem pictórica e fotográfica. Esta tese procede de maneira diferente por considerar esses tipos de imagem bastante díspares em suas funções e técnicas com relação às imagens em movimento. Portanto, este trabalho atém-se à apresentação de fragmentos de textos relacionados apenas a **imagens em movimento**, em especial relativas aos vídeos, sempre que possível. As imagens em movimento aqui serão apresentadas como produção de sentido, relacionando-se à cultura e como percepção óptica, relacionando-se à visão.

O vídeo, tecnicamente falando, é diferente do filme. A imagem do vídeo é gravada em suporte magnético e é registrada a partir de uma varredura (*scanning*) eletrônica de linhas horizontais, superpostas, realizada por um *spot* luminoso, não havendo movimentos bruscos e descontínuos, tampouco faixas pretas entre imagens sucessivas.

Para Aumont:

*A imagem de vídeo é ao mesmo tempo impressa e projetada – mas não é nem impressa como a imagem fotográfica, nem projetada como a imagem cinematográfica. O que vemos resulta de uma projeção luminosa, projeção, contudo, singular.* (AUMONT, 1999, p. 177)<sup>23</sup>

A imagem de vídeo é geralmente pequena (de 14 a 21 polegadas), podendo ser maior, dependendo do tamanho da tela que a reproduz e não precisa de ambiente escuro durante sua projeção, mas o excesso de luminosidade prejudica sua visibilidade.

Ela dirige-se tanto ao espectador individual quanto ao coletivo, podendo, assim, ser utilizada em espaço doméstico ou social. Há sempre uma intenção na produção de um vídeo, e seu valor vai depender do seu uso e de sua interpretação.

*A produção de imagens jamais é gratuita e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos, individuais ou coletivos. Foram produzidas para certos fins (de propaganda, de informação, religiosos, ideológicos em geral).* (AUMONT, 1999, p.78)<sup>24</sup>

As vendas de fitas de vídeos sobre diversos temas aumentam, mesmo existindo uma oferta ilimitada de canais de televisão aberta e por assinatura que oferecem imagens abrangendo todas as áreas. Em 1990, de acordo com Martín-Barbero e Rey (2001, p.

<sup>23</sup> AUMONT, Jacques. *A imagem*. São Paulo: Papyrus, 1999.

<sup>24</sup> *Ibid.* p. 178..

113)<sup>25</sup>, havia na América Latina, doze mil locadoras de vídeos e 340 milhões de fitas alugadas por ano. Embora esses vídeos sejam reproduções de filmes de ficção, em sua maioria, eles são citados por representarem um potencial considerável para um futuro interesse por vídeos em saúde devido a familiaridade com esse suporte informacional por parte de uma população que, por sua vez, necessita sempre de informação em saúde.

É inegável o aumento de interesse em informações imagéticas. Conseqüentemente, a existência de bancos de imagens tornou-se necessária. A linguagem das imagens ocupa cada vez um espaço maior.

*Se para entender os textos é preciso saber ler, para captar as imagens é preciso saber olhar. A dificuldade para fazer isso se deve a multiplicidade de fatores expressivos e de percepção que interferem na significação final. Por meio deles, a aproximação com o conteúdo das imagens não pode ser unidirecional, pois essas apresentam significação em diferentes níveis e momentos. (MOREIRO GONZÁLEZ, 2001, p. 396 – tradução nossa)<sup>26</sup>*

Existem diversas maneiras de captar uma imagem. Essa variação é tida como uma “falsa transparência”, de acordo com Smit (1987, p. 102)<sup>27</sup>, porque a representação semântica de mundo oferece uma polissemia. O documentalista descreve a imagem. A dificuldade de indexação de seus conteúdos, segundo Pinheiro (2000, p. 8)<sup>28</sup> origina-se no alto nível de abstração, de subjetividade no reconhecimento de seus componentes e, no caso dos vídeos, onde as imagens estão em movimento, a complexidade de representação torna-se maior.

O trabalho de análise dos vídeos dispõe de técnicas que se assemelham ao da análise de textos: o resumo de seu conteúdo e os descritores, que representam esse conteúdo com apoio terminológico de tesouros. Mediante tais técnicas, explica-se o que a imagem apresenta e identificam-se as pessoas, os acontecimentos e os lugares. A descrição deve

---

<sup>25</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Gérman. *Os ejercicios do ver*. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

<sup>26</sup> MOREIRO GONZÁLEZ, José A. Significantes y significados en el análisis documental de la imagen. In: PINTO MOLINA, Maria (Ed.). *Catalogación de documentos: teoria y practica*. 2.ed. Madrid: Síntesis, 2001. p. 395-418.

<sup>27</sup> SMIT, Johanna. A análise da imagem: um primeiro plano. In: GRUPO TEMMA.. *Análise documentária: a análise da síntese*. Brasília: Ibict, 1987.

<sup>28</sup> PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Prefácio. In: INTERDISCURSOS da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem. Rio de Janeiro; Brasília: IBICT, 2000. p. 7-14.

estar submetida ao formato que cada centro de documentação tem para, dessa forma, orientar o trabalho dos analistas de imagens.

A imagem, como percepção da realidade transmitida pelo visual, relaciona-se continuamente a palavra, afirma Vilches. (1983, p. 53-57)<sup>29</sup> Há também uma relação da imagem com o texto no momento do controle documental. O visual transcodifica-se em verbal. A imagem, no entanto, comunica mais do que mil palavras, sendo assim, aumenta a dificuldade de exatidão na sua descrição em palavras.

Isso é dito porque a análise, feita sob o ponto de vista representacional, é diferente do ponto de vista da transferência da informação, onde a presença do receptor/espectador (com seu conhecimento e experiência pessoal) existe e, com ela, as representações, que são de origem sociocultural, multiplicam-se sob os diversos olhares e experiências dele.

A força da imagem para transferir informação não está relacionada apenas à sua ação visual e textual, mas, também, na sua relação direta com a memória e o imaginário social. Nossos sonhos são imagens, nossos pensamentos também. Ambos são frutos de nossa imaginação, ou seja, a ação de colocar em imagens desejos, medos, expectativas, conhecimento. No entanto, a imagem é identificada por muitos como o contrário da escrita. Por analogia, muitos atribuem a crise da leitura dos livros à sedução das tecnologias da imagem e, entre elas, a do vídeo.

O que de fato ocorre é uma pluralidade de canais de informação na sociedade atual, apresentando uma “heterogeneidade de textos, relatos e escrituras (orais, visuais, musicais, audiovisuais e telemáticos)”, afirma Martín-Barbero e Rey. (2001, p.58)<sup>30</sup> E para dar conta dessas informações é necessário transformar os modos de “ler”.

Essa “leitura” envolve três níveis, segundo Barthes (1990, p.45-46)<sup>31</sup>: o nível informativo, que corresponde ao nível da comunicação (reconheço a imagem que vejo); o nível simbólico, que corresponde ao nível da significação ( a imagem evoca um simbolismo de fácil acepção) e o nível da significância, que corresponde à observação da razão analítica (apresenta algo que exige uma reflexão para seu entendimento).

---

<sup>29</sup> VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós, 1983.

<sup>30</sup> MARTÍN-BARBERO, REY. *Op. cit.* p.58.

<sup>31</sup> BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*: ensaios críticos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

Bosi (1993, p. 65)<sup>32</sup> declara que os psicólogos da percepção são unânimes em afirmar que a maioria absoluta das informações, que o homem obtém, vem-lhe por imagens. O homem de hoje é um ser predominantemente visual. Alguns chegam à exatidão do número: 80% dos estímulos seriam visuais. Para conhecer, diz Bosi (1993, p.67),<sup>33</sup> “basta abrir bem os olhos em um espaço iluminado e acolher os levíssimos e agílimos ícones do mundo”.

Sabe-se que a relação do olho com o cérebro é íntima, estrutural. O sistema nervoso central e os órgãos visuais externos estão ligados pelos nervos óticos, de tal sorte que a estrutura celular da retina nada mais é que uma expansão diferenciada da estrutura celular do cérebro. Os olhos abertos recebem passivamente, de forma prazerosa ou não, milhares de figuras, formas, cores, luzes sob diversos tipos de movimentos, atingindo diversos sentidos do homem. O resultado desses encontros deslumbrantes pode ser chamado de conhecimento, segundo Lucrécio, poeta latino (98-55 a.C.), em seu poema *De Rerum Natura*.

O anatomista norte-americano Stephen Poliak chegou a admitir a hipótese revolucionária de que o tecido cerebral resultou de uma evolução dos olhos em pequenos organismos aquáticos que viveram há mais de um bilhão de anos atrás. Quer dizer: não foi o cérebro que se estendeu até a formação do órgão visual, mas, ao contrário, foi o olho que se ampliou, extraordinariamente, dando origem ao córtex onde, supõe-se, estaria a sede da visualidade, conforme citação no livro de Mueller. (1972)<sup>34</sup>

Manguel (2001, p.212)<sup>35</sup>, em seu livro *Lendo imagens*, apresenta um relato sobre a experiência do neurocirurgião canadense, W.G. Penfield que detectou, por meio de pesquisa relacionada à observação de um modelo do corpo humano, que as partes de maior visibilidade ou captação pelos nossos cérebros são os ombros e os lábios. Isso comprova o uso com sucesso do plano americano no cinema.

---

<sup>32</sup> BOSI, Alfredo. Fenomenologia do olhar. In: O OLHAR. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 65-87.

<sup>33</sup> *Ibid.* p.67.

<sup>34</sup> MUELLER, Conrad. *Luz e visão*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1972.

<sup>35</sup> MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. Uma história de amor e ódio. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Ainda no mesmo livro, Manguel (2001, p.25)<sup>36</sup> declara que as palavras de um livro só permanecem, de forma parcial, em nossa memória, enquanto uma imagem pode ficar em nossa memória, de forma integral, para sempre.

A penetração das imagens em nossos cérebros justifica o uso cada vez maior delas em nossa sociedade.

Pérez Reyna afirma que:

*Todo ato de produção de imagem diz respeito ao desvendamento das propostas ideológicas e culturais dos observadores utilizadas no seu desencadeamento, como meio de persuasão em um determinado contexto histórico.* (PÉREZ REYNA, s.d., p.10)<sup>37</sup>

Isso significa que o processo imagético é por essência uma disposição do olhar para um certo conhecimento.

A idéia de “leitura” permanece quando as imagens, de acordo com Pinto (s.d., p.4)<sup>38</sup>, são consideradas “textos visuais”. A linguagem visual adquire crédito de autenticidade através da consciência coletiva, uma vez que combina signos com a realidade que representam, afirma Farias. (1995, p.15)<sup>39</sup>

Para Maffesoli:

*As cenas da vida diária, em toda a sua banalidade e prosaísmo, manifestam uma carga de intensidade que os ‘truques’ mágicos da câmera deixam aparecer; [...] Como nos contos, nas lendas populares, a imagem eufemiza<sup>40</sup> o que, na prática de todo dia, passa despercebido.* (MAFFESOLI, 1984, p. 73)<sup>41</sup>

Conclui-se, portanto, que o uso da imagem para informar é, em si, um processo estratégico para transferir informações, devido ao fascínio exercido por ela sobre os indivíduos. Estratégia aqui é vista como aplicação dos meios disponíveis ou exploração das

<sup>36</sup> MANGUEL, *Op. cit.* p. 25.

<sup>37</sup> PÉREZ REYNA, Carlos. Vídeo & pesquisa antropológica: encontros & desencontros. *Biblioteca on-line de ciência da comunicação*. <http://bocc.ubi.pt/pag/texto.ph3?html2=reyna-carlos-video-pesquisa.html>. Acesso em: 13 abr. 2002.

<sup>38</sup> PINTO, Milton José. A imagem e seus mitos. <http://www.facom.ufba.br/pretextos/pinto.html>. Acesso em: 19 ago. 2001.

<sup>39</sup> FARIAS, Yarcylda Oliveira (Org.). *O discurso publicitário*. Instrumentos de análise. Recife: UFPE, 1995.

<sup>40</sup> O verbo “eufemizar” faz referência a um conceito da história das religiões. Eufemizar é usado aqui em seu sentido etimológico – “dizer bem”, tornar exemplar, tal como ocorre com o procedimento do tipo ideal em Max Weber.

<sup>41</sup> MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

condições favoráveis para alcançar objetivos específicos. O objetivo a ser alcançado é a transferência da informação.

Qualquer que seja o aspecto das imagens em movimento aqui abordadas verifica-se a sua importância no uso de transferência da informação, seja pela forma de representar a realidade, pela facilidade de compreensão dos conteúdos nelas contidos, pela sua aceitação pela estrutura cognitiva do indivíduo e pela sua difusão no ambiente social. Enfim, as imagens em movimento, com sua complexidade, despertam interesse de diversas áreas do conhecimento e da sociedade.

### 5.1.1 - Passado, presente e futuro dos vídeos

Para que se tenha uma idéia do uso do vídeo para transferir informação, falaremos um pouco de sua criação e desenvolvimento técnico. Serão traçadas as relações entre o vídeo comum e o digital, assim como entre o vídeo, o cinema e a televisão. O sucesso do vídeo deve-se à sua estreita relação com o cinema e a televisão.

Em 1895, os irmãos Lumière inventavam o cinema, na França. As imagens animadas agradaram a muitos, mas foram vistas por alguns como coisa do demônio. Muitos chegaram a apostar no fracasso do cinema, mas, contrariando as suas expectativas, houve um crescente sucesso de público e um contínuo aperfeiçoamento técnico. Nos anos 30, o cinema deixou de ser mudo e, nos anos 40, recebeu cor e até hoje continua em busca da perfeição.

A televisão surgiu em 1929, concomitantemente, na Inglaterra e na União Soviética e, em 1930, nos Estados Unidos. Ela constitui-se de emissão de ondas sonoras e elétricas; tem como princípio básico o tubo catódico que emite pontos elétricos em linhas justapostas que permitem a leitura de imagens transmissíveis a longas distâncias.

Em 1952, Charles Ginsberg e mais cinco engenheiros da *Ampex Corporation* de *New York* criaram o *video tape record* para atender às necessidades de gravação de programas para a televisão. Surgia, assim, o VCR (*video cassette recorder*). Tal como o gravador de áudio, o VCR foi criado com base nos princípios eletromagnéticos para gravar

imagens em movimento numa fita magnética e reproduzir sinais eletrônicos provenientes de uma câmera de vídeo. Esse processo ficou conhecido como videoteipe ou gravação de vídeo.

Inicialmente, o sistema utilizado foi o U-Matic. Em seguida, surgiu o sistema Betacam que possui excelente resolução e definição (qualidade de imagem) e possibilita a colocação das fitas na própria filmadora, conhecida como *Camcorder*, abreviatura de *Camera Recorder*. As *camcorders*, além de terem as fitas dentro delas, ainda possuem som direto e uma tela que permite a visão imediata do que foi filmado.

As informações abaixo foram extraídas do livro *A arte do vídeo* de Arlindo Machado (1997)<sup>42</sup> e são apresentadas para esclarecer itens presentes nas fichas técnicas dos vídeos analisados por esta tese.

Existem vídeos em saúde gravados com filmadora VHS– *Video Home System* – que, como o próprio nome diz, é um sistema mais utilizado para uso doméstico. Há, também, a filmadora SVHS, chamada também de Super VHS ou ainda “super vê” que exige que toda a aparelhagem (vídeo, TV e acessórios) seja SVHS para a geração e visualização da imagem.

O vídeo tem o padrão de cor de acordo com seu país de origem. O padrão norte-americano, japonês e de alguns outros países é o NTSC (*National Television System Committee*) e foi o primeiro sistema inventado, tendo surgido em 1953.

O sistema padrão de cor europeu é o PAL (*Phase alternation by line*), que é um aperfeiçoamento do NTSC. No Brasil, o sistema adotado é o PAL-M, semelhante ao sistema europeu que apresenta outras variações tais como: PAL-G, PAL-N. Os sistemas de cores empregam processos de codificação e decodificação incompatíveis entre eles. Para que possa ocorrer a reprodução de um sistema para outro é necessária a realização de transcodificação.

A fita de vídeo é uma película com três camadas, sendo uma de óxido de ferro, outra de dióxido de cromo e a última de ferro com cobalto. As partículas magnéticas microscópicas armazenam as imagens e os sons em forma de impulsos elétricos. Elas são

---

<sup>42</sup> MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1997. *Passim*

acondicionadas em caixas de plástico duro com dois carretéis internos e têm ½ polegada de largura.

A duração da gravação e exposição das imagens do vídeo está diretamente ligada ao seu uso. Por ex.: Um vídeo com 15 minutos de duração pode ser utilizado para ilustrar uma aula ou servir como ponto de partida para um debate. A educação à distância utiliza muito o vídeo-aula que muitas vezes tem o tempo de 50 minutos, tal como uma aula tradicional. Os vídeos em saúde, da III Mostra, usados para intervenção social, ou seja, para promover saúde e prevenir doenças, foco deste trabalho, têm em média de quinze a vinte minutos de duração, conforme pode ser observado em suas fichas técnicas.

As *camcorders* gravam apenas na velocidade SP (*Standard play*) para poder gerar imagens de boa qualidade, mas é possível utilizar outras velocidades em gravações realizadas a partir da televisão, utilizando o videocassete. Existem fitas que possibilitam gravar nessas outras velocidades. A LP (*Long play*) ou velocidade longa permite gravações de quatro horas de duração. A EP (*Extended play*) ou SPL (*Super long play*) ou velocidade superlonga possibilita gravações com seis horas de duração.

Os primeiros videocassetes, que surgiram no mercado, em 1955, eram para uso exclusivo das empresas de televisão. Em 1969, foi lançado o videocassete *U-Matic* também para uso restrito de empresas de televisão.

Em 1975, chegou às lojas o primeiro vídeo doméstico, o Betamax, produto da Sony que foi seguido, em 1977, pelo VHS criado pela empresa japonesa JVC (*Victor Company of Japan Ltd.*).

O vídeo VHS, muito utilizado nos vídeos em saúde, é um meio de baixa definição. Ele possui uma codificação analógica e como explica Machado (1997, p.29-30)<sup>43</sup>, “produz uma analogia entre cada valor luminoso da imagem e uma quantidade correspondente de eletricidade”. A imagem é convertida em energia elétrica, ganhando propriedades dessa última, podendo ser enviada, de um lugar a outro, por cabos ou por ondas eletromagnéticas, assim como ser registrada em fitas de compostos metálicos. No entanto, a circulação de sinais com esse tipo de codificação apresenta perda de definição. Isso é perfeitamente visível nas copiagens de fitas (a edição em vídeo é feita por copiagem). À medida que as

---

<sup>43</sup> MACHADO, *Op. cit.*

fitas vão sendo copiadas, ocorrerá a deterioração da fita *master* ou original, que apresentará granulação, sofrerá distorções, saturando as cores e perdendo os detalhes mais finos.

Com o advento dos vídeos digitais, houve uma mudança na codificação quando, ainda segundo Machado:

*[...] são atribuídos valores numéricos a cada ponto de luz da imagem, de forma que esse último pode ser colocado na memória de um computador, manipulado à vontade, copiado quantas vezes for preciso e depois convertido novamente em imagem, sem qualquer perda de definição.* (MACHADO, 1997, p. 30)<sup>44</sup>

Esse novo processo pode acarretar modificações de caráter positivo ou negativo na produção dos vídeos, assim como pode facilitar o uso de efeitos especiais. Isso é dito porque há facilidades de alteração das imagens que podem servir tanto para melhorá-las como para introduzir imagens estranhas ao momento da gravação, causando fraudes e deturpações na intenção inicial do vídeo.

O vídeo VHS, por ser de baixa definição<sup>45</sup>, completa 525 ou 625 linhas em um quadro, ou *frame*.<sup>46</sup> Nele há movimento, mudança, alteração, deslocamento de formas, de cores e de intensidade luminosa.

O vídeo digital é considerado de alta definição, permitindo ser mais fiel a “realidade” visível. Fala-se, então, em televisão de alta definição (HDTV, que significa *High Definition Television*) que é um sistema completo de vídeo que gera uma imagem com mais de mil linhas de definição vertical (1.125 no modelo NHK da *Sony*) e um aspecto de quadro mais largo (3 x 5 no modelo NHK) do que naquele utilizado atualmente.

Apesar de todo o avanço tecnológico dos vídeos, a IV Mostra Nacional de Vídeos em Saúde de 2003 recebeu vídeos em VHS por serem estes mais baratos, mais fáceis de distribuição e veiculação. É importante lembrar sempre que esses vídeos são produzidos, de um modo geral, por instituições governamentais e não governamentais, muitas vezes ligadas a municípios pobres e distantes dos avanços tecnológicos, visando levar informações em saúde para populações carentes e com pouca ou nenhuma alfabetização.

---

<sup>44</sup> MACHADO, *Op. cit.* p. 30.

<sup>45</sup> Definição é a maior ou menor quantidade de unidades de informação (retículas) por espaço dado, suscetível de representar uma imagem, com maior ou menor gama de detalhes.

<sup>46</sup> Quadro (*frame* em inglês) é a imagem eletrônica completa, constituída por um número determinado de linhas de varredura.

Isso não impede, por outro lado, que vídeos como “*Ó de casa*” utilizem microcâmeras digitais colocadas na testa dos médicos, que percorrem as comunidades carentes durante sua gravação. Esse vídeo, de estética bem arrojada, foi co-produzido pela VídeoSaúde Distribuidora da Fiocruz e a Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro. Obteve o prêmio de melhor edição na categoria de Documentário Jornalístico da 9ª Mostra de Cine e Vídeo do Festival de Gramado de 2001, com roteiro e direção de Adriana Varella. Sua produção teve como objetivos estimular e fornecer informações sobre o Programa de Saúde da Família, no Rio de Janeiro, além de denunciar injustiças sociais e condições de miséria de algumas comunidades da referida cidade.

O cinema utiliza, para gravação de imagens, uma película muito cara, mas que oferece, como resultado, uma imagem de boa qualidade. Hoje, com o advento do vídeo digital, alguns cineastas utilizam-no para a gravação de seus filmes, realizando um produto de bom nível técnico e de baixo custo.

O cinema, tal como é ainda produzido, requer um ambiente próprio para transmitir suas imagens.

A televisão, como o vídeo, pode oferecer suas imagens nos lares de cada espectador. A diferença entre ela e o vídeo está na singularidade das imagens transmitidas pelo vídeo. São imagens que podem ser interrompidas, repetidas, regravadas para serem vistas quando o espectador desejar ou precisar. Além disso, esse vídeo pode ser transportado para qualquer lugar onde haja um aparelho reproduzidor.

Muitos vídeos são produzidos para integrarem a programação da televisão.

As imagens veiculadas na televisão podem ser gravadas, mas sua exposição inicial depende de uma grade de programação produzida pela emissora televisiva.

### 5.1.2 - Produção de vídeos em saúde

A produção de vídeos está relacionada a processos que, por vezes, podem ser considerados estratégicos, sob o ponto de vista informacional, comunicacional e técnico.

A gravação ou filmagem é um empreendimento sócio-comunicacional subsidiado e controlado por instâncias sociais, educacionais e científico-institucionais. Esta tese está trabalhando com o produto da gravação ou filmagem, ou seja, o vídeo que traz consigo essas características e assim pode servir como agente nos projetos de intervenção social que visam a prevenção de doenças e promoção da saúde.

O processo de elaboração/produção do vídeo em saúde, tal como dos demais vídeos, envolve profissionais de diversas atividades que atuam em diferentes momentos. Desde o comunicador visual, encarregado da elaboração do título e dos créditos, passando pelo músico, encarregado da trilha sonora, pelo sonoplasta, encarregado dos ruídos até o diretor que pode participar da realização do roteiro até a edição.

Observa-se que, cada vez mais, existe um apuro e rigor nos apoios visuais, uma vez que o público vem se familiarizando com a sofisticação da computação gráfica, amplamente difundida pela televisão aberta.

Algumas informações sobre a produção de vídeos são aqui repassadas para dar uma idéia da complexidade que envolve tal processo. Existem os vídeos que são produzidos como pré-testes para que as mudanças a serem feitas posteriormente atinjam pequenos fragmentos da gravação e não da gravação inteira. A qualidade da produção acaba por despender muito tempo e dinheiro. Mas a criatividade brasileira vem proporcionando a produção de vídeos muito bons, produzidos em simples VHS.

Para dar uma idéia do quanto custa e quanto demora a produção de uma série científica de vídeos em saúde, a série *The human body*, que teve trechos apresentados no programa da televisão aberta, *Fantástico*, em 2001, levou cinco anos para ser produzida e custou dezenas de milhões de dólares. (MONTEIRO; BRANDÃO, 2002, p. 103)<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> MONTEIRO, José Renato; BRANDÃO, Sérgio. Ciência e TV: um encontro esperado. In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002. p. 89-105.

Diante do alto custo, há quem aponte a necessidade de políticas de incentivo para a produção de vídeos, assim como há quem sugira, como faz Candotti (2002, p.17)<sup>48</sup>, a existência obrigatória de uma parcela destinada a diversos produtos de divulgação dos resultados dos projetos de pesquisa científica, estando o vídeo entre esses produtos.

O vídeo em saúde é um vídeo de ficção por construir-se num simulacro de situações. Ele é muito utilizado em projetos e programas de saúde e há quem o utilize com outros suportes informacionais como, por exemplo, livro, folheto, palestra *etc.*

A proposta de realização de um vídeo pode ser informar, conscientizar, sensibilizar, mudar, instrumentalizar, orientar, convencer, compartilhar, recomendar, prescrever, diagnosticar, estimular, alertar, educar, conhecer, propor, refletir e muitas outras. Suas possibilidades de uso por vezes estão bem evidentes, mas há casos em que surgem modalidades de uso inesperadas, ou seja, seus espectadores podem ter interesse por um tema de menor destaque apresentado no vídeo, deixando para um segundo plano o tema apontado como central por seu produtor.

No caso específico dos vídeos em saúde, toda a equipe da produção conhece suas responsabilidades em relação a esse tipo de informação, daí os cuidados concedidos a ela e não apenas à parte tecnológica. Existem consultorias dadas por profissionais especializados na área da saúde, além dos profissionais envolvidos com a parte técnica dos vídeos, a comunicação, a informação e a administração.

A realização de um vídeo exige uma pesquisa sobre o seu público previsto por meio de dados sociodemográficos, epidemiológicos, culturais, biográficos, políticos *etc.*

O vídeo, via de regra, utiliza uma narrativa que engloba imagens, palavras, ruídos, músicas. Há casos em que o roteiro exige a inserção de fotos e outros materiais iconográficos no vídeo. Com base na pesquisa sobre o público, as estratégias informacionais podem ser introduzidas na narrativa do vídeo.

---

<sup>48</sup> CANDOTTI, Enio. Ciência na educação popular. *In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002. p. 15-23.

A narrativa, como no teatro, se sustenta no vídeo a partir de um “conflito”. Barthes (1990, p.67)<sup>49</sup> chama esse conflito de “intriga”. O *plot* é o núcleo da ação que gera o conflito nos vídeos. O conflito ou intriga costuma ser exposto(a) logo nos primeiros minutos para captar a atenção do espectador. O gancho, um artifício muito usado na televisão e no cinema, é usado para prender o espectador à narrativa, ou seja, há uma interrupção na história e sua retomada, posteriormente, para provocar ansiedade e curiosidade no espectador.

De acordo com Niemeyer Filho (1997, p.128)<sup>50</sup>, a narrativa nasce de idéias que podem ser selecionadas (memória individual ou vivência pessoal), verbalizadas (a partir de um relato), espontâneas (saídas de leituras ou de outras fontes aleatórias), transformadas (retiradas de outros suportes tais como livros, relatórios *etc.*), propostas (encomendadas por alguém) e procuradas (a partir de pesquisa de mercado).

Portanto, após a idéia vem a pesquisa que auxiliará a feitura do texto, chamado de argumento ou roteiro.

Field ratifica, em seu manual para roteiros, a necessidade de uma pesquisa cuidadosa sobre o tema, uma consultoria permanente para a roteirização e a edição (montagem). Apesar da informação ter como origem um manual e não um texto teórico, consideramos a citação abaixo válida:

*Muita gente se questiona sobre o valor ou a necessidade de fazer pesquisa. Até onde posso opinar, pesquisa é absolutamente essencial. Todo texto exige pesquisa e pesquisa significa reunir informações. Lembre-se: a parte mais difícil de escrever é saber o que escrever.*  
(FIELD, 1995, p.13)<sup>51</sup>

Niemeyer Filho (1997, p. 163-183)<sup>52</sup> explica que o roteiro é dividido em seqüências<sup>53</sup> ou cenas, que por sua vez são divididas em tomadas (*takes*)<sup>54</sup>, que são

---

<sup>49</sup> BARTHES, *Op. cit.* p.67.

<sup>50</sup> NIEMEYER FILHO, Aloysio. *Ver e ouvir*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.

<sup>51</sup> FIELD, Syd. *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

<sup>52</sup> *Ibid.* p. 163-183.

<sup>53</sup> Seqüência é a quantidade de cenas que se relacionam entre si, de forma lógica, dentro de um roteiro.

<sup>54</sup> *Take* ou tomada é a filmagem de cada segmento das ações dos atores.

divididas em planos.<sup>55</sup> Há casos em que o roteiro é transformado em uma espécie de história em quadrinhos conhecida como *storyboards*, onde as cenas são representadas graficamente, orientando o *camera man* e o diretor do vídeo.

Após isso, vem a etapa de busca de financiamento para a produção. Os recursos financeiros obtidos influenciarão a pré-produção: a formação do elenco (amador ou profissional), a contratação da equipe técnica, a escolha da locação, os figurinos, o cenário, equipamentos *etc.* (OFICINA VIDEOSAÚDE, 2001)<sup>56</sup>

Organizada a pré-produção, segue-se a produção que é a gravação ou filmagem propriamente dita. A pós-produção estará encarregada da edição, efeitos especiais, sonorização e legendas se preciso.

Finalizando o processo, haverá o lançamento com todas as suas exigências, isto é, certificação, promoção, divulgação e, se for o caso, a comercialização do vídeo. Ressalta-se que a maioria dos vídeos em saúde dispensa essa última exigência porque tem distribuição gratuita.

É importante observar que muitos vídeos são produzidos sem a preocupação com o final do processo, ficando um trabalho por vezes de boa qualidade, esquecido nas prateleiras.

Tanto na pré-produção quanto na pós-produção existe a decupagem, mas com diferentes características. Decupar significa cortar em pequenos fragmentos. É previsível uma decupagem do roteiro, ou seja, a separação dos fragmentos que estão relacionados ao trabalho do *cameraman*, do iluminador, do ator, do produtor, *etc.* Cada um examinará seu fragmento para avaliar sua participação no vídeo e detectar problemas a serem resolvidos ou necessidades técnicas que poderão ter influência no orçamento.

A decupagem para a edição exige conhecimento da linguagem videográfica e tem base no roteiro, separando cenas, tomadas e planos. A ficha de gravação, elaborada com antecedência, mas preenchida no momento da filmagem, contém as anotações sobre as

---

<sup>55</sup> Plano ou enquadramento é a colocação da pessoa ou objeto no visor da câmera de acordo com o destaque que se quer dar.

<sup>56</sup> OFICINA VIDEOSAÚDE, 2., 2001, Rio de Janeiro. Notas de aula.

tomadas válidas ou não. Ela será de grande valia na edição. A edição ou montagem é o momento do apuro da essência de informação imagética e informação de conteúdo do vídeo.

Existem dois tipos de montagens: *montage-narration* e *montage-affect*. A primeira ordena os planos numa ordem lógica ou cronológica, construindo seqüências de uma história. Dessa forma, segundo Piault (2001, p. 157-158)<sup>57</sup>, o espectador vai compreender a ação, suas motivações humanas e sociológicas, além do conjunto de causas e efeitos, dos acasos e das suposições que constituem o relato da trama do vídeo. A *montage-affect* pretende produzir no espectador um efeito específico, um sentimento particular por meio do choque das imagens, dos enquadramentos, dos movimentos, dos climas, das luzes, das cores ou dos sons para transmitir e experimentar emoções, provocar sentimentos. Esse tipo de montagem restitui a realidade dramática, produz uma ruptura e faz emergir reações afetivas a partir de uma confrontação visível e sentida através das imagens propostas. Ela pretende provocar o interesse do espectador para uma situação e seus protagonistas, não somente como uma curiosidade ligada à história, mas como uma abertura às diferentes condições e à expressão sensível dos agentes da situação.

As estratégias informacionais se fazem presentes também na montagem.

Para Xavier, a sucessão de imagens criada pela montagem “produz relações novas a todo instante” e colabora com o estabelecimento de relações com o que não está na tela. A montagem tem a tarefa de sugerir e o espectador tem a tarefa de deduzir. O mesmo autor ainda dá sua definição de filmagem:

*O que é a filmagem senão a organização do “acontecimento” para um ângulo de observação (o que se confunde com a câmera e nenhum outro mais)?* (XAVIER, 1993, p. 379)<sup>58</sup>

Ressaltamos que, com o advento do vídeo digital, grande parte do processo de produção foi alterada. A evolução da linguagem analógica para a linguagem digital pode ser definida como a transformação dos vídeos da fase figurativa para uma fase gráfica.

---

<sup>57</sup> PIAULT, Marc Henri. Real e ficção: onde está o problema? In: KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (Org.). *Imagem e memória*. Ensaios em antropologia visual. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. p. 151-171.

<sup>58</sup> XAVIER, Ismail. Cinema: revelação e engano. In: O OLHAR. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 367-383.

O sinal de vídeo convencional, o analógico, pode ser convertido em informação numérica, ou seja, digital, facilitando seu processamento por meio de computadores e, posteriormente, retornar ao seu estágio anterior. Outra alteração considerável oferecida pela digitalização dos vídeos foi a relativa ao processo de edição, enormemente facilitada com o uso do computador. Antes era impossível alterar o sincronismo das pistas de som e de imagem. Um dispositivo de numeração dos quadros, existente nos atuais equipamentos de edição, memoriza os “cortes” nos pontos exatos, e, depois de observar diversas opções para uma mesma cena, solicita ao equipamento uma cópia editada do trabalho, com os cortes efetuados nos pontos memorizados.

Hoje, cada vez mais, diversas alterações podem ser introduzidas após a filmagem de um vídeo. Até mesmo a posição da câmera em relação à cena deixou de ser importante. Nos sistemas digitais, a determinação do ponto de vista, sob o qual será dada a imagem, é a última coisa que se faz. O ponto de vista passa a ser móvel, provisório e infinitamente modificável, segundo Machado. (1997, p. 174-177)<sup>59</sup>

Os vídeos são únicos no seu momento de produção. Eles são artefatos que podem ser reproduzidos de maneira a expandir o alcance de suas informações e podem ser matéria-prima para outras tecnologias como, por exemplo, a produção de um DVD.

Machado (1997, p.43)<sup>60</sup> afirma que o vídeo trabalha com a relação espaço-tempo. Com relação a este tema, Santaella e Nöth (2001, p.75)<sup>61</sup> estabelecem três espécies de tempo ligadas à questão das imagens. O primeiro é o tempo intrínseco à imagem; o segundo é o tempo extrínseco a ela; e o terceiro é o tempo intersticial. Este último nasce do cruzamento entre o espectador e a imagem percebida, ou seja, pela percepção.

---

<sup>59</sup> MACHADO, *Op. cit.* p. 154-177.

<sup>60</sup> MACHADO, *Op. cit.* p. 43.

<sup>61</sup> SANTAELLA, Lúcia, NÖTH, Winfred. *Imagem. Cognição, semiótica, mídia.* São Paulo: Editora Iluminuras Ltda., 2001.

## 5.2. – INFORMAÇÃO EM SAÚDE

A informação em saúde é apresentada nesta tese sob três abordagens. A primeira abordagem oferece um panorama geral sobre a disseminação informacional em saúde no Brasil, via imagens em movimento. A segunda é sobre os vídeos como instrumentos de intervenção social na área da saúde, colaborando no controle e prevenção de doenças em comunidades específicas, assim como promoção da saúde. A terceira e última trata da ética e da qualidade na informação em saúde.

### 5.2.1 – Informação em saúde no Brasil

Muito já foi dito sobre a difusão da informação em saúde no Brasil, mas esse tema é aqui retomado para tornar possível a inserção do estudo sobre vídeos em saúde nesse quadro e detectar a evolução do processo informacional nessa área, utilizando as imagens em movimento.

A adoção de técnicas de propaganda em saúde intensificou-se em 1920, com a criação do Departamento Nacional de Saúde Pública que tinha, entre outras atribuições, a da educação sanitária. Na década seguinte, o rádio e o cinema tornaram-se instrumentos de campanhas de saúde, assim como da política. Inicia-se dessa forma a utilização das imagens em movimento na difusão de informações em saúde.

Por volta dos anos 60, o sanitarismo, que antes utilizava as campanhas de saúde, passa a trabalhar com a epidemiologia por meio de estatísticas de saúde, aperfeiçoadas entre as décadas de 40 e 60. Foram elas que apontaram as doenças e, conseqüentemente, as normas, prioridades e metas de intervenção no campo da saúde. Paralelamente, foram feitas pesquisas, segundo Rodrigues (1967 *apud* PITTA, 1995, p.239)<sup>62</sup>, para identificar credices e superstições, assim como saberes sobre meios de transmissão de doenças, costumes, líderes locais, meios de comunicação disponíveis e o papel das escolas e das igrejas na

---

<sup>62</sup> RODRIGUES, Bichat de Almeida. *Fundamentos da administração sanitária*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1967 *apud* PITTA, Áurea M. da Rocha (Org.). *Saúde & comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995.

questão da saúde. A partir daí, estratégias de persuasão passaram a ser utilizadas com o objetivo de “substituir o espírito de relutância” dos indivíduos em “aceitar cumprir as providências recomendadas pelas autoridades sanitárias, conforme o ideário da tradicional educação sanitária”. (RODRIGUES, 1967 *apud* PITTA, 1995, p. 241)<sup>63</sup>

Na década de 70, ainda de acordo com Rodrigues, na segunda edição de seu livro (1979 *apud* PITTA, 1995, p. 241)<sup>64</sup>, “a administração sanitária passa a incorporar inovações como ‘ajuste da linguagem’ à ‘população-alvo’ uma forma de conferir mais eficácia aos procedimentos de transferência de informações a indivíduos ou grupos sociais”.

Apesar de todos os esforços empregados pelas instituições e profissionais da saúde na comunicação de informações sobre a área, estudos desenvolvidos por instituições governamentais e não governamentais do campo da saúde e da agricultura, mostraram que parte dos indivíduos ainda não percebia o conteúdo das mensagens recebidas. Uma das causas identificadas foi a tensão criada entre as “noções” de saúde recebidas por esses indivíduos e a vida cotidiana. (PITTA, 1995, p. 243)<sup>65</sup>

No final da década de 70 e início da de 80, com a legitimação do modelo de assistência médica privada, houve um grande investimento em publicidade por parte dos planos de saúde. Paralelamente, passaram a ser veiculadas, com freqüência, informações denunciando os problemas existentes nos serviços públicos de saúde. Também a publicidade, promovendo produtos como cigarros e bebidas alcoólicas, ia de encontro às campanhas educativas promovidas pelas instituições públicas de saúde. (PITTA, 1995, p. 245)<sup>66</sup>

Fechando esse quadro complexo de discursos da saúde no país, qualquer um pode constatar a visibilidade acentuada de doenças de abrangência internacional, como a AIDS,<sup>67</sup>

---

<sup>63</sup> RODRIGUES (1967), *Op. cit.*, p. 241.

<sup>64</sup> RODRIGUES, Bichat de Almeida. *Fundamentos da administração sanitária*. 2.ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1979 *apud* PITTA, Áurea M. da Rocha (Org.). *Saúde & comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995.

<sup>65</sup> PITTA, Áurea M. da Rocha. Interrogando os campos da saúde e da comunicação: notas para o debate. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Saúde & comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995.

<sup>66</sup> *Ibid.* p. 245.

<sup>67</sup> De acordo com Pitta (1995, p. 264), “os modelos ‘Lasswell’ e ‘Schramm’ estão subjacentes, por exemplo, nas estratégias governamentais e não governamentais de prevenção da AIDS no Brasil”.

e o silêncio, quase total, sobre as doenças das camadas pobres da sociedade brasileira como, por exemplo, diarreia, malária e doença de Chagas.

No final dos anos 80, ao mesmo tempo em que ocorria a integração das ações de assistência à saúde do Ministério da Previdência e Assistência Social, desenvolvidas pelo INAMPS, ao Ministério da Saúde, houve uma politização do acesso à saúde, visto como um direito civil. Foram realizadas, na VIII Conferência Nacional de Saúde, diversas discussões sobre práticas comunicacionais como um pressuposto do direito à saúde por parte da população brasileira, incluindo “educação e informação plenas, participação na organização, gestão e controle dos serviços e ações de saúde; direito à liberdade, à livre organização e expressão”. (CONFERÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE, 1986, p.386)<sup>68</sup>

A Lei Orgânica da Saúde (Lei n.º 8080/90) previu a identificação e divulgação de informações em saúde para a população brasileira por parte dos serviços dessa área. Foram projetadas ações setoriais, visando práticas de comunicação que dessem transparência ao trabalho do governo. Essas práticas não mais se limitariam aos trabalhos de assessoria de imprensa, relações públicas e educação em saúde. Elas incluiriam condições e determinações sobre saúde do trabalhador por meio de informações; balcões de informação e reclamação; disponibilização *on line* de prestações de contas do setor à população; organização de espaços interativos para o público como, por exemplo, museus, centros de documentação; produção de boletins com informações institucionais e dados epidemiológicos; apoio aos conselhos de saúde e **implantação de distribuidoras de vídeos produzidos por organizações governamentais e não governamentais.** (grifo nosso)

Ainda nos anos 90, a Lei dos Conselhos de Saúde (Lei 8142/90) abriu espaço para os cidadãos que integravam esses conselhos, onde passaram a ser debatidas questões no campo assistencial e políticas públicas. Esse foi o momento da participação dos cidadãos como agentes nos processos comunicativos. De lá para cá, esse discurso permaneceu, embora a prática aponte para o uso do modelo difusionista.

---

<sup>68</sup> CONFERÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE, 8., 1986, Brasília. *Anais ...* Brasília: Ministério da Saúde, 1986.

A 12ª Conferência Nacional de Saúde de 2003 (CONSTRUINDO ... , 2003, p. 6)<sup>69</sup> tem como base para suas discussões, os princípios constitucionais da universalidade, equidade, integridade, participação e controle social do Sistema Único de Saúde (SUS), reafirmando a cidadania, os valores da solidariedade social e de responsabilidade de todos os níveis de gestão da saúde e garantindo os princípios determinados pela Lei n.º 8080/90.

Os meios de comunicação de massa são vistos como um dos espaços para dar acesso à informação em saúde. Destaca-se aqui a televisão com o Canal Saúde da Fiocruz, a TV Escola e Canal Futura, onde debates e vídeos são veiculados. De acordo com declaração, sobre a 12ª Conferência Nacional de Saúde, publicada no periódico *Canal Saúde*, do então Secretário de Gestão Participativa do Ministério da Saúde, falecido recentemente, Sérgio Arouca, , “o controle social se fortalece cada vez mais com o acesso à informação”. (CONSTRUINDO ... , 2003, p.7)<sup>70</sup>

### 5.2.1.1 – Informação em saúde no cinema

No final da década de 30, o uso das imagens em movimento, tendo como suporte o filme, foi intensificado. Destacaram-se os filmes produzidos pelo Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE), criado, em 1936, pelo então Ministro da Educação e Saúde, Gustavo Capanema e dirigido por Edgard Roquette Pinto. Desde sua criação até 1966:

*[...] esse instituto produziu mais de uma centena de filmes curtos (em geral, com duração entre 3 e 30 minutos), voltados para a educação em ciências, para a divulgação de temas científicos e tecnológicos ou para a difusão de informações sobre algumas das principais instituições científicas do país. Os títulos de alguns desses filmes, distribuídos para escolas espalhadas pelo país, ilustram o tipo de divulgação pretendida: “Coração físico de Oswald”, “De Revolutionibus”, “A força e seus efeitos”, “A matemática e o futebol”, “Instituto Oswaldo Cruz”, “O porquê”, “Morfogênese das bactérias”, “Carlos Chagas”, “Convulsoterapia elétrica”, “H2O”, “Gastrectomia”, “A medida do tempo”, “Sistema solar” e “O telégrafo”. Os documentários “Céu do Brasil” e “Vitória Régia” foram apresentados e premiados no Festival*

---

<sup>69</sup> CONSTRUINDO a 12ª Conferência Nacional de Saúde: a importância da comunicação na democratização da informação. *Canal Saúde*, Rio de Janeiro, v.4, n.19, p. 6-9, Maio/Jun. 2003.

<sup>70</sup> *Ibid.* p.7.

*de Cinema de Veneza em 1938*. (MOREIRA; MASSARANI, 2002, p. 57)<sup>71</sup>

Assim como a participação de cientistas dessa área, os temas da saúde eram frequentes, destacando-se, por exemplo, os filmes sobre as seguintes pesquisas: a de Cardoso Fontes (sobre morfogênese de bactérias), a de Vital Brasil (sobre o ofidismo), a de Evandro Chagas Filho (sobre leishmaniose americana), a de Miguel Osório (sobre fisiologia nervosa), a de Carlos Chagas (sobre o peixe-elétrico e a cultura de tecidos *in vitro*), a de Dutra e Silva (sobre choque elétrico no tratamento de psicopatas), a de Maurício Gudin (sobre cirurgia asséptica). (MOREIRA; MASSARANI, 2001, p. 641-642)<sup>72</sup>

O biofísico Carlos Chagas Filho participou, ativamente, na realização de alguns desses filmes, que contaram com a direção de Adhemar Gonzaga e Humberto Mauro, pioneiros do cinema brasileiro.

O nacionalismo estava em vigência na vida política do país nesse período. Ele e o didatismo, ligado predominantemente ao ensino formal, davam o tom à produção desses filmes. Os produtores viam o cinema como um instrumento de democratização da informação e a redenção da educação nacional, que deveria estar fortemente escorada também na formação científica básica.

Hoje o cinema foi substituído, em grande parte, pela televisão e pelos vídeos na ação de divulgar ciência e saúde, sendo seus produtos reproduzidos pelos aparelhos de videocassetes e pelos computadores, via Internet.

---

<sup>71</sup> MOREIRA, Ildeu de Castro, MASSARANI, Luísa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. *In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002. p.43-64.

<sup>72</sup> MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANI, Luísa. A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 1920. *História, Ciências, Saúde: Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.7, n.3, p.627-651, Nov.2000/Fev.2001.

### 5.2.1.2 – Informação em saúde na televisão

Para falarmos de informação em saúde na televisão, utilizamos informações do capítulo escrito por Monteiro e Brandão (2002, p. 89-105)<sup>73</sup> do livro *Ciência e público* e de levantamentos feitos no dia-a-dia das televisões aberta e por assinatura.

Sabemos que a televisão aberta (canais de *broadcasting*) alcança hoje 99,3% do território brasileiro e exerce um importante papel na divulgação científica no país, embora ainda de forma tímida. Sua presença está mais abrangente e complexa com a chegada dos canais de televisão por assinatura (cabo e satélite), com a produção e circulação dos produtos imagéticos (vídeos, CD-ROMs e DVDs) e com a interação com a mídia informatizada (Internet). Já há quem fale em “telemática” (televisão + informática).

O telejornalismo científico brasileiro tem um bom nível de produções com o tema saúde. Na TV aberta, os telejornais de todas as emissoras estão sempre divulgando informações sobre denúncias e descobertas na área da saúde. Programas de grande audiência, como o *Fantástico* e o *Globo Repórter*, apresentam, com muita frequência, temas científico-tecnológicos relacionados à saúde. No passado, quando começou, em 1974, o *Globo Repórter* chegou a ter as modalidades “Ciência” e “Pesquisa”.

O *Globo Ciência*, criado em 1984, é veiculado tanto na TV aberta (redes Globo e Educativa) quanto na TV por assinatura. Durante sua existência, teve diversos formatos: reportagem, magazine, ficção. Hoje é feito especialmente para o público jovem, tendo em seu elenco, jovens atores representando uma equipe de pesquisadores interessados em divulgação científica. O outro programa de destaque é o *Globo Ecologia*, veiculado, também, há mais de dez anos. Seu formato varia entre o de magazine e o de documentário, mas sempre apresentando reportagens realizadas em todo o país. Ambos divulgam matérias de saúde.

---

<sup>73</sup> MONTEIRO, José Renato; BRANDÃO, Sérgio. *Ciência e TV: um encontro esperado*. In: *CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum de Ciência e Cultura, 2002. p. 89-105.

O programa *Globo Rural* tem quadros sobre tecnologia agrícola e, por analogia, ao tratar de temas como alimentos ou algumas zoonoses, por exemplo, acaba sendo um veículo de informação para a saúde.

Os programas que tratam de ciência e, em particular, da saúde são raros nos demais canais comerciais da TV aberta. A exceção está nas redes educativas, onde existe o *Repórter Eco*, sobre Ecologia e Meio Ambiente, com uma edição semanal de trinta minutos de duração, veiculada pela TV Cultura e suas afiliadas desde a Eco-92. O *Repórter Eco* produziu e divulgou as séries *Genoma: em busca dos sonhos da ciência* e apresenta há vários anos um magazine semanal para o público infantil denominado *X-Tudo*.

A TV Cultura, desde agosto de 2000, apresenta, semanalmente, o *Ver Ciência*, um programa com uma hora de duração que tem como eixo um documentário internacional, comentado por um especialista brasileiro. O programa conta com a participação do público jovem, que envia perguntas respondidas por pesquisadores em rápidas entrevistas.

O *Canal Saúde*, produzido pela Fiocruz, tem grande destaque como programa da área e é exibido pelas redes da TVE e TV Cultura. Sobre ele falaremos mais adiante.

A televisão por assinatura apresenta uma programação jornalística científica das televisões universitárias, dando espaços importantes para a “divulgação da produção acadêmica”. São boas produções, apesar dos limitados recursos, quase sempre usando o formato de entrevistas e *talk-shows*.

O Canal Futura vem formando uma programação de teor educativo, marcando seu espaço entre os canais da televisão por assinatura. Ele possui três linhas de programação, com duração entre quinze a trinta minutos: “Ciência e Tecnologia”, com seis programas; “Ecologia”, com quatro programas e “Saúde”, com cinco programas.

O Canal Rural e a Rede SESC/SENAC têm programas com informações regulares sobre tecnologia aplicada em suas respectivas áreas de interesse.

Ainda na televisão por assinatura, os canais nacionais de telejornalismo “puro”, como *Globo News* e *GNT*, têm espaços expressivos sobre divulgação científica pela demanda de sua audiência, formada por um público qualificado que tem interesse sobre as questões de Ciência e Tecnologia, bem como Saúde.

Os canais internacionais, como o *Discovery Channel*, *Discovery Kids*, *Discovery Health*, *National Geographic*, *Animal Planet* e *Health*, pertencentes a diferentes operadoras de televisão por assinatura, veiculam bons documentários e reportagens produzidos por emissoras de todo o mundo.

A “produção independente” de programas científicos vem desenvolvendo-se em busca de seu lugar junto ao grande público. Segundo Monteiro e Brandão:

*O grande estímulo que já lhe pode ser dado é incrementar sua distribuição, por meio de circuitos universitários; aumentar sua exposição, por meio das mostras e feiras de Ciências; estimular sua realização, a partir de concursos e certames.* (MONTEIRO; BRANDÃO, 2002, p. 105).<sup>74</sup>

### 5.2.2 – Informação em saúde na Fiocruz

A Fiocruz é uma instituição de pesquisa, ensino e produção de medicamentos, vacinas e também de vídeos, foco desta pesquisa. Possui uma rede de bibliotecas onde, além da literatura científica de apoio aos seus pesquisadores e alunos de pós-graduação e de nível técnico, inclui em seus acervos videotecas.

Como fonte de produção de informação de saúde, a Fiocruz tem o Museu da Vida, destinado à divulgação científica das ciências biológicas e da saúde para estudantes de todos os níveis e o público em geral, que desenvolve um projeto de realização de oficinas de vídeo para professores. Sua equipe é constituída por cientistas de diversas áreas, jornalistas e educadores.

Os vídeos produzidos e distribuídos pela Fiocruz contribuem para a popularização das informações em saúde que é um dos objetivos do Projeto *Red Pop* (Rede de Popularização da Ciência e da Tecnologia na América Latina e no Caribe) de cooperação técnica internacional em C&T. A escolha desse campo de atuação para a *Red Pop* relaciona-se ao grande índice de analfabetismo e de abandono escolar nos países dessa área,

---

<sup>74</sup> MONTEIRO; BRANDÃO, *Passim*.

embora o movimento de popularização de C&T tenha um caráter mundial por meio das iniciativas empreendidas por centros e museus de Ciência de países desenvolvidos.

Esse projeto, que tem o patrocínio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da Unesco, incentiva a criação de diversos instrumentos para a divulgação e democratização do saber científico e tecnológico em geral, recomendando a contextualização de seus conteúdos e, sempre que possível, a participação das populações.

No ano 2005, a Fiocruz será a sede do IV Congresso Mundial de Centros de Ciência, tendo o Museu da Vida, da Casa de Oswaldo Cruz como local específico da realização desse evento. Os debates vão enfatizar a contribuição da popularização das ciências para a inclusão social.

Ainda relacionadas à informação em saúde, tendo o vídeo como suporte, existem as ações informacionais e comunicacionais empreendidas pelo Canal Saúde e a VideoSaúde Distribuidora. Detalhes sobre essas ações são dados a seguir.

#### 5.2.2.1 – *Canal Saúde*

O Ministério da Saúde, a Embratel e a Fiocruz formam uma parceria, em 1994, para a criação do Canal Saúde, tendo como objetivos dar acesso a informações que possam contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus telespectadores; promover a atualização dos profissionais da saúde que, no Brasil, estão em torno de dois milhões e meio de pessoas; difundir as experiências bem sucedidas na área da saúde; estimular debates sobre políticas de saúde, visando o acesso universal e gratuito de todos os cidadãos aos serviços de saúde; fortalecer o Sistema Único de Saúde (SUS) e desenvolver a cidadania.

Sua programação é divulgada por meio de uma revista bimestral e a responsabilidade esteve a cargo da COOPAS – Cooperativa de Produção de Audiovisuais de Saúde, Saneamento e Meio Ambiente Ltda., hoje denominada COOPAS Multimagens.

Os programas do Canal Saúde, levantados na revista *Canal Saúde*, são os seguintes:

- Acervo - programa de vídeos sobre saúde existentes no acervo da VideoSaúde Distribuidora. Tem duração variada;
- Bate-papo – programa de entrevistas sobre temas relacionados a políticas públicas de saúde. O objetivo desse programa é gerar reflexão sobre os problemas de saúde, disseminar o funcionamento do Sistema Único de Saúde (SUS) e fortalecer o controle social sobre a atuação dos serviços de saúde. Tem duração de trinta minutos;
- Canal Aberto – programa de reportagens sobre eventos da área da saúde e monitoramento das agendas políticas e de governos no setor da saúde. Tem duração de cinco minutos;
- Canal Saúde - Revista – programa produzido pela Superintendência do Canal Saúde, com matérias e debates sobre saúde e qualidade de vida. Tem cinquenta e dois minutos de duração;
- Comunidade em Cena – programa elaborado em parceria com as TVs Comunitárias sobre experiências bem sucedidas na área de saúde, realizadas em diversas comunidades do país. Esse programa, que já teve o nome de *Espaço VHS*, apresenta produções amadoras, enviadas por telespectadores de todo Brasil, versando sobre situações diversas sob o tema saúde. Tem dez minutos de duração;
- Com Saúde – programa produzido pela GW Comunicação sobre temas variados de saúde. Tem duração de quatorze minutos;
- É com você, Cidadão – programa de serviço e informação para a promoção da cidadania e das condições de saúde, apresentando entrevistas gravadas nas ruas. Tem cinco minutos de duração;
- Estação Saúde – programa produzido pela Confederação Nacional de Transportes sobre o tema saúde. Esse programa já foi chamado de *Canal Saúde no Asfalto*. Ele é retransmitido para a Rede Transporte e para os mil e quinhentos postos do SEST e SENAT da Confederação Nacional de Transporte. Tem seis minutos de duração;

- Ligado em Saúde – programa de entrevistas e serviços para promoção da saúde e prevenção de doenças. Responde a cartas, tira dúvidas e dá dicas de leituras, de *sites* e programação, esclarecendo e incentivando, por exemplo, a participação do telespectador na campanha nacional *Fome Zero*. Esse programa já foi chamado de *Cartas*. Tem cinco minutos de duração;
- Se Liga – programa apresentando vídeos diversos, em vários formatos, com tema relativo às DSTs (doenças sexualmente transmissíveis), incluindo a AIDS. Alguns programas são produzidos com parcerias entre o Canal Saúde, a Coordenação Nacional DST/AIDS do Ministério da Saúde e o Programa das Nações Unidas para o Controle Internacional de Drogas (UNDCP). Tem vinte minutos de duração;
- Universidade – programa apresentando um bate-papo com estudantes universitários sobre ciência e tecnologia, saúde e qualidade de vida. Tem vinte e oito minutos de duração;
- Viva Legal – programa de educação em saúde produzido pela Secretaria de Políticas em Saúde do Ministério da Saúde. Esse programa foi inicialmente produzido pela TV Futura. Tem treze minutos de duração;
- TV Pinel – programa desenvolvido pelos usuários (deficientes mentais) do Instituto Philippe Pinel da Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro. Tem duração variada;
- Teleconferência – programa interativo com a participação de especialistas em saúde, ao vivo. Apresenta temas diversos e responde a perguntas dos telespectadores. Tem complemento de matérias jornalísticas e cento e vinte minutos de duração.

A programação do Canal Saúde é divulgada pela revista *Canal Saúde*, uma publicação bimestral e gratuita, como já foi dito, e que tem sua versão *on line* no seguinte endereço da Internet: <http://www.canalsaude.fiocruz.br>.

A maior parte dos vídeos apresentados pelo Canal Saúde pode ser obtida sob a forma de cópias fornecidas pela VideoSaúde Distribuidora.

O Canal Saúde vem transmitindo, sempre que possível, reuniões, conferências e congressos da área como os Congressos do CONASEMS (Conselho Nacional de Secretários Municipais de Saúde), da ABRASCO (Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva), as Conferências Nacionais de Saúde, a Conferência Nacional de Medicamentos e Assistência Farmacêutica, a Conferência Nacional de Vigilância Sanitária, a Conferência de Pajés, a Reunião Anual de Pesquisa em Malária, *etc.*

Até 2001, o Canal Saúde apresentou o programa *Telelab* que era um curso à distância para profissionais da saúde, envolvidos com diagnósticos laboratoriais das doenças sexualmente transmissíveis. Era um programa produzido em parceria com o Ministério da Saúde.

A transmissão de sua programação é feita na TV aberta (VHF) pela rede nacional das TVs educativas com recepção nos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Roraima, Acre, Bahia, Santa Catarina, Espírito Santo e Distrito Federal. Em Minas Gerais, a transmissão está sob a responsabilidade da Rede Minas.

A TV por assinatura transmite a programação do Canal Saúde pela TVE do Rio de Janeiro, alcançando o Ceará, Goiás, Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo por meio da operadora NET e os Estados do Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo por meio da operadora TVA. As operadoras DirecTV, Alphaville e TV Cabo transmitem o *Canal Saúde* a partir de São Paulo e a NBR transmite os programas inéditos uma vez por semana e as reprises quatro vezes por semana.

No Estado do Rio de Janeiro, os assinantes da NET, contam com o Canal UTV – Canal Universitário do Rio de Janeiro (canal 16) para terem acesso a programas do Canal Saúde como a *Unidiversidade*, *Canal Saúde Revista*; com a UNITEVÊ – Canal Universitário de Niterói (canal 16 da NET) para acessarem aos programas *Unidiversidade*, *Comunidade em Cena* e *É com você, Cidadão*. Em Minas Gerais, o Canal Universitário de Uberlândia apresenta o programa *Canal Saúde*.

Cerca de mil e quinhentos postos do SEST/SENAT, da Confederação Nacional dos Transportes, veiculam o programa *Estação Saúde* durante os dias úteis da semana às 13:20 h.

Todas as transmissões do Canal Saúde são realizadas via Embratel (via horizontal) e Amazon Sat (via vertical).

Na Internet, é possível acessar a programação do Canal Saúde, transmitida via Embratel, pelo endereço <http://www.canalsaude.fiocruz.br>. No mesmo *site*, é possível ter acesso à programação transmitida pela ATEI – *Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana*, cuja retransmissão dos programas é feita para vinte e nove países das Américas, Caribe, Espanha e Portugal. Alguns dos vídeos do acervo da VideoSaúde Distribuidora também podem ser vistos na Internet por meio do *site* do Canal Saúde.

Para estimular as produções amadoras, o Canal Saúde tem o programa *Comunidade em Cena* que apresenta vídeos sobre experiências comunitárias bem sucedidas e temas da saúde em geral.

#### 5.2.2.2 – *VideoSaúde Distribuidora*

Em 1988, foi criado o Núcleo de Vídeo (NVT) da Fiocruz que, a partir de 1996, passou a denominar-se Departamento de Comunicação e Saúde (DCS). Ele está vinculado ao Centro de Informação Científica e Tecnológica (CICT), uma Unidade da Fiocruz. A VideoSaúde Distribuidora (VSD), é parte constituinte do DCS e foi criada e registrada, em 1992, junto ao Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), depois chamado de Secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura.

A criação da VSD é um marco na política de difusão de informação em saúde no país, incorporando a tecnologia do vídeo, por vezes associada à Internet, como instrumento de difusão e divulgação científica sobre diversos temas da área. Ela é a única distribuidora pública de vídeos desse setor no Brasil e, provavelmente, a única com esse perfil na América Latina.

A VSD, matriz geradora das ações do DCS, mantém organizado “um acervo de 3.544 vídeos sobre saúde e áreas afins, produzidos por instituições públicas e privadas de ensino e pesquisa e serviços de saúde, organizações não governamentais e outras entidades, que liberam os direitos de distribuição, e produções de vídeos e TV da própria Fiocruz.”

(CICT/DCS, 2003:1)<sup>75</sup> Ela foi implantada, buscando constituir um espaço no mercado de produção audiovisual nacional e estrangeiro em saúde coletiva e áreas afins, incluindo a produção interna da própria Fiocruz (vídeos do próprio DCS, da Casa de Oswaldo Cruz e do Canal Saúde). Reproduções e distribuições gratuitas de vídeos são feitas pela VideoSaúde para o Sistema Único de Saúde (SUS), instituições públicas e privadas, com destaque para as de ensino e de saúde e videotecas existentes nas bibliotecas da Fiocruz.

Além das videotecas da FIOCRUZ localizadas nas bibliotecas de Manguinhos e da ENSP, no Rio de Janeiro e na do Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, Unidade da Fiocruz em Recife (PE), a VideoSaúde mantém uma videoteca na Secretaria Municipal de Uberlândia (MG) e no Corpo de Bombeiros do Estado do Rio de Janeiro. Estão sendo implantadas por ela as videotecas do Centro de Educação a Distância do Estado do Rio de Janeiro (CEDERJ), da Prefeitura Municipal de Petrópolis (RJ), da Secretaria Municipal de Saúde de Campo Grande (MS) e da Secretaria Estadual de Saúde do Mato Grosso, em Cuiabá.

A VideoSaúde Distribuidora é um importante elo entre produtores, distribuidores e usuários de informação em saúde. Seu cadastro registra quase quatro mil usuários e entre esses estão cientistas, universitários, professores, alunos de todos os níveis escolares, responsáveis por departamentos de recursos humanos de empresas e instituições, profissionais da saúde, líderes comunitários e políticos, bibliotecas, postos de saúde, escolas *etc.* Atualmente a VSD gera cerca de quatro mil reproduções de fitas por ano em seu estúdio de copiagem.

Mostras nacionais de vídeos em saúde são realizadas pela VSD, com premiação para as melhores produções. Essas mostras transformam-se em eventos itinerantes, viajando por todo o país, para a divulgação de seus vídeos. A IV Mostra Nacional de Vídeos sobre Saúde, versão 2003/2004 contou com 230 títulos inscritos vindos de todo Brasil e 160 títulos selecionados, superando em 44% as inscrições registradas na edição anterior do evento (1998/1999) cujos vídeos são aqui analisados.

---

<sup>75</sup> CENTRO DE INFORMAÇÕES CIENTÍFICAS E TECNOLÓGICAS. Departamento de Comunicação e Saúde. *Relatório de atividades –2003*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2004.

O acervo da VideoSaúde é disseminado por meio de catálogo impresso e na Internet sob o endereço <http://www.fiocruz.br/videosaude>.

A VideoSaúde representa a Fiocruz nos Conselhos de Direção e Programação da UTV (TV Universitária do Rio de Janeiro – canal 16 da NET Rio) e no CINI/ANATEL (Comitê de Infraestrutura de Informações, da Agência Nacional de Telecomunicações).

O DCS dá apoio à programação do Projeto Canal Saúde, transmitido pela TV Executiva da Embratel, pela UTV. Ele dá apoio também à programação da NBR (Net Brasil da Radiobrás - canal 5 da NET Rio). A programação produzida para a NBR não é em parceria com o Canal Saúde, que possui um parceria individual com essa Instituição.

O DCS possui uma infra-estrutura técnica e de recursos humanos que possibilita a captação e edição de imagem, realização de produções em vídeos a partir de eventos institucionais da Fiocruz e demandas realizadas com base em intervenções epidemiológicas das ações de saúde coletiva. O trabalho de assessoria técnica e cessão de imagens para produções fora da Fiocruz também é realizado.

O treinamento de profissionais da saúde e da comunicação da Fiocruz e do SUS, que desejam realizar um vídeo, é promovido pelo DCS por meio de *Oficinas de Capacitação para o Planejamento de Produção de Vídeos*.

O DCS possui ainda o Núcleo de Ensino e Projetos em Comunicação (NEPCOM) que, em conjunto com o Departamento de Ciências Sociais da Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP), realiza cursos regulares de especialização em Comunicação e Saúde, destinado ao aperfeiçoamento de profissionais de comunicação, integrantes de instituições de saúde e dos meios de comunicação em geral. O objetivo dos cursos é oferecer subsídios para o planejamento, desenvolvimento e avaliação de políticas e práticas institucionais de Comunicação na Saúde, contribuindo para o desenvolvimento e a consolidação de um campo transdisciplinar entre essas duas áreas. Ainda nessas áreas, o DCS desenvolve pesquisas e avalia metodologias, práticas, concepções e conceitos sobre a comunicação e informação em saúde desenvolvidos tanto nas instituições públicas quanto nas ONGs e movimentos sociais, colaborando para a transformação e reestruturação do setor. O DCS também participa da organização e ensino do Mestrado Profissional de Informação e Comunicação em Saúde da Fiocruz, que teve início em 2003.

### 5.2.3 – Ética e qualidade na informação em saúde

A questão informacional na saúde esbarra em pontos como a censura e a ética. Há informações que são consideradas privadas. No caso do vídeo, é preciso tomar cuidado não apenas com as informações sigilosas, mas também com o direito de imagem. Sobre ele, é importante ressaltar que todas as pessoas, maiores e menores de idades, doentes ou profissionais da saúde que aparecem nos vídeos, precisam da autorização para a exposição de suas imagens. Também é preciso comunicar a essas pessoas de que forma essas imagens serão utilizadas.

Vídeos com interesses comerciais ou de cunho publicitário devem explicitar essa intenção de maneira bem clara para que o espectador não se sinta lesado diante deste tipo de informação. São muitos os vídeos produzidos por laboratórios farmacêuticos com a finalidade de promover o uso de um medicamento e ao mesmo tempo fornecer informações sobre doenças.

De acordo com Prado:

*[...] a ética em sua essência é uma meta desejável da representação do valor, da moral, da honra, do direito à cidadania, da justiça, da cultura, da linguagem, do conhecimento, do estágio técnico-científico, do pensamento e de outros comportamentos e ações individuais e/ou coletivas, privadas e/ou institucionais. (PRADO, 1996, p.3)<sup>76</sup>*

Uma informação de qualidade é, em si, ética. Diversos teóricos da Ciência da Informação já apontaram essas qualidades em ocasiões anteriores de maneira aprofundada. Utilizamos aqui a citação encontrada no *site Help for Health Trust*<sup>77</sup> por apontar de forma resumida e completa as qualidades da informação em saúde:

- Acessibilidade – a informação deve ter o formato apropriado para seu público, podendo ser divulgada através de diversos suportes e entre eles os vídeos;
- Precisão – a informação deve estar baseada na melhor fonte de evidência disponível;

---

<sup>76</sup> PRADO, Geraldo Moreira. Da ordem presente à razão futura. Alguns pontos de vista sobre o tema: Ética na produção científica do IBICT (1972-1996). *Ciência da Informação*, Brasília, v.25, n.3, p. 1-17, 1996. <http://www.ibict.br/cionline> . Acesso em: 21 fev. 2001.

<sup>77</sup> HELP for health trust. <http://www.hfht.or.chiq/Chiq%20checklist.paf> . Acesso em: 05 nov.2001.

- Relevância – a informação deve ser relevante para seu público;
- Disponibilidade – a informação deve ser livre para o maior número de pessoas possível;
- Comunicabilidade – a informação deve ser difundida para o maior número de pessoas possível;
- Completeza – a informação deve cobrir claramente todos os aspectos de seu tema;
- Consistência – a informação deve apresentar concordância do princípio ao fim;
- Continuidade – a informação deve garantir seu fluxo sem intermitência;
- Atualidade – a informação deve ser atual. É importante considerar o tempo de sua validade, os recursos para mantê-la atual e a exclusão da informação defasada;
- Expressividade – a informação deve usar diagramas, ilustrações, *etc.* que possam torná-la mais clara;
- Compreensibilidade – a informação deve ser clara. As palavras devem ser simples e o jargão médico deve ser evitado. A terminologia médica, quando usada, deve ser seguida de explicação.
- Originalidade – a informação deve ser apresentada de forma inédita para seu público;
- Envolvimento – a informação deve atender às necessidades de seu público;
- Confiabilidade – a informação deve obter credibilidade de seu público.

## 6. ARGUMENTO - INTERVENÇÃO SOCIAL NA SAÚDE

Este capítulo leva o nome de “argumento” porque nos vídeos é ele que determina o rumo que a história do roteiro deverá tomar. Nesta tese, o vídeo a ser analisado é o que trata da saúde, mas, especificamente, o utilizado nas intervenções sociais nessa área.

Saúde é um tema de interesse cada vez maior em nossa sociedade e esse fato trouxe consigo um manancial de informações sobre esse tema.

*O sujeito contemporâneo é constantemente informado sobre as causas possíveis das doenças que pode contrair, sobre os alimentos que podem evitar enfermidades futuras, sobre exercícios e hábitos que garantem um corpo belo e saudável [...] Os homens se percebem capacitados para programarem suas vidas com o fim de evitarem virtuais possibilidades de adoecer. (BRUNO, 1994, p. 38)<sup>78</sup>*

Os vídeos, de uma maneira geral, abordam a saúde e a doença, enquanto fenômenos sociais. Da vida fazem parte a saúde e a doença. Os indivíduos vivenciam-nas de maneira própria e subjetiva e as relatam por meio da palavra ao médico, àquele que deverá confirmá-las e trazer-lhes um bem estar.

Para a Organização Mundial da Saúde (OMS), saúde é “um completo estado de bem-estar físico, mental e social e não a mera ausência de moléstia ou doença”. Trata-se de uma utopia e, portanto, inatingível, suscitando muitas críticas.

Esta tese tem como foco os vídeos utilizados para intervenção social na área da saúde, ou seja, para prevenir doenças e promover saúde.

Intervenção é o ato de intervir que, por sua vez, significa tomar parte voluntariamente, estar presente, assistir, interpor sua autoridade. A palavra intervenção é muito utilizada no campo jurídico, no campo discursivo e no campo médico, falando-se inclusive de intervenção cirúrgica. Intervenção social, tal como é aqui estudada, é uma expressão que abrange não só a área da saúde, mas sempre traz consigo um componente de legalidade e competência.

---

<sup>78</sup> BRUNO, Fernanda. Dietética: a saúde na mídia. *Eco*, Rio de Janeiro, v.1, n.5, p. 69-82, 1994.

Procurando um conceito de intervenção social em inúmeros *sites* das Coordenações do Ministério da Saúde, foi encontrada apenas a expressão “ação governamental de intervenções públicas”.

O conceito de intervenção social idealizado por este trabalho assemelha-se ao conceito encontrado na página da Internet do *Centro de Intervenção Social (CIS)*<sup>79</sup>, de Portugal. Essa instituição funciona em uma sala do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE); é sem fins lucrativos e, desde 1989, ocupa-se em promover e desenvolver pesquisas em intervenção social, treinamento em psicologia social e estudos em cognição social. Os membros do CIS desenvolvem pesquisas aplicadas e teorias básicas orientadas para a exclusão social, meio ambiente, educação, saúde, mídia, comportamento, cultura e resolução de conflitos sociais, temas de interesse também para o nosso país. Essas pesquisas são baseadas em ações de instituições públicas e privadas, escolas e ONGs. Ratificando a preocupação do CIS ao desenvolver pesquisas sobre esses temas, Dr. Paulo Buss, atual presidente da FIOCRUZ, afirma:

*Particularmente em países como o Brasil e outros da América Latina, a péssima distribuição de renda, o analfabetismo e o baixo grau de escolaridade, assim como as condições precárias de habitação e ambiente têm um papel muito importante nas condições de vida e saúde.*  
(BUSS, 2000, p. 165)<sup>80</sup>

Essas preocupações não se restringem às regiões acima citadas, nem tampouco são preocupações recentes. A Organização Mundial da Saúde (OMS) e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) realizaram, em 1978, a I Conferência Internacional sobre Cuidados Primários de Saúde, em Alma-Ata, na URSS. Nela a saúde foi reafirmada como direito humano fundamental; as desigualdades sociais foram consideradas inaceitáveis; os governos foram responsabilizados pela saúde dos cidadãos e foi dado a estes o direito de participar das decisões sobre saúde. Essas conclusões e recomendações foram utilizadas pelos defensores da promoção da saúde, na reunião de 1986 em Ottawa.

Nas duas últimas décadas, países desenvolvidos como o Canadá, os Estados Unidos e os da Europa Ocidental estão empenhados em conceituar e praticar a promoção da saúde.

---

<sup>79</sup> CENTRO de Intervenção Social (CIS). <http://www.cis.iste.pt/documentos/relcis00.final.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2002.

<sup>80</sup> BUSS, Paulo Marchiori. Promoção da saúde e qualidade de vida. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v.5, n.1, p. 163-177, 2000.

Conferências internacionais sobre o tema têm sido realizadas, sendo as mais importantes a de Ottawa, no Canadá (1986), Adelaide, na Austrália (1988) e Sundsvall, na Suécia (1991). Outras foram realizadas em Jacarta, na Indonésia (1997) e na capital do México (2000). A América do Sul foi palco da Conferência Internacional de Promoção da Saúde, em 1992 na cidade de Santa Fé de Bogotá, na Colômbia.

Rodrigues, em suas pesquisas sobre os cuidados corporais, necessários para promover a boa saúde, verificou que esses foram transmitidos, aos poucos e com o tempo, das classes superiores para as classes médias da sociedade e, posteriormente, das áreas urbanas para as áreas do campo. Os padrões ocidentais foram disseminando-se, ao longo da história, de cima para baixo, sem perder de vista a posição específica dos vários grupos e culturas. Esse processo pode ser identificado como uma promoção de saúde que lança mão de estratégias socioculturais e/ou de poder, para estabelecer-se.

*Estes movimentos, normalmente têm como objetivo “aburguesar” a sensibilidade operária, popular ou nativa, dentro do que for possível, fazendo recursos à modulação dos seus ímpetos de transbordamento, visando ao refinamento de seus sentimentos e à disciplinarização de suas formas de conduta. Esta vontade de aburguesar é compreensível, na medida que acompanha quase sempre a expansão do sistema capitalista e industrial. (RODRIGUES, 1999, p.174)<sup>81</sup>*

Sobre promoção da saúde, que requer diferentes saberes para seu estudo e aplicação, Buss afirma que:

*[...] partindo de uma concepção ampla do processo saúde-doença e de seus determinantes, a promoção da saúde propõe a articulação de saberes técnicos e populares e a mobilização de recursos institucionais e comunitários, públicos e privados para seu enfrentamento e resolução. (BUSS, 2000, p. 165)<sup>82</sup>*

Percebe-se que ela relaciona-se a “vida, saúde, solidariedade, equidade, democracia, cidadania, desenvolvimento, participação e parceria”.(BUSS, 2003, p.16)<sup>83</sup>

Em suma:

*[...] o movimento sanitário associa a conquista da saúde ao próprio processo de democratização da sociedade brasileira, tendo por base a*

---

<sup>81</sup> RODRIGUES, José Carlos. *O corpo na história*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999.

<sup>82</sup> BUSS (2000), *Op. cit.* p. 165.

<sup>83</sup> BUSS, Paulo Marchiori. Uma introdução ao conceito de promoção da saúde. *In: CZERESNIA, Dina; FREITAS; Carlos Machado de (Orgs.). Promoção da saúde. Conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 15-38.

*compreensão de que a saúde da população resulta da forma como se organiza a sociedade. (CZERESNIA, FREITAS, 2003, p.13)<sup>84</sup>*

Essa visão de promoção da saúde refere-se a ações do Estado, da comunidade, de indivíduos, do sistema de saúde e de parcerias intersetoriais, trabalhando com a idéia de “responsabilização múltipla” para problemas e suas soluções.

O documento de Lalonde (LALONDE, 1996, p.5)<sup>85</sup>, ex-Ministro da Saúde do Canadá, propõe, como meio para a promoção da saúde, “informar, influenciar e assistir a indivíduos e organizações para que assumam maiores responsabilidades e sejam mais ativos em matéria de saúde”. No entanto, é necessário observar que:

*Não há como trabalhar devidamente e de modo prático a construção da idéia de promoção da saúde sem enfrentar duas questões fundamentais e interligadas: a necessidade da reflexão filosófica e a conseqüente reconfiguração da educação (comunicação) nas práticas de saúde. (CZERESNIA, 2003, p. 51)<sup>86</sup>*

A promoção da saúde busca:

- Modificar condições de vida tornando-a digna e adequada;
- Transformar os processos individuais na tomada de decisão no que se refere à saúde e qualidade de vida;
- Melhorar as condições de bem estar.

Wallerstein e Bernstein afirmam que a promoção de saúde é:

*[...] um processo de preparo de indivíduos e comunidades para aumentar o controle sobre determinantes de doenças e assim proporcionar saúde. Tal processo requer envolvimento direto dos indivíduos e comunidades na obtenção de troca, combinando-se com a ação política dirigida para a criação de meio condutor para a saúde. (WALLERSTEIN; BERNSTEIN, 1988, p. 381)<sup>87</sup>*

---

<sup>84</sup> CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde. Conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz 2003.

<sup>85</sup> LALONDE, Marc. El concepto de “campo de la salud”: una perspectiva canadiense. In: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). *Promoción de la Salud: una antología*. Washington: OPAS, 1996.

<sup>86</sup> CZERESNIA, Dina. O conceito de saúde e a diferença entre prevenção e promoção. In: \_\_\_\_\_; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde. Conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 39-53.

<sup>87</sup> WALLERSTEIN, Nina; BERNSTEIN, Edward. Empowerment education: Freire’s ideas adapted to health education. *Health Education Quarterly*, New York, v.12, n.4, p.379-394, Winter 1988.

A saúde é tida como fundamental para o desenvolvimento humano. A Carta de Ottawa<sup>88</sup> define promoção de saúde como “o processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria da sua qualidade de vida e saúde, incluindo uma maior participação no controle deste processo”.

Ainda de acordo com a Carta de Ottawa, tanto indivíduos quanto comunidades devem poder conhecer e controlar sua saúde. Entre os principais meios de capacitação para a promoção da saúde estão: ambientes favoráveis, habilidade para viver melhor e **acesso à informação sobre saúde** (grifo nosso).

*Por esta mesma razão, o enfoque educacional, tão fundamental nos processos de promoção da saúde e prevenção de agravos, não pode ficar preso às tendências modeladoras, fortemente difundidas a partir do paradigma comportamentalista. A atitude construtivista é aquela que melhor parece concorrer para que as pessoas possam de fato buscar e se apropriar de informações que façam sentido para elas, se mobilizar autenticamente e achar as alternativas práticas que permitam superar as situações que as vulnerabilizam. (AYRES, FRANÇA JUNIOR, CALAZANS, SALETTI FILHO, 2003, p.136)<sup>89</sup>*

Promoção da saúde, hoje, engloba mudanças de estilo de vida com abordagens educacional e comportamental quanto a redução de alguns riscos como o fumo, álcool, drogas, erros de nutrição, falta de exercícios, obesidade e estresse, em outras palavras, visam um comportamento saudável. Há uma mediação entre as questões de saúde e as questões ambientais e sociais. Os resultados dessas mudanças são previstos para o médio e longo prazo e são também de difícil aferição, isto é, tem uma avaliação complexa de custo/benefício.

Promoção da saúde tem um foco mais abrangente do que prevenção, pois se refere a medidas que não são específicas para uma determinada doença, mas servem para aumentar a saúde e o bem estar.

---

<sup>88</sup> BRASIL. Ministério da Saúde. *As Cartas da promoção da Saúde*. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. [http://www.saude.gov.br/bvs/conf\\_tratados.html](http://www.saude.gov.br/bvs/conf_tratados.html). Acesso em: 03 maio 2003.

<sup>89</sup> AYRES, José Ricardo de Carvalho Mesquita; FRANÇA JÚNIOR, Ivan; CALAZANS, Gabriela Junqueira; SALETTI FILHO, Heraldo César. O conceito de vulnerabilidade e as práticas de saúde: novas perspectivas e desafios. *In: CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). Promoção da saúde. Conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p.117-139.

A redução de vulnerabilidade está na base das ações de prevenção de doenças. Há uma intrínseca responsabilidade, tanto das autoridades da área da saúde quanto dos indivíduos, que vai mais além do que a tarefa de alertar sobre um problema de saúde. Todos devem colaborar na superação de obstáculos materiais, culturais e políticos para proteger e promover mobilizações contra doenças.

*Uma tal ampliação de objetos e estratégias torna claro que as ações de redução de vulnerabilidade não podem se tornar efetivas e operacionais se as mantivermos restritas à esfera institucional da saúde. A ação intersetorial é fundamental. No mínimo saúde e educação, mas, quando conseguimos articular também as áreas de trabalho, bem-estar social, jurídica e cultural, as chances de melhores resultados se expandem proporcionalmente. (AYRES, FRANÇA JÚNIOR, CALAZANS, SALETTI FILHO, 2003, p. 136)<sup>90</sup>*

As estratégias de redução de risco atuam conforme mostra o quadro abaixo:

Quadro 1 – ESTRATÉGIAS DE REDUÇÃO DE RISCO

<b>Alvo</b>	<b>Indivíduos expostos</b>	<b>Populações suscetíveis</b>
Finalidade	Alertar	Capacitar
Meios	Informação	Mobilização
Processo educativo	Modelador	Construtivista
Base institucional	Saúde	Intersetorial
Agentes privilegiados	Técnicos	Pares
Resultado esperado	Mudança de comportamento	Transformação de contextos de intersubjetividade

Fonte: AYRES, José Ricardo de Carvalho Mesquita; FRANÇA JÚNIOR, Ivan; CALAZANS, Gabriela Junqueira; SALETTI FILHO, Heraldo César. O conceito de vulnerabilidade e as práticas de saúde: novas perspectivas e desafios. In: CZRESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde: conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003.

As ações preventivas são de caráter intervencional para evitar o surgimento de doenças específicas e/ou reduzir suas incidências.

*A base do discurso preventivo é o conhecimento epidemiológico moderno; seu objetivo é o controle da transmissão de doenças infecciosas*

<sup>90</sup> AYRES; FRANÇA JÚNIOR; CALAZANS; SALETTI FILHO. *Op. cit.* p. 136

*e a redução de riscos de doenças degenerativas ou outros agravos específicos. Os projetos de prevenção e de educação em saúde estruturam-se mediante a divulgação de informação científica e de recomendações normativas de mudanças de hábitos. (CZERESNIA, 2003, p.45)<sup>91</sup>*

A prevenção de doenças visa:

- Agir para deter, controlar e enfraquecer fatores de risco ou causas de enfermidades ou enfermidade específica;
- Dar foco à doença;
- Dar foco aos mecanismos de combate a doença.

A ação de prevenção, que necessita de conhecimento específico, visa o controle ou fim da doença, tendo duração específica. A promoção da saúde é diferente, pois tem caráter social, político e cultural, sendo contínua e dinâmica.

Uma intervenção preventiva, geralmente, possui metas específicas e espera alcançar resultados em curto prazo. Tem uma avaliação boa sobre custo/benefício, pode ser medida por meio dos eventos (incidentes, mortalidade *etc.*) e é baseada na participação da população e dos técnicos da saúde.

*Parece igualmente claro que a busca de resposta social coloca no centro da arena das práticas preventivas não mais o sujeito técnico, com seu saber e recursos especializados, mas sim aqueles capazes de melhor apreender e lidar com os obstáculos à sua saúde, os próprios sujeitos sociais afetados. É bom que se repita que isso não esvazia o papel do técnico, apenas o reposiciona e complexifica suas tarefas na concepção, desenvolvimento e monitoramento das estratégias. O técnico da saúde, e nisso ele será insubstituível, deve ser agora um mediador do encontro que deve se dar entre a população e o conjunto de recursos de que uma sociedade dispõe (informações, serviços, insumos, etc.) para construir sua saúde. (AYRES, FRANÇA JUNIOR, CALAZANS, SALETTI FILHO, 2003, p.136)<sup>92</sup>*

As práticas de prevenção e as de promoção utilizam o conhecimento científico. Conceitos clássicos sobre doença, transmissão e risco estão presentes nos dois discursos.

Para esclarecer as diferenças entre promoção da saúde e prevenção de doenças, apresentamos, abaixo, de um quadro com resumo de conceitos organizados por

---

<sup>91</sup> CZERESNIA, O conceito ... *Op. cit.* p. 45.

<sup>92</sup> AYRES;FRANÇA JÚNIOR;CALAZANS; SALETTI FILHO. *Op. cit.* p. 136.

Stachtchenko e Jenicek (1990, p. 55)<sup>93</sup>, que afirmam que essas ações são complementares e não excludentes no planejamento de programas de saúde e que ambas representam um grande benefício para a população.

Quadro 2 – DIFERENÇAS ENTRE PROMOÇÃO DE SAÚDE E PREVENÇÃO DE DOENÇA

Promoção da Saúde	Prevenção das Doenças
Saúde = conceitos positivo e multidimensional	Saúde = ausência de doença
Modelo participativo de saúde	Modelo médico
Direcionado à população no seu ambiente total	Direcionado principalmente aos grupos de alto risco na população
Envolve uma rede de questões de saúde	Envolve patologias específicas
Estratégias diversas e complementares	Estratégia única
Abordagens facilitadoras e integradoras	Estratégias diretivas e persuasivas
Medidas incentivadoras são oferecidas à população	Medidas diretivas são fortalecidas em grupos-alvo
Mudanças no <i>status</i> dos homens e de seu ambiente são buscadas nos programas	Programas focalizando principalmente tópicos individuais e de grupos
Organizações não-profissionais, grupos cívicos e governos municipais, regionais e nacionais são necessários para se atingir as metas de promoção da saúde	Programas preventivos são assunto dos grupos profissionais das disciplinas da saúde

FONTE: STACHTCHENKO, Sylvie; JENICEK, Milos. Conceptual differences between prevention and health promotion: research implications for Community Health Programs. *Canadian Journal of Public Health*, Ottawa, v.81, n.1, p.53-59, 1990. p.55.

NOTA: Adaptado por: FREITAS, Carlos Machado de. A vigilância da saúde para a promoção da saúde. In: CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde: conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 150.

Tanto na promoção da saúde quanto na prevenção de doenças, faz-se necessário o uso de estratégias, entre as quais podem ser incluídas as informacionais.

<sup>93</sup>STACHTCHENKO, Sylvie; JENICEK, Milos. Conceptual differences between prevention and health promotion: research implications for Community Health Programs. *Canadian Journal of Public Health*, Ottawa, v.81, n.1, p.53-59, 1990.

## 7. CRÉDITOS TEÓRICOS

Os créditos são as mensagens mostradas no começo ou no final dos vídeos, onde aparecem, além do título, elenco e personagens, equipes técnicas, os agradecimentos a pessoas ou empresas que contribuíram ou colaboraram para a realização desses vídeos.

Estamos chamando este capítulo de **CRÉDITOS TEÓRICOS** porque ele traz um elenco de teóricos das Ciências Sociais e da Ciência da Informação e partes de seus trabalhos e, dessa forma, agradece a esses teóricos pela “colaboração” proporcionada a esta tese. Ele divide-se em: ELENCO PRINCIPAL, COADJUVANTES e PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS, que representam as diversas formas de atuação dos textos teóricos.

A parte do ELENCO PRINCIPAL traz autores estrangeiros e nacionais predominantemente da visão cognitivista da Ciência da Informação, área desta tese. Seus textos foram analisados a procura de indicações de apoio ao uso de estratégias no processo de **transferência e uso da informação**.

Os COADJUVANTES, nos vídeos, atuam diretamente com o ELENCO PRINCIPAL. Sob esse título serão abordados: o processo de **transferência e uso da informação** sob o olhar da Comunicação e a **inteligência coletiva** do filósofo e sociólogo Pierre Lévy, que trabalha com a cognição coletiva e a relação homem-tecnologia.

A **transferência da informação** é um processo que envolve a comunicação de informação. Tanto a comunicação quanto à informação produzem alguma coisa no indivíduo: indiferença, pequenas ou grandes alterações ou anulação de parte do conhecimento acumulado desse indivíduo por meio de outras informações recebidas ou experiências pessoais. Portanto, afirmar que a informação altera o conhecimento é possível. O que não é possível é saber o quanto altera, mas é possível ajudar essa alteração por meio do uso de estratégias.

Integrando as PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS aparecem os filósofos e sociólogos Habermas, Foucault, Latour e Collins. Eles estarão abordando as questões éticas que envolvem as intervenções social e informacional.

Em resumo, os autores integrantes dos CRÉDITOS TEÓRICOS fornecerão o embasamento para as seguintes questões:

- Que tipo de informação é adequado para os vídeos que se propõem a intervir socialmente de modo a promover a saúde e prevenir doenças?
- De que maneira essa informação é transferida ou comunicada?
- Quais as possibilidades de uso de estratégias nesse processo?
- Até que ponto é ética uma ação de intervenção na informação (uso de estratégia) durante o processo de sua transferência?
- É ética a utilização de tecnologia (vídeo) na transferência de informação em saúde?

## 7.1– ELENCO PRINCIPAL

Chegamos ao elenco principal que, como o próprio nome diz, tem lugar de destaque no estudo sobre vídeo e na nossa alegoria teórica. Esse elenco é integrado por diversos teóricos internacionais e nacionais da Ciência da Informação, área desta tese.

O foco agora está na **informação**. Como vimos, anteriormente, a informação tem uma função estratégica na prevenção de doenças e na promoção da saúde porque ela contribuirá para mudança de comportamento dos indivíduos. Aqui estamos nos referindo ao papel social da informação e estamos trabalhando com a informação que altera a estrutura cognitiva dos indivíduos e desencadeia ações que podem ser, entre outras, a mudança de comportamento.

Quanto mais familiar nos parecer a informação, mais rapidamente acreditamos nela ou a aceitamos. Segundo Norton<sup>94</sup>, a informação pode: não afetar, alterar alguma coisa ou alterar significativamente o conhecimento de alguém.

*A transferência da informação torna-se um processo extremamente complexo, dependendo dos participantes, dos métodos e protocolos de comunicação e de todo o ambiente. Avaliar todo o meio informacional e comunicacional pode ajudar a melhorar a transferência da informação.* (NORTON, 2001, p. 49 – tradução nossa)<sup>95</sup>

A informação, de um modo geral, é trabalhada aqui pelos autores da visão cognitivista da Ciência da Informação. Esses autores apresentam conceitos semelhantes sobre estrutura, imagem ou concepção do mundo e ainda pré-compreensão do mundo e vida-no-mundo-com-os-outros.

Verificaremos como esses autores vêem a transferência dessa informação, ou seja, como um processo que faz a mediação entre a informação (que contribuirá para a mudança da estrutura cognitiva) e o indivíduo. Para que esse processo se desenvolva a contento, esta tese propõe o uso de estratégias ditas informacionais.

---

<sup>94</sup> Melanie Jay Norton é uma bibliotecária norte-americana.

<sup>95</sup> NORTON, Melanie Jay. Communication. In: \_\_\_\_\_. *Introduction concepts in Information Science*. Medford: Information Today, 2001. Chapter 3, p. 39-50. (ASIS monograph series)

O uso de estratégias informacionais exige uma avaliação do contexto de maneira a proporcionar a sua escolha correta dessas estratégias, antes de coloca-las em ação.

### 7.1.1 – Transferência e ação da informação na Ciência da Informação

Para a visão cognitivista da Ciência da Informação, a informação quando transferida desencadeia uma mudança na estrutura do conhecimento no indivíduo e na sociedade. Para Barreto (1996, p.6)<sup>96</sup> “*é [...] na transferência da informação que se revela a essência do fenômeno da informação*”.

Apresentamos aqui autores que estudaram questões como a modificação da estrutura do conhecimento; relações entre o que conhece, o conhecimento e o mecanismo que faz a mediação entre eles.

**A função da transferência da informação, que é a de transmitir mensagens para uma determinada realidade, está vinculada ao processo de oferta e demanda da informação em um determinado contexto informacional** (grifo nosso), conforme afirma Barreto (1996, p.6)<sup>97</sup>. Durante essa mediação, isto é, a transferência da informação, problemas podem ocorrer. É importante conhecermos esses problemas para podermos neutralizá-los, utilizando estratégias. Como a informação transferida é a que atua no indivíduo e na sociedade, observamos com atenção o desenvolvimento de teorias sobre a ação pragmática e a retórica, tão utilizada desde a Antiguidade para o repasse adequado de informações.

A assimilação das informações também é objeto de análise, assim como o poder de transformação social das informações, de suma importância no caso dos vídeos em saúde. A antropologia da informação foi citada pela importância que estabelece no papel da adequação da informação, ponto fundamental para sua transferência.

A seguir apresentamos fragmentos das teorias que abordam os temas acima citados.

---

<sup>96</sup> BARRETO, Aldo de Albuquerque. A eficiência técnica e econômica e a viabilidade de produtos e serviços de informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v.25, n.3, 1996. <http://www.ibict.gov.br>. Acesso em: 15 jun. 2000.

<sup>97</sup> *Ibid.* p. 6.

### 7.1.1.1 - Modificação da estrutura do conhecimento

O primeiro autor estrangeiro escolhido para nosso embasamento teórico foi Brookes<sup>98</sup> (1980, p.131)<sup>99</sup>, um dos pioneiros da visão cognitivista da Ciência da Informação.

Para ele, a informação, objeto de estudo dessa ciência, perpassa todas as atividades humanas, sendo difícil separar seus efeitos objetivos e subjetivos. A informação não é apenas lingüística, segundo Brookes. A linguagem, incluindo a imagética, é empregada em apenas parte da totalidade das informações potencialmente acessíveis. No nosso dia-a-dia, recebemos uma enorme quantidade de informações advindas de nosso meio ambiente. As informações objetivas que nos atingem tornam-se subjetivas para cada um de nós.

Brookes produz seu trabalho a partir da concepção de ciência de Popper<sup>100</sup>, que concebia a existência de três Mundos (POPPER, 1978)<sup>101</sup>. O Mundo Um é o mundo físico representado pelo Cosmo onde a Terra se insere. O Mundo Dois é o mundo do conhecimento humano subjetivo, representado por pensamentos e imagens mentais. O Mundo Três é o mundo do conhecimento humano objetivo, representado pelos produtos da mente humana como a linguagem, as artes, as tecnologias e os artefatos. Os três mundos são independentes e interagentes.

Baseando-se nessa teoria, Brookes considera que não existe apenas um Mundo Dois, mas vários, sendo um mundo próprio para cada indivíduo. Brookes, ainda com base nessa mesma teoria, fala sobre a relação entre informação, cujo conceito Popper ignora, e conhecimento, considerando a informação como uma pequena parcela da estrutura do conhecimento. Ele ressalta que o dado sensível do qual falam os filósofos é diferente da informação.

*A informação depende de uma observação sensorial, mas o dado sensível, assim percebido, tem que ser interpretado subjetivamente por uma estrutura de conhecimento para tornar-se informação. [...] A absorção da informação pela estrutura do conhecimento pode ocasionar*

<sup>98</sup> Bertram Claude Brookes (1910-1991) era inglês, graduado em Matemática e Estatística.

<sup>99</sup> BROOKES, Bertram Claude. The foundation of Information Science. part 1 – philosophical aspects. *Journal of Information Science*, London, n.2, p.125-133, 1980.

<sup>100</sup> Karl Popper (1902-1994) era austríaco e filósofo das ciências.

<sup>101</sup> POPPER, Karl. *A lógica das ciências sociais*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

*não uma simples adição, mas algum ajuste na estrutura, uma espécie mudança nas relações entre conceitos já existentes e aceitos.* (BROOKES, 1980, p.131 – tradução nossa)<sup>102</sup>

**O conhecimento, para Brookes, é uma estrutura de conceitos unidos por suas relações. A informação é uma pequena parte dessa estrutura. A estrutura do conhecimento pode ser subjetiva ou objetiva.** (grifo nosso) A relação entre conhecimento e informação é expressa pela “equação fundamental” que Brookes produziu (1975, p.118)<sup>103</sup>, que é  $K[S] + \Delta I = K [S + \Delta S]$ <sup>104</sup>. A equação indica que seus elementos são mensuráveis pela mesma medida, isto é, informação e conhecimento são do mesmo tipo. A equação ainda serve para analisar o efeito da informação, sendo um instrumento de observação da interação das pessoas com o conhecimento, colaborando, assim, para os estudos sobre percepção (conhecimento individual). Brookes desenvolveu estatísticas sobre as interações entre grupos de pessoas (conhecimento social), conforme citou Belkin. (1990, p. 11)<sup>105</sup>

Por outro lado, ao falar de mudança de estrutura de conhecimento, Brookes vai ao encontro do objetivo dos vídeos em saúde aqui estudados. No entanto, temos que reconhecer que não há meios de verificar as estruturas do conhecimento privado de um indivíduo. O que se faz, normalmente, é propor questões e por meio das respostas obtidas, observar se houve ou não mudança na estrutura do conhecimento do indivíduo. Essa técnica, no entanto, é metodologicamente precária, embora adotada com frequência. O que fica mais visível é a mudança na forma de agir a partir da transferência de informações.

---

<sup>102</sup> BROOKES, *Op. cit.* p. 131.

<sup>103</sup> BROOKES, *Op. cit.* p. 118.

<sup>104</sup> K = conhecimento; S = estrutura;  $\Delta I$  = variação da informação;  $\Delta S$  = variação da estrutura. A tradução da equação seria: a estrutura do conhecimento existente somada a uma nova informação resulta em um novo conhecimento constituído pela antiga estrutura mais a estrutura modificada.

<sup>105</sup> BELKIN, Nicholas. The cognitive viewpoint in Information Science. *Journal of Information Science*, London, v.16, p.11-15, 1990.

### 7.1.1.2 – Conhecedor, conhecimento e mecanismo intermediário

Por ter estudado Brookes, Belkin<sup>106</sup> foi escolhido como segundo autor a ser investigado juntamente com seus companheiros em autoria de artigos. A essência da abordagem cognitiva, para Belkin, é a idéia de percepção humana, da cognição e estruturas do conhecimento.

Para Belkin e Robertson<sup>107</sup> (1976, p. 198)<sup>108</sup>, a estruturação deliberada (intencional) da mensagem, por parte do produtor/emissor de maneira a alterar a estrutura da concepção do usuário/receptor, subentende que esse produtor/emissor conhece a estrutura do usuário/receptor. **As estruturas são, para eles, como uma concepção mental que os indivíduos têm de seu meio ambiente e deles mesmos.** (grifo nosso) Elas podem ou não representar reflexos das estruturas do mundo real. Ao falar de estruturação deliberada (intencional), os autores citam um processo semelhante ao proposto por esta tese, ou seja, o uso de estratégias informacionais na estruturação da informação a ser transferida.

Segundo Pinheiro<sup>109</sup>, “uma das definições de informação mais conhecidas e adotadas é a de Belkin” e ela é a adotada por esta tese, ou seja, **informação é o que é capaz de transformar estruturas.** (grifo nosso) Para Belkin e Robertson (1976, p. 198)<sup>110</sup> as estruturas devem ser vistas mais como categorias do que como conceitos e estão relacionadas aos diversos níveis de percepção (cognição) do mundo real dos indivíduos. Estes níveis dividem-se em: infracognição, cognição individual, cognição social e metacognição. As informações responsáveis pelas mudanças dessas categorias cognitivas são, conseqüentemente, diferentes conforme podemos ver no quadro abaixo.

---

<sup>106</sup> Nicholas J. Belkin é cientista da informação norte-americano de origem russa.

<sup>107</sup> Stephen Edward Robertson (1946- ) é cientista da informação norte-americano.

<sup>108</sup> BELKIN, Nicholas J. ; ROBERTSON, Stephen Edward. Information Science and the phenomenon of information. *Journal of the American Society for Information Science*, Washington, v.27, n.4, p. 197-204, July/Aug. 1976.

<sup>109</sup> PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. *A Ciência da Informação entre sombra e luz: domínio epistemológico e campo interdisciplinar*. 1997. 1 v. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. Orientadora: Profª. Gilda Maria Braga.

<sup>110</sup> BELKIN; ROBERTSON, *Op. cit.* p. 198.

Quadro 3 – ESPECTROS INFORMACIONAIS

Níveis de cognição	Níveis de informação
Infracognição	Hereditariedade
	Incerteza
	Percepção
Cognição individual	Formação individual de conceito
	Comunicação inter-humana
Cognição social	Estruturas sócio-conceituais
Meta-cognição	Conhecimento formalizado

FONTE: BELKIN, Nicholas J. ; ROBERTSON, Stephen Edward. Information Science and the phenomenon of information. *Journal of the American Society for Information Science*, Washington, v.27, n.4, p. 197-204, July/Aug. 1976. p. 198.

Belkin e Robertson (1976, p.201)<sup>111</sup> consideram que a Ciência da Informação deixa indefinidos os termos propósito e intenção e utiliza estrutura, termo a ser compreendido como ordem na sua forma mais geral.

Os autores falam ainda de conceitos básicos da Ciência da Informação como sendo:

- Texto - uma coleção de signos propositalmente estruturados pelo emissor com a intenção de mudar a estrutura da imagem concebida de um receptor.
- Informação - a estrutura de qualquer texto que é capaz de mudar a estrutura da imagem concebida de um receptor.

O que é dito por Belkin e Robertson sobre texto pode ter validade para os vídeos estudados por esta tese.

Belkin e Robertson (1976, p.202)<sup>112</sup> consideram que a Ciência da Informação não teve a preocupação devida com o canal de transmissão da informação. Eles observam que os canais de informação contêm mecanismos ou dispositivos que operam nos textos (aqui

<sup>111</sup> BELKIN; ROBERTSON, *Op. cit.* p. 201.

<sup>112</sup> *Ibid.* p. 202.

fazemos mais uma analogia com os vídeos), tanto física, quanto intelectualmente, ou ambos, para deixar esses textos de tal forma, que facilitem mais a transmissão.

Belkin (1978, p.58 e p.60-61)<sup>113</sup> escreve ainda sobre a facilitação da efetiva transferência da informação desejada entre uma fonte humana e um usuário humano (receptor). Essa questão aborda:

- A informação em sistemas de comunicação cognitiva humana;
- A relação entre a informação e a fonte;
- A relação no processo comunicacional entre a informação e o usuário tratando do efeito da informação sobre o usuário;
- A eficácia da informação e de sua transferência, incluindo a relação com seu contexto;
- A idéia de informação desejada.

**Como elemento facilitador do processo de transferência da informação, Belkin aponta a relação do usuário/receptor com o discurso por meio de sua forma, idioma, estrutura lógica, narrativa e vocabulário.** (grifo nosso) Ressalta, porém, que a capacidade persuasiva da fonte pode levar a respostas diferenciadas por parte do usuário/receptor.

Ainda citando Belkin e Robertson (1976, p.203)<sup>114</sup>: eles consideram que o usuário/receptor tem um papel mais ativo do que é sugerido por sua designação. Geralmente, ao perceber uma anomalia na sua concepção de mundo, o usuário/receptor vai a procura de informação para corrigi-la.

Belkin, no artigo com Robertson (1976, p. 203)<sup>115</sup>, faz uma ressalva com relação à comunicação da informação tal como acontece na educação e na persuasão, situações tão recorrentes nos casos dos vídeos, considerando-as problemas informacionais. E sobre esse tema falaremos a seguir.

---

<sup>113</sup> BELKIN, Nicholas J. Progress in documentation. Information concepts for Information Science. *Journal of Documentation*, London, v.34, n.1, p.55-85, Mar. 1978.

<sup>114</sup> *Ibid.* p. 203.

<sup>115</sup> BELKIN; ROBERTSON, *Op. cit.* p. 203.

### 7.1.1.3 – Problemas informacionais

A construção do embasamento teórico prossegue e os artigos de Wersig<sup>116</sup> e os teóricos que com ele trabalharam são agora vistos. O conceito de informação como algo produzido para reduzir incertezas foi fornecido por Wersig<sup>117</sup> em uma entrevista dada ao *Boletim do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação*, ao qual este trabalho está vinculado.

**Wersig e Neveling<sup>118</sup> (1975, p.134-138)<sup>119</sup> apontam a responsabilidade social como sendo inerente ao processo de transferência da informação, e a consideram a verdadeira sustentação da Ciência da Informação.** (grifo nosso) Para eles, esta ciência tem uma função social derivada do desenvolvimento histórico e deve facilitar a comunicação entre os seres humanos, dando especial atenção à informação em si. Esses autores também fazem uso do conceito de “estrutura” ao referirem-se às estruturas do mundo real.

**A intenção do emissor, segundo Wersig (1970, p.6-7)<sup>120</sup>, deve ser a de otimizar a comunicação de forma a transferir as informações da melhor forma possível e de maneira simples.** (grifo nosso) Mas, o ideal é conhecer as necessidades informacionais daqueles que receberão as informações.

O projeto INSTRAT, desenvolvido pelo Departamento de Comunicação Científica da Universidade Livre de Berlim, de acordo com Wersig e Windel<sup>121</sup> (1985, p.13)<sup>122</sup> tenta combinar os elementos estruturais que determinam os processos de informação e comunicação como, por exemplo, estratégias, modelos, ações declarando que eles são, na

---

<sup>116</sup> Gernot Wersig (1942- ) é alemão e estudou Comunicação, Literatura, Ciência Política, Sociologia, Psicologia e Filosofia e é um teórico da Ciência da Informação.

<sup>117</sup> WERSIG, Gernot. Nova visão de ‘redução de incertezas.’ *Informe. Boletim do PPGCI*, Rio de Janeiro, v.1, n.2, p.1-4, Nov./Dez. 1988. Entrevista concedida a Luísa Massarani.

<sup>118</sup> Ulrich Neveling é um cientista da informação alemão.

<sup>119</sup> WERSIG, Gernot; NEVELING, Ulrich. The phenomena of interest to Information Science. *The Information Scientists*, London, v.9, n.4, p. 127-140, 1975.

<sup>120</sup> WERSIG, Gernot. Communication theory and user analysis. The communication theory frame of reference. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE DOCUMENTACION, 21-24 Set., 1970. *Proceedings ...* Buenos Aires: Federation Internacional de Documentacion, 1970.

<sup>121</sup> Günther Windel (1943- ) é um cientista da informação alemão.

<sup>122</sup> WERSIG, Gernot; WINDEL, Gunther. Information Science needs a theory of “information actions.” *Social Science Information Studies*, Guildford, v.5, p. 11-23, 1985.

realidade, *constructos* altamente teóricos e relacionados à realidade. Em resumo, esses autores apontam a combinação de tais elementos como um segmento alavancado por um problema. Podemos entender que a transferência da informação encontra-se entre esses processos e, conforme os autores, as estratégias são válidas para resolver problemas, dando-nos mais um motivo para criarmos a tipologia de estratégias informacionais.

**Para o “tratamento do problema” é preciso conhecer a situação presente do indivíduo, sua história pessoal, suas preferências (valores, opiniões, atitudes), e o seu campo de potencialidades (cognitiva, afetiva, estética etc.) juntando-se a isso tudo desejos ou aspirações.** (grifo nosso)

**Para Roberts<sup>123</sup> (1982, p.96)<sup>124</sup>, o processo de informação está fortemente ligado a fatores psicológicos, ou seja, a motivação.** (grifo nosso) Wersig e Windel (1985, p.13)<sup>125</sup>, no entanto, consideram que o processo de informação relaciona-se diretamente a um problema que é uma necessidade, cuja causa não precisa ser especificada. A resolução de um problema poderá ser influenciada pelas próprias necessidades, por motivações, conhecimento, estratégias empregadas e pelos objetivos. Ajudar um indivíduo a resolver um problema pode significar ajudá-lo a definir tal problema.

**Roberts (1976, p. 252)<sup>126</sup> afirma que a informação é adquirida no meio ambiente, nem sempre em formas estruturadas, por indivíduos que já possuem seus próprios estoques de informações e uma série de atitudes associadas a eles. As mudanças informacionais podem estar associadas a *inputs* informacionais que não são simplesmente adquiridos.** (grifo nosso) Eles são avaliados, aceitos ou rejeitados, relacionados, manipulados e, possivelmente, exercem influência nas variadas maneiras de informar.

Foram apontadas, por Roberts, possibilidades de mudanças informacionais nos indivíduos por meio de *inputs* informacionais que podem ser, entre outras coisas, estratégias informacionais.

---

<sup>123</sup> Norman Roberts é um cientista da informação.

<sup>124</sup> ROBERTS, Norman. A search for information man. *Social Science Information Studies*, Guildford, v.2, p.93-104, 1982.

<sup>125</sup> WERSIG; WINDEL, *Op. cit.* p. 13.

<sup>126</sup> ROBERTS, Norman. Social consideration towards a definition of Information Science. *The Journal of Documentation*, London, v.32, n.4, p. 249-257, Dec. 1976.

**Wersig** (1977, p.50-56)<sup>127</sup>, ao falar sobre o treinamento de usuários, **aponta barreiras informacionais que são, na verdade, antíteses das estratégias**, segundo nossa opinião. (grifo nosso) Algumas dessas barreiras estão diretamente relacionadas à produção de informação por meio dos vídeos. Elas foram identificadas por Engelbert<sup>128</sup>, sendo aqui citadas mediante documento produzido por Wersig. São elas:

- Barreira ideológica – Esse tipo de barreira se estabelece entre informações produzidas com diferentes ideologias tanto no âmbito social quanto no âmbito governamental. Ela se estabelece a partir de uma relação básica entre informação e comportamento.
- Barreira de propriedade – Há casos de informações com dono (autor e/ou produtor) e sua divulgação depende dele. Essa barreira está ligada ao direito autoral ou propriedade intelectual.
- Barreira legal – Algumas situações, tais como, segurança nacional ou privacidade, podem levar à formulação de uma barreira legal com restrição à informação, via de regra, por parte do Governo ou Justiça.
- Barreira do tempo – A informação tem prazo de validade e, quando ele vence, a informação se torna inútil.
- Barreira de eficiência – Não deve haver entraves ao acesso à informação ou dificuldade para seu uso.
- Barreira financeira – O ato de informar deve estar em equilíbrio com o seu custo financeiro.
- Barreira terminológica – A terminologia empregada na informação, assim como a empregada para sua organização e recuperação, deve estar ao alcance daqueles que a utilizarão.

---

<sup>127</sup> WERSIG, Gernot. Information consciousness and information propaganda. In: FID/ET TECHNICAL MEETING, 8-11 June 1976, Madrid. *Common features of training of information specialists*. Frankfurt am Main: Deutsche Gesellschaft für Dokumentation, 1977. (FIT/ET Occasional Paper 3)

<sup>128</sup> Engelbert identificou as barreiras informacionais que foram publicadas na *Informatik*, respectivamente no v.2, n.5, p.51-54 e no v.2, n.6, p.47-51 ambos de 1974.

- Barreira de línguas estrangeiras – Quando houver informação em língua estrangeira, deve haver a preocupação em traduzi-la para o idioma do usuário da informação.
- Barreira de capacidade de leitura ou nível de entendimento – A informação, para ser transferida, necessita ser adequada ao nível de entendimento de seu usuário em potencial.
- Barreira da percepção – Deve haver um mecanismo para monitorar o tipo de informação buscada pelo usuário para ajudá-lo a encontrá-la.
- Barreira da sensibilidade – A informação só terá sentido quando o usuário usá-la ativamente.
- Barreira do espaço – A distância entre o local da informação e o de seu usuário aumenta o valor da informação.
- Barreira psicológica - Os usuários possuem opiniões próprias, valores, atitudes, preferências. Sendo assim a informação, mesmo necessária, pode ser rejeitada por vergonha, de o usuário mostrar sua ignorância e por não aceitar o suporte na qual ela está veiculada, por ter problemas em comunicar a informação desejada *etc.*

#### 7.1.1.4 – Ação pragmática e retórica

Capurro<sup>129</sup> (1992, p.88)<sup>130</sup> surpreende ao trabalhar sob a influência da retórica em suas pesquisa em Ciência da Informação. Para ele, **“a informação é uma compreensão pragmática de um mundo comum, compartilhado”**. (grifo nosso) Ainda segundo ele, a Ciência da Informação preocupa-se com a informação, mas ignora a não-informação e seus derivados que trazem indícios preciosos para a vida que ele denomina vida-no-mundo-com-os-outros.

---

<sup>129</sup> Rafael Capurro (1945- ) nasceu no Uruguai, é filósofo e cientista da informação.

<sup>130</sup> CAPURRO, Rafael. Foundations of Information Science. Review and perspectives. In: VAKKARI, Pertti,; CRONIN, Blaise (Eds.). *Conceptions of Library and Information Science*. Historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992. p.82-98.

Essas não-informações estariam nas mentiras, nas propagandas, nas desfigurações, nos boatos, nos delírios, nas alucinações, nas ilusões, nos erros, nas dissimulações, nas distorções, nos adornos, nas insinuações, nas decepções.

As não-informações poderiam proporcionar, por exemplo, uma melhor possibilidade de entendermos o Outro, de avaliarmos e conhecermos o terreno antes da ação afirmativa. O uso de uma fantasia pode servir para a criação de nova maneira de ser, para o senso de realidade, além de desenvolver pensamentos críticos.

Poderíamos incluir aqui as estratégias como não-informações na sua dimensão ética.

O autor, no entanto, não faz a apologia do uso exclusivo das não-informações. Ele considera que é importante a busca pela sinceridade, honestidade, franqueza, clareza, prestimosidade, veracidade, entre outras formas de relacionamento humano. Porém, afirma que tanto a informação quanto a não-informação são uma dimensão da existência humana e exemplifica isso por meio da quebra de paradigmas nas ciências, que põe por terra crenças por vezes seculares, baseadas em erros.

Capurro considera que a Análise do Discurso é um instrumento para a identificação da informação e da não-informação. Isso nós poderemos comprovar ao usarmos a Análise do Discurso para identificar as estratégias existentes nos vídeos já produzidos.

**O uso da persuasão destaca o caráter retórico da informação,** (grifo nosso) conforme ressalta Capurro (1992, p.89)<sup>131</sup>. **O reconhecimento da intencionalidade e das demais não-informações completa a visão que a Ciência da Informação deveria ter de seu objeto, tal como ele é empregado na vida-no-mundo-com-os-outros.** (grifo nosso) Aqui o autor nos fornece mais um motivo para a criação da tipologia das estratégias informacionais.

Capurro (1992, p.86)<sup>132</sup> propõe uma abordagem holística para a relação homem e mundo. Ele considera que não estamos presos à esfera cognitiva subjetiva de forma separada da esfera objetiva. A linguagem, por exemplo, não ocorre apenas na esfera íntima do sujeito. Na visão objetiva sobre as coisas do mundo real, existe a idéia de vida-no-mundo-com-os-outros, sob uma dimensão histórica que condiciona, mas não determina

---

<sup>131</sup> CAPURRO (1992), *Op. cit.* p.89.

<sup>132</sup> CAPURRO (1992), *Op. cit.* p.86.

totalmente, nossa compreensão do mundo. Isso ocorre porque todos nós temos uma pré-compreensão.

A condição de estar no mundo não nos tolhe dentro de uma subjetividade que indica um caminho a ser seguido. Ao contrário. **O estar no mundo nos proporciona uma abertura, habilitando-nos a sermos dirigidos dentro de situações específicas, através da significância e não significância das coisas.** (grifo nosso) O existir tem na sua etimologia a ligação com o ser externo (*ek* que em grego significa fora).

A Comunicação possibilita a participação conjunta dos seres humanos em um mundo comum. Por analogia, informação não é um produto de representação ou algo que passa de uma mente humana para outra. Ela é uma dimensão da vida-no-mundo-com-os-outros, ou seja, ela é a articulação de uma compreensão pragmática pré-existente de uma participação no mundo comum. Em outras palavras, a informação é também a pré-compreensão, isto é, “a articulação de um estado prévio de entendimento pragmático de um mundo comum compartilhado”, conforme foi citado por Sirihal<sup>133</sup> e Lourenço<sup>134</sup> (2002, p. 73)<sup>135</sup>.

Mais importante do que querer saber “o que é informação”, diz Capurro (1992, p.87)<sup>136</sup>, é saber “**para que é a informação**”. **É preciso ressaltar a condição contextual da informação, isto é, sua dimensão histórica, cultural, econômica, política, que são essenciais para sua compreensão.** (grifo nosso) Esse olhar dá à informação uma dimensão pragmática (efeitos práticos de uma idéia) ligada à hermenêutica (significado das palavras) e à heurística (procedimentos para resolução de problemas-estado anômalos).

Essas condições levam a informação para o campo da retórica (regras de discurso). Aristóteles relacionava a retórica a disciplinas lingüístico-metodológicas, assim como à lógica, à dialética, à argumentação, sem deixar de lado a ética e a política.

---

<sup>133</sup> Adriana Bogliolo Sirihal é brasileira e Doutoranda em Ciência da Informação.

<sup>134</sup> Cíntia de Azevedo Lourenço, brasileira, é bibliotecária, Mestre e Doutora em Ciência da Informação.

<sup>135</sup> SIRIHAL, Adriana Bogliolo; LOURENÇO, Cíntia de Azevedo. Informação e conhecimento: aspectos filosóficos e informacionais. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v.12, n.1, p.67-92, Jan./Jun. 2002.

<sup>136</sup> CAPURRO (1992), *Op. cit.* p. 87.

A retórica, segundo Schrader<sup>137</sup> (1986)<sup>138</sup>, citado por Capurro (1992, p. 88)<sup>139</sup>, pode ser utilizada para:

- Ensinar/informar (*docere/informare*): relacionando-se à razão;
- Influenciar/despertar (*provere*): relacionando-se à vontade e sensações;
- Satisfazer (*delectare*): relacionando-se à percepção sensorial e sensual.

Ainda segundo o mesmo autor, um discurso para ser considerado bom deve ser:

- Claro (*saphe/claritas*);
- Simples (*helenizein/latinitas*);
- Adequado (*prepon/proprietas*).

No caso dos discursos informativos (e deliberativos), essas características unem-se às seguintes figuras:

- Figuras argumentativas: comparações, explanações detalhadas, definições, antecipações, retrospectivas;
- Figuras léxicas: paradoxos, ironias, trocadilhos, afirmações por meio de negações.

Existem conexões entre os discursos informativo, persuasivo e prazeroso.

Figuras dialéticas, argumentativas e retóricas presentes nos hipertextos, também estão presentes nos vídeos. Lida-se, portanto, com a não-linearidade/probabilidade, a associatividade/analogia, realçadas pela contextualidade de significância sustentadas pelas dimensões culturais, estéticas, éticas e políticas.

Ressaltamos, aqui, que a informação imagética dos vídeos é possuidora de dimensão física ou estética (em grego *aisthesis* significa percepção) da existência humana. A força das imagens está na dupla ação perceptiva da informação.

---

<sup>137</sup> Alvin M. Schrader (1944- ) é um teórico da Ciência da Informação no Canadá.

<sup>138</sup> SCHRADER, Alvin M. The domain of Information Science: problems in conceptualization and in consensus-building. *Information Service & Use*, Amsterdam, n. 6, p. 169-205, 1986.

<sup>139</sup> CAPURRO (1992), *Op. cit.* p. 88.

### 7.1.1.5 – Assimilação da informação

**A informação assimilada provoca mudança na estrutura cognitiva dos indivíduos, consegue ser transferida de maneira a colaborar na percepção da necessidade de desencadeamento de ações por parte desses indivíduos para alterar o *status quo* externo a eles.** (grifo nosso) Daí se infere a utilidade da informação assimilada como instrumento de intervenção nos casos de epidemias e doenças coletivas endêmicas e de promoção de saúde.

Por ter parte de sua produção acadêmica relacionada a esse tema, Barreto<sup>140</sup> foi escolhido como teórico brasileiro para fornecer conceitos sobre a possibilidade de uso de estratégias informacionais. A produção do conhecimento, segundo ele, necessita de uma ação de comunicação estabelecida entre a fonte informacional e o receptor (ou espectador). Assim sendo, o fenômeno da informação é:

*[...] a percepção do conteúdo dos produtos de informação pelos sentidos e pela consciência. A essência deste fenômeno [está na] transformação de estruturas de signos ordenados de um todo logicamente constituído em realizações de uma consciência individual ou coletiva. (BARRETO, 1996, p.2)<sup>141</sup>*

Para que haja uma assimilação de informação, é preciso que o indivíduo consiga elaborar o conteúdo da mensagem que lhe é repassada.

Esta tese considera que o responsável pela produção da informação pode lançar mão de estratégias para facilitar a assimilação de seu produto observando, entre outras coisas, o contexto de seu receptor e, se possível, o seu estoque de informação pessoal.

O momento da assimilação da informação não é um ponto no presente, e, sim, na consciência cognitiva do indivíduo com referências ao passado e com expectativas quanto ao futuro. Vista a questão do contexto, ou seja, do espaço, resta a questão do tempo que, segundo Hanna Arendt<sup>142</sup> (1991)<sup>143</sup>, não é um tempo linear. Portanto, as estratégias empregadas para facilitar a assimilação da informação, no momento de sua transferência, devem levar em conta o tempo e o espaço informacional.

<sup>140</sup> Aldo de Albuquerque Barreto é brasileiro, economista e cientista da informação.

<sup>141</sup> BARRETO, *Op. cit.*, p. 2.

<sup>142</sup> Hannah Arendt (1906-1975) era filósofa e educadora alemã.

<sup>143</sup> ARENDT, Hanna. *A vida do espírito*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1991.

Barreto é ex-aluno de Belkin, e baseado em seu mestre, vê a assimilação da informação:

*[...] como sendo um processo de interação entre o indivíduo e uma determinada estrutura de informação, que vem gerar uma modificação em seu estado cognitivo, produzindo conhecimento, que se relaciona corretamente com a informação recebida. É um estágio qualitativamente superior ao simples uso da informação. (BARRETO, 1996, p.2)*<sup>144</sup>

A modificação no estoque do saber do indivíduo se dá por acréscimo, pela sedimentação ou alteração do saber já existente. Ela pode ser percebida por meio da mudança de comportamento e quando isso não ocorre, possivelmente, não houve assimilação, podendo haver vários motivos, incluindo a falta de interesse do indivíduo.

Os vídeos em saúde, utilizados em ações para intervir em um determinado grupo social com a intenção de gerar conhecimento e, por vezes, modificar comportamentos dos indivíduos frente a doenças ali instaladas, necessitam transmitir uma informação a ser aceita como tal.

*Os produtores de informação estão limitados pelas competências contextuais e cognitivas dos habitantes de realidades diferenciadas; necessitam, pois, adotar estratégias de distribuição, que viabilizem a aceitação de seu produto. (BARRETO, 1994, p. 5)*<sup>145</sup>

O problema maior do produtor de informação está na heterogeneidade dos indivíduos e seus saberes. **A transferência da informação deve levar em consideração as condições econômicas, políticas, sociais e culturais das realidades onde circulará uma informação, pois elas integram a cognição individual e coletiva.** (grifo nosso)

Observa-se, também, a forte influência dos códigos de moral e ética, das religiões na credibilidade das fontes informacionais e na utilização de uma linguagem clara para a conclusão do processo informacional.

Ressalta-se que, apesar das possibilidades de condicionar o receptor, no momento da transferência da informação, e de manipular as formas de acesso às informações, o produtor de informação foi, é e será sempre também um receptor de informação, passível dessas mesmas possibilidades.

---

<sup>144</sup> BARRETO (1996), *Op. cit.* p.2.

<sup>145</sup> BARRETO, Aldo de Albuquerque. A questão da informação. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v.8, n.4, p. 3-8, Out./Dez. 1994.

**O valor da informação está localizado em uma realidade específica, e potencializada por sua transferência.** (grifo nosso) O conceito desse valor é relativo e específico para cada indivíduo e depende de:

- Preferência por uma informação em detrimento de outra;
- Competência cognitiva para compreender as informações e estabelecer possível comparação.

O uso das estratégias informacionais propostas por esta tese pode contribuir para o fornecimento de valor agregado à informação.

#### 7.1.1.6 – Informação e transformação social

Para González de Gómez<sup>146</sup>, **a informação, como fator de mudança, está relacionada à autonomia de uma ação de informação.** (grifo nosso) Entendemos, a partir dessa afirmativa, que a informação, quando buscada e aceita pelo indivíduo, altera seu estoque cognitivo por diversas razões, entre elas, a redução de incerteza. No entanto, a mudança social não ocorre apenas por meio de informações.

*Para nós, apesar de sua relevância e de ter mecanismos internos de realização, processos e produtos de informação não são iniciadores auto-suficientes de mudança social.* (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 1987, p. 157-158)<sup>147</sup>

A autora considera que a formação política e histórica tem espaços de produção cognitiva e comunicacional própria a partir das ações dos agentes coletivos que os definem e os disputam, usando estratégias de poder.

A ação de informação define o plano das regras produtivas e articuladoras. Esse plano chama-se meta-informação, pois regula e orienta as operações de relações entre política e informação que tem como núcleo um valor de informação. Nesse plano, os estratos da informação são reorganizados de acordo com um objetivo ou intenção que

---

<sup>146</sup> Maria Nélide González de Gómez é argentina, naturalizada brasileira, graduada em filosofia, Mestre em Ciência da Informação e Doutora em Comunicação e Cultura.

<sup>147</sup> GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. O papel do conhecimento e da informação nas formações políticas ocidentais. *Ciência da Informação*, Brasília, v.16, n.2, p. 157-167, Jul./Dez. 1987.

promoverá um agir ou fazer. Como estratos da informação são vistos os fenômenos informacionais de diversos tipos, ou seja, sonoros, imagéticos, verbais, textuais, digitais, etc. A meta-informação demarca “o contexto em que uma informação tem sentido”. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 1999, p. 10)<sup>148</sup>

Ao abordar a questão sobre **o valor da informação**, González de Gómez o considera como **fruto de uma seleção individual e social, que pode incluir fatores de caráter emocional, cultural, prático e gnoseológico**. (grifo nosso)

*[...] toda ação de informação que constrói um novo valor de informação age a partir de algo que a precede e que reúne uma memória de ações de informação – ora intencionais, ora anônimas, ora institucionalizadas, junto com todos os instrumentos e meios disponibilizados pelo ambiente cultural. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 1999, p.9)<sup>149</sup>*

A autora ainda acrescenta que **são necessárias condições de comunicação para que haja transferência da informação**. (grifo nosso) Vimos, anteriormente, que as barreiras podem prejudicar esse processo. Essa ainda prevê a existência de um valor de informação que deverá ser partilhado entre os participantes da ação informacional, assim como é indicado que a informação faça sentido com relação ao contexto da vida e da ação de seus receptores. Quando isso não ocorre é porque há um diferencial pragmático.

*[...] conceito de diferencial pragmático [é usado] para designar aqueles empecilhos da transferência da informação que resultam da assimetria dos participantes dos pólos de emissão e recepção, com respeito às condições pragmáticas da geração e uso da informação e, principalmente, da não-existência de critérios comuns de aceitação e de atribuição de valor à informação. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 1995, p. 82)<sup>150</sup>*

Poderíamos considerar como “empecilhos da transferência da informação” a ausência de estratégias informacionais que adequam a informação ao seu usuário.

Também é importante ressaltar que González de Gómez considera o “interesse” como o princípio de vinculação e de diferenciação informacional. As estratégias informacionais podem colaborar na construção desse “interesse”.

---

<sup>148</sup> GONZALEZ DE GOMEZ, Maria Nélida. O caráter seletivo das ações de informação. *Informare*, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p.7-30, Jul./Dez. 1999.

<sup>149</sup> GONZÁLEZ DE GÓMEZ (1999), *Op. cit.* p. 9.

<sup>150</sup> GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida. A informação: dos estoques às redes. *Ciência da Informação*, Brasília, v.24, n.1, p.77-83, Jan./Abr. 1995.

*Ações e discursos são concernentes àquilo que interessa a um grupo de pessoas e que é diferente para cada grupo, já que é de seu inter-esse (sic), o que está entre-eles e os vincula de algum modo. (GONZÁLEZ DE GÓMEZ, 2002, p. 33)<sup>151</sup>*

Para Freire<sup>152</sup> (2002, p.12),<sup>153</sup> diferentemente de González de Gómez (1987, p. 157)<sup>154</sup>, **“crescem as possibilidades de serem criados instrumentos para transferência efetiva da informação e do conhecimento, de modo a apoiar as atividades que fazem parte do próprio núcleo de transformação da sociedade”** com a participação popular. Nesse mesmo artigo, Freire cita Araújo<sup>155</sup> falando sobre a força da informação:

*[...] se a informação é a mais poderosa força de transformação do homem, [o] poder da informação, aliado aos modernos meios de comunicação de massa, tem capacidade ilimitada de transformar culturalmente o homem, a sociedade e a própria humanidade como um todo. (ARAÚJO, 1994, p. 91)<sup>156</sup>*

As ONGs, produtoras de vídeos de intervenção social, de acordo com o estudo de Araújo<sup>157</sup>, têm por objetivo, de um modo geral, a transformação das realidades e das mentalidades. Para a autora, o ato de informar:

*[...] é o envio e a apreensão de sentido. Se não ocorrer atribuição de sentido (recepção) e o processo de representação (geração e transferência), o fenômeno informacional não se desenvolve. (ARAÚJO, 2001, p.1)<sup>158</sup>*

Lembramos mais uma vez que as estratégias informacionais podem colaborar na atribuição de sentido e no processo de representação. **O seu nível de utilidade da**

<sup>151</sup> GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. Dos estudos sociais da informação aos estudos do social desde o ponto de vista da informação. *In: AQUINO, Mirian de Albuquerque (Org.). O campo da Ciência da Informação. Gênese, conexões e especificidades.* João Pessoa: UFPB, 2002. p. 25-47.

<sup>152</sup> Isa Maria Freire, brasileira, é graduada em Ciências Sociais, Mestre e Doutora em Ciência da Informação.

<sup>153</sup> FREIRE, Isa Maria. Da construção do conhecimento científico à responsabilidade social da Ciência da Informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v.12, n.1, 2002. <http://www.informacaoesociedade.ufpb.br>. Acesso em: 20 jan. 2003.

<sup>154</sup> GONZALEZ DE GÓMEZ (1987), *Op. cit.* p. 157

<sup>155</sup> Vânia Maria R. Hermes de Araújo é brasileira, Doutora em Comunicação e Cultura.

<sup>156</sup> ARAÚJO, Vânia Maria R. Hermes de. *Sistemas de recuperação da informação: nova abordagem teórico-conceitual.* 1994. 1 v. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1994. Orientadores: Prof. Muniz Sodré de Araújo Cabral e Profª. Gilda Maria Braga.

<sup>157</sup> Eliany Alvarenga de Araújo é brasileira, bibliotecária, Mestre e Doutora em Ciência da Informação.

<sup>158</sup> ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. A construção social da informação: dinâmica e contextos. *DataGramaZero*, Rio de Janeiro, v.2, n.5, Out. 2001. <http://www.dgzero.org.br>. Acesso em: 13 jan. 2002.

**informação está diretamente ligado à necessidade de agir.** A valorização da informação está mais na sua qualidade do que na sua quantidade.

Nas ações de percepção, podem ocorrer dois tipos de processos: um processo de convergência, isto é, o sujeito/receptor reconhece a informação como sendo de conteúdo válido; um processo de divergência ou conflito ocasionando a recusa da informação por parte do sujeito/receptor. As barreiras informacionais podem contribuir enormemente para a ocorrência desse processo. A autora afirma ainda que:

*Quanto menor for o acervo social do conhecimento do sujeito menos apto ele se sente para entender determinada informação e, conseqüentemente, mais propício a seguir o caminho traçado pelo sujeito-emissor.* (ARAÚJO, 2001, p.5)<sup>159</sup>

Fernandes<sup>160</sup> ressalta que a produção cada vez maior de informação tem sido considerada como instrumento para a democracia. No entanto, a informação tal como é transmitida, particularmente pelos meios de comunicação de massa, em via de mão única, ou seja, do que tem informação para o que não a possui, do que sabe para o que não sabe, não proporcionando um intercâmbio, e, sim, só recepção, dificilmente pode ser um instrumento para a democracia. A autora explica:

*[...] não é no espaço informativo que se podem realizar as práticas democráticas. Estas necessitam de pluralidade, debate, diversidade, que não são próprios da informação. A democracia tem espaço na intercomunicação, onde cada um dos envolvidos é capaz de passar suas experiências e de argumentar para convencer os demais em favor de suas idéias.* (FERNANDES, 1993, p.140)<sup>161</sup>

Concluindo, ela afirma que **a informação vale de acordo com o modo como a sociedade possa encará-la e de acordo com suas reais potencialidades.** (grifo nosso)

Esta tese considera que a informação transferida com o auxílio de estratégias é importante para a sua introdução em um dado grupo social. A partir da entrada dessa informação nesse grupo e sua conseqüente assimilação, podem ser feitos os debates sobre sua colocação em prática ou sua utilização para desencadear ações.

---

<sup>159</sup> ARAÚJO (2001), *Op. cit.* p. 5.

<sup>160</sup> Geni Chaves Fernandes é brasileira, economista, Mestre e Doutora em Ciência da Informação.

<sup>161</sup> FERNANDES, *Op. cit.* p. 140.

### 7.1.1.7 – Antropologia da Informação

A Antropologia da Informação tem seus objetos de estudo orientados por dois pressupostos básicos: a) constituição da informação na sociedade e b) informação como objeto de estudo das ciências. Segundo Marteleto<sup>162</sup> (2002, p.101)<sup>163</sup>, por meio da Antropologia da Informação verifica-se que a constituição da informação é problema da sociedade. **A informação é uma organização com permanência temporal e espacial; gera memória; carece de meio, pedagogia, política na escolha entre fontes, suportes, significados possíveis.** (grifo nosso) Assim sendo, a aplicação das estratégias faz-se necessária quando não houver um dos elementos acima citados para que a informação se estabeleça como tal e possa ser transferida.

A informação está ligada às práticas e representações dos sujeitos que agem e interagem na sociedade. Ela está atrelada também ao conhecimento e à comunicação e são de caráter social.

**A Antropologia da Informação procura dar conta das questões sobre produção e distribuição de informação e conhecimento na sociedade e sobre as possibilidades de seu uso na formação e exercício da cidadania.** (grifo nosso) A sociedade civil, com seus grupos organizados, movimentos sociais e representantes da população que vivem à margem do processo de desenvolvimento socioeconômico, é um dos campos de observação para a Antropologia da Informação. Este campo é o mesmo da atuação da maioria dos vídeos de intervenção social na área da saúde.

**É o conhecimento que fornece consciência aos atores para agir.** (grifo nosso) Os movimentos sociais usam, como instrumentos para suas ações, uma mistura do conhecimento cotidiano com o conhecimento teórico. O segmento intelectual da sociedade civil mantém-se apegado ao conhecimento científico, distanciando-se do conhecimento cotidiano. Essa diferença no modo de instrumentalizar o conhecimento torna difícil realizar,

---

<sup>162</sup> Regina Maria Marteleto é brasileira, bibliotecária, Mestre e Doutora em Ciência da Informação.

<sup>163</sup> MARTELETO, Regina Maria. Conhecimento e sociedade: pressupostos da antropologia da informação. In: AQUINO, Míriam de Albuquerque (Org.). *O campo da Ciência da Informação*. Gênese, conexões e especificidades. João Pessoa: UFPB, 2002. p.101-115.

de forma plena, a transferência informacional vinculada aos projetos de intervenção social. Daí a necessidade do uso de estratégias informacionais.

Os movimentos sociais são espaços para mescla e confronto de diversos saberes: teórico e prático, científico, histórico, popular, político, visando a transformação social e dessa forma constituírem-se em “comunidades interpretativas”.

*Nelas se tem reconhecido o valor do conhecimento e do acesso e produção de informações para a elaboração de matrizes de leitura e interpretação sobre o mundo vivido da população, o enraizamento social dos seus problemas. (MARTELETO, 2002, p. 114)<sup>164</sup>*

Isso vem referendar a participação desses movimentos na produção de alguns vídeos (ver Anexo III) e utilização de estratégias para facilitar a compreensão da informação e conseqüente participação popular.

---

<sup>164</sup> MARTELETO, *Op. cit.* p. 114.

## 7.2 – COADJUVANTES

Prosseguindo com as metáforas empregadas nesta tese para falar das diversas teorias presentes em sua estrutura, falaremos agora sobre os coadjuvantes. Eles são atores que contracenam com os elementos do elenco principal.

A Comunicação, a Filosofia e a Sociologia aparecem aqui como atores coadjuvantes. A Comunicação considera o conceito de transferência de informação, tal como é usado na Ciência da Informação, obsoleto tanto sob o aspecto técnico quanto político. Para a Comunicação, tal conceito de transferência da informação, quando usado, desconhece fatores socioculturais que perpassam o processo e atua como um modelo behaviorista, ou seja, um modelo que vê na Comunicação um processo de modelagem de comportamento.

Afirmamos que esta tese mantém o uso do conceito de transferência da informação utilizado na Ciência da Informação, primeiro porque ele engloba questões socioculturais, segundo porque nele não aparece a intenção de modelagem de comportamento, mas sim a inegável mudança de estrutura cognitiva do receptor da informação e por último porque esse conceito tem sido utilizado, ativamente, em diversas produções na área, sem quaisquer críticas.

Para esclarecer as diferenças conceituais sobre transferência da informação, consideramos que a apresentação do conceito da Comunicação será de grande valia e poderá constituir-se num momento dialético desta tese, dentro de um processo que Demo (1995, p.97)<sup>165</sup> chama de “Unidade de Contrários” que, na realidade, aponta para as duas faces de uma mesma moeda.

Para ampliar a visão cognitivista da Ciência da Informação, utilizaremos a teoria sobre cognição coletiva de Pierre Lévy, que enfatiza as mudanças na estrutura do conhecimento no sujeito coletivo e dá destaque à relação homem-tecnologia.

---

<sup>165</sup> DEMO, Pedro. *Metodologia científica em Ciências Sociais*. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

### 7.2.1 – Transferência e ação da informação na Comunicação

A Comunicação é sempre lembrada como a área ideal para tratar dos vídeos. O que se pretende, também, com esta tese, é deslocar o eixo de compreensão sobre o processo de elaboração dos vídeos de forma a poder inserir a Ciência da Informação como área apta a desenvolver estudos sobre vídeos, fazendo acontecer uma soma de conhecimentos em prol de seu uso de forma mais eficaz e eficiente.

Embora diferentes, a informação está intrinsecamente ligada à comunicação, que envolve processo ou movimento de informação ou informação em potencial. Elas possuem uma relação complexa. Ambas são influenciadas e influenciam o contexto. Ele, por sua vez, fornece elementos que servirão para a escolha da forma de comunicação e interpretação da informação.

Existem muitos conceitos para informação, mas há unanimidade no reconhecimento dela como principal componente do processo de comunicação, que, por sua vez, envolve transmissão dessa informação não importando a forma ou veículo que é utilizado para levá-la ao receptor.

Esta tese considera Comunicação como:

*[...] um processo complexo de eventos psicológicos e sociais, envolvendo a interação simbólica. Esses eventos ocorrem dentro e entre pessoas, em contextos interpessoais, grupais, organizacionais e de massa. Os eventos de comunicação envolvem, em diversas combinações, codificação, significado, pensamento, informação e persuasão. (LITTLEJOHN<sup>166</sup>, 1988, p. 367)<sup>167</sup>*

Há um processo básico de comunicação que envolve a idéia de mudança. Ele é chamado de persuasão. As teorias de persuasão concentram-se em fatores psicológicos e sociais da comunicação. As mudanças podem ser percebidas por meio de atitudes, valores e comportamentos. Mas há quem diga que essas mudanças podem sofrer resistência por parte dos indivíduos e de seu grupo social.

---

<sup>166</sup> Stephen W. Little John, norte-americano, é Doutor e Consultor em Comunicação.

<sup>167</sup> LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

Para Schramm<sup>168</sup> (1973)<sup>169</sup>, a comunicação é uma atividade essencial para a organização da sociedade, da cultura, das relações e da sobrevivência humanas. Ela pode ser subliminar e, até mesmo inconsciente. A Comunicação integra a construção de uma comunidade, por definir padrões de conduta, estabelecendo uma identidade entre o indivíduo e seu grupo e para si próprio.

As experiências coletiva e individual são responsáveis por boa parte da transferência da informação. Isto acontece não porque o emissor é incompetente, mas porque os receptores têm dificuldades em imaginar e não podem associar a informação a algo que não tenham experimentado.

A comunicação humana, de acordo com Demo, é mediada principalmente pelos atos de fala não apenas porque dela participam seres racionais e conscientes, mas também por outros motivos, tais como:

- *Só se realiza o fenômeno da compreensão de significados, quando existe entre quem fala e quem ouve o background da tradição e do mundo comum da vida, cuja base de funcionamento não é a reflexão racional consciente;*
- *A comunicação não se restringe à mera transmissão de informação, mas inclui a capacidade de interpretação mútua, que supõe a possibilidade de pelo menos algum consenso social;*
- *A comunicação provoca no ouvinte o compromisso de compreender, que desde logo não pode ser apenas objeto de manipulação; os atos da fala, como ação social típica, implicam alguma forma de participação do ouvinte, pelo menos ao nível de estar engajado num mundo comum de significações e atuações. (DEMO, 2001, p. 186)<sup>170</sup>*

Segundo Schramm, a informação e a comunicação não estão limitadas a linguagem. Existem as comunicações verbais e não verbais que transmitem informação que podem ser culturalmente específicas. A informação pode ser transferida não apenas pelo seu conteúdo, mas pelo impacto que ela possa causar em alguém e é alterada pela maneira como é comunicada, ou seja, pela escolha das palavras, pelo grau de excitação, pelo tom de voz,

---

<sup>168</sup> Wilbur Lang Schramm (1907-1987) era jornalista americano e teórico da Comunicação.

<sup>169</sup> SCHRAMM, Wilbur Lang. *Men, messages, and media: a look at human communication*. New York: Harper & Row, 1973.

<sup>170</sup> DEMO, Pedro. *Conhecimento moderno*. Sobre ética e intervenção do conhecimento. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

pela rapidez do discurso, pela intensidade de sons e movimentos e até mesmo pelo silêncio. A comunicação envolve uma transferência de algo (informação) que não precisa ser, necessariamente, por meio de palavras ou dígitos eletrônicos. Ela pode usar imagem, sinais físicos como, por exemplo, gestos de mão (linguagem dos surdos-mudos), acenos de bandeiras (semáforo), podendo ter som ou não. Mas para que ocorra a transferência da informação é necessária a existência de um emissor e um receptor.

Para uma corrente teórica da Comunicação, informação é recurso para qualquer fonte que tenha o potencial de afetar, reduzir ou suplementar um estado de incerteza, para proporcionar decisões a serem tomadas ou comunicadas. Incerteza tem diversas definições circunstanciais, porém, mais comumente, ela pode estar relacionada à quantidade de informação disponível. Maior a incerteza, menor é a informação disponível. Diminuir incerteza requer obter mais informação, mas aumentar informação nem sempre resolve a incerteza. Há casos em que um grande número de informação pode desencadear incerteza. Existem muitas situações, especialmente nas ciências, nas quais é impossível reduzir incertezas completamente. O estímulo à transferência da informação pode ocorrer a partir de um estado de incerteza ou uma comunicação.

Comunicação transfere informação. Informação pode reduzir incerteza. Comunicação tem uma relação com a incerteza via informação. Mas comunicação pode também contribuir para incerteza. A forma de transferência pode influenciar na maneira como a informação será recebida. E isso ocorre com o uso das estratégias.

A transferência da informação pode ser passiva, isto é, o receptor é exposto à informação, mas não processa ou aplica a informação conscientemente. Uma corrente teórica da Comunicação considera a persuasão como elemento básico do processo informacional.

Segundo essa corrente, a informação pode permanecer na memória e ser utilizada posteriormente para a resolução de um problema. A informação teria, assim, uma aplicação indireta. De forma oposta, a aplicação direta da informação, ao chegar a mente, é recebida e reconhecida na memória como informação. O uso da informação para resolver um problema específico, tomar uma decisão, ou reduzir uma incerteza são também maneiras de aplicação direta.

O ser humano tem habilidade em transmitir, receber e interpretar informação. Boulding<sup>171</sup> (1973) discute a relevância da experiência acumulada em seu livro *The Image*<sup>172</sup>. Essencialmente, nós somos produto de nosso meio, de nosso passado, da educação recebida, das experiências vividas, acumuladas e interpretadas em nossas vidas.

Nós vemos e percebemos o mundo por meio do que nós realmente conhecemos. Quando quisermos facilitar a transferência da informação, podemos criar ou solicitar que alguém nos forneça algo associado ao que conhecemos nas nossas relações pessoais. Repetimos isso quando nos associamos a pessoas que são como nós porque as “conhecemos” melhor, ou seja, nos associamos a pessoas com as quais nos identificamos, particularmente na forma sociocultural.

Boulding<sup>173</sup>, por exemplo, sugere que uma informação ao ser transferida pode criar um estado emocional e tornar o receptor favorável à informação. Em suma, métodos de comunicação: os canais, as formas direta ou indireta de transferir informação podem influenciar a aceitação da informação.

A informação nós criamos, acumulamos, avaliamos, manipulamos, consumimos e integramos. É algo que ignoramos, que não é consciente o tempo todo, e não é sempre aceita ou integrada. Diante de uma informação você ignora ou reage. A informação, tal como é vista aqui, é essencial para a sociedade, para os indivíduos e para a Saúde.

A Comunicação estabelece duas perspectivas teóricas: uma relaciona-se à Teoria dos Sistemas Gerais e a outra ao Interacionismo Simbólico. A primeira perspectiva capta a natureza do processo de comunicação, enquanto a segunda capta a natureza social.

Parte de um quadro, produzido por Littlejohn (1988, p. 371-372)<sup>174</sup>, no qual ele apresenta um resumo de conceitos e generalizações da integração multiteórica necessária para o entendimento da Comunicação, será agora apresentado, visando esclarecer as correntes teóricas da Comunicação aqui apresentadas:

---

<sup>171</sup> Kenneth Boulding (1913-1993) era inglês e economista.

<sup>172</sup> BOULDING, Kenneth. *The image: knowledge of life in society*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1973.

<sup>173</sup> BOULDING, *Ibid.*

<sup>174</sup> LITTLEJOHN, *Op. cit.* p. 371-372.

Quadro 4 – RESUMO DE CONCEITOS E GENERALIZAÇÕES DA  
INTEGRAÇÃO MULTITEÓRICA DA COMUNICAÇÃO

<b>Área</b>	<b>Conceito-chave</b>	<b>Generalização básica</b>	<b>Generalizações subsidiárias</b>
Processos básicos	Informação	As mensagens fornecem informação	<p>(1) A informação surge no processo de realização de escolhas.</p> <p>(2) A informação é transmitida.</p> <p>(3) A informação reduz a incerteza.</p> <p>(4) A informação altera o estado do organismo.</p>
Processos básicos	Persuasão	A comunicação resulta em mudança.	<p>(1) Persuasão é o processo de induzir mudanças através da comunicação.</p> <p>(2) A mudança resulta de condições na pessoa e na mensagem.</p> <p>(3) As mudanças ocorrem em atitudes, valores e comportamentos.</p> <p>(4) As mudanças de atitudes, valores e comportamentos estão inter-relacionadas.</p> <p>(5) As mudanças de</p>

			<p>atitude, valor e comportamento são facilitadas pela aprendizagem e pela inconstância.</p> <p>(6) A direção e extensão da mudança são uma função de mediadores internos na pessoa.</p> <p>(7) Pode-se resistir sistematicamente a mudança.</p>
--	--	--	--

FONTE: LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos teóricos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

Littlejohn (1988, p. 372-373)<sup>175</sup> ainda aborda os contextos da comunicação, classificando-os como interpessoal, de grupo, de organização e de massa. No caso específico dos vídeos, poderíamos dizer que eles se enquadram mais no contexto de grupo uma vez que a comunicação efetua-se em pequenos grupos. Tanto no que se refere aos processos básicos quanto aos contextos, o autor percebe que eles se inter-relacionam.

O que podemos observar é que, independentemente do conceito-chave no qual baseia-se a Comunicação, ou no contexto onde ela se desenrola, a informação atua de modo a desencadear uma ação, seja ela de redução de incerteza ou mesmo mudança de comportamento. E para que essa informação atue como tal, existe a possibilidade de uso de estratégias e aqui se destaca a persuasão, item da retórica conhecido desde a Antigüidade e que, até hoje, permanece na Comunicação.

---

<sup>175</sup> LITTLEJOHN, *Op. cit.* p. 372-373.

## 7.2.2 – Cognição coletiva

Pierre Lévy<sup>176</sup> foi escolhido para embasar os estudos de cognição coletiva devido aos seus trabalhos sobre tema, mais especificamente sobre Inteligência Coletiva, que partilha funções cognitivas tais como: memória, percepção e aprendizado ampliados pelo uso das novas tecnologias de informação e comunicação. Como estamos trabalhando com vídeo, consideramos importante verificarmos como é estabelecida essa relação entre ele, o indivíduo e a sociedade.

Lévy afirma que a produção da informação engloba diversas ferramentas e contribui para a produção de uma memória coletiva, simultaneamente, com a inteligência coletiva dos integrantes desse processo e com a inteligência individual de cada um deles.

*Mas as ferramentas não são apenas memórias, são também máquinas de perceber que podem funcionar em três níveis diferentes: direto, indireto e metafórico. Diretamente, lentes, microscópios, telescópios, raios X, telefones, máquinas fotográficas, câmeras, televisões, etc. estendem o alcance e transformam a natureza de nossas percepções. Indiretamente, os carros, os aviões ou as redes de computadores (por exemplo) modificam profundamente nossa relação com o mundo e, em particular, nossas relações com o espaço e o tempo, de tal modo que se torna impossível decidir se eles transformam o mundo humano ou nossa maneira de percebê-lo. Enfim, os instrumentos e artefatos materiais nos oferecem muitos modelos concretos, socialmente compartilhados, a partir dos quais se pode apreender, por metáfora, fenômenos ou problemas mais abstratos. (LÉVY, 1996, p.98)<sup>177</sup>*

A cognição coletiva é sistematizada por meio da integração social e tem como estímulo básico o desejo do indivíduo de descobrir ou construir o mundo real com base na sua imagem e intuição.

Tanto a cognição quanto à subjetividade são objetos de estudos de diversas áreas das Ciências Sociais tais como, Psicologia, Filosofia, Sociologia, Etnologia, Semiótica, assim como de áreas das Ciências Biomédicas como a Biologia e a Neurologia.

---

<sup>176</sup> Pierre Lévy (1956- ) nasceu na Tunísia, é naturalizado francês, é filósofo e sociólogo.

<sup>177</sup> LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo, Ed.34, 1996.

Os processos cognitivos e de produção de subjetividade realizam-se concomitantemente e estabelecem relações por meio da afetividade e dispositivos tecnológicos, estando entre eles o vídeo.

A cultura, lançando mão de conhecimentos, valores e ferramentas, proporciona um ambiente cognitivo, facilitando a reprodução de certos tipos de idéias e a transferência da informação.

Segundo Lévy:

*É impossível exercer a inteligência humana independentemente das línguas, linguagens e sistemas de signos (notações científicas, códigos visuais, modos musicais, simbolismos) que herdamos através da cultura e que milhares ou milhões de outras pessoas utilizam conosco. Essas linguagens arrastam consigo maneiras de recortar, categorizar e de perceber o mundo, contêm metáforas que constituem outros tantos filtros daquilo que é dado em pequenas máquinas de interpretar, carregam toda uma herança de julgamentos implícitos e de linha de pensamento já traçadas. (LÉVY, 1996, p.97-98)<sup>178</sup>*

A permanente aprendizagem na sociedade produz um novo conceito de inteligência. Há um rompimento com uma visão reificada e racionalista da inteligência, que classifica e que exclui e a adoção de uma visão da inteligência como algo construído por meio de um processo de aprendizagem coletiva e histórica. Lévy denomina:

*[...] “inteligência” o conjunto canônico das aptidões cognitivas, a saber, as capacidades de perceber, de lembrar, de aprender, de imaginar e de raciocinar. Na medida em que possuem essas aptidões, os indivíduos humanos são todos inteligentes. No entanto, o exercício de suas capacidades cognitivas implica uma parte coletiva ou social geralmente subestimada. (LÉVY, 1996, p. 97)<sup>179</sup>*

Para Lévy, os instrumentos da inteligência são: a linguagem, as ferramentas, as instituições e as regras sociais que, ao agirem, fornecem uma dimensão coletiva para a inteligência, concluindo assim que os seres humanos jamais pensaram sozinhos.

*[...] a inteligência ou a cognição são resultados de uma rede complexa [...] não sou eu que sou inteligente, mas eu com o grupo humano do qual sou membro. O pretense sujeito inteligente nada mais é do que um dos*

---

<sup>178</sup> LÉVY (1996), *Op. cit.* p.97-98

<sup>179</sup> *Ibid.* p.97

*microatores de uma ecologia cognitiva que o engloba e restringe.*  
(LÉVY, 1993, p. 135)<sup>180</sup>

Os indivíduos, na sua maneira individual de aprendizagem, contribuem para a inteligência coletiva, presente nos produtos da mente humana como linguagem, instituições e até mesmo nos objetos mais rudimentares.

A inteligência coletiva, por sua vez, rompe com as concepções reducionistas para a tecnologia. As novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs.) deixam de ser meros instrumentos e passam a ser vistas como síntese de conhecimentos científicos e técnicos, criadas pelas diversas culturas, proporcionando transformações no dia-a-dia dos indivíduos.

O avanço tecnológico é importante para compreender as relações entre os indivíduos e os tipos de informação que circulam em uma época e que integram a cognição coletiva.

*A informação surge do encontro entre uma memória individual (certa associação de idéias) e uma idéia disponível na inteligência coletiva. A informação é tão maior quanto mais improvável for a mensagem que a transmite. O encontro de uma mesma idéia pode produzir informações muito diferentes, dependendo das circunstâncias e das disposições individuais dos que tomam conhecimento dela. A informação representa, portanto, o movimento efêmero do espírito, a fagulha que nasce do choque das idéias. Se a idéia pertence à eternidade, a informação refere-se ao momento. Como a idéia corresponde à memória, isto é, à estabilidade (relativa) e à função cumulativa do espírito coletivo, a informação corresponde à percepção, ou seja, ao fluxo evanescente das diferenças que geram infinitamente outras diferenças na vida do espírito.*  
(LÉVY, 2001, p.3)<sup>181</sup>

Os relacionamentos sociais são regidos pelas instituições sociais, leis, regras e costumes que acabam por influir nos pensamentos individuais. A inteligência coletiva pode ser representada pelas ações da comunidade científica, da Igreja, do Estado, da Bolsa de Valores pela forma que produzem diferentes modos de percepção, de coordenação, de aprendizagem e de memorizações.

---

<sup>180</sup> LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

<sup>181</sup> LÉVY, Pierre. Fundamentos da economia do conhecimento. *Exame Negócios*, São Paulo, 2001. [http://www.uol.com.br/negociosexame/revista/revista0015\\_7.html](http://www.uol.com.br/negociosexame/revista/revista0015_7.html). Acesso em: 12 out. 2003.

Os indivíduos possuem um cérebro com modelos parecidos. Em decorrência disso, a filogenia<sup>182</sup> considera as inteligências como sendo individuais e semelhantes, enquanto a ontogenia<sup>183</sup> considera as inteligências como sendo coletivas e variáveis.

Concluindo os comentários sobre a cognição coletiva, entendemos que:

*O projeto da inteligência coletiva valoriza a técnica não por fascinação cega, mas porque abre o campo da ação. O savoir-faire e os dispositivos técnicos são preciosos a um duplo título: primeiro, como produtos, cristalização e memória da atividade humana; depois, como instrumentos potenciais do aumento das potências de conhecer, sentir, agir e comunicar, como interface entre o possível e o factível. (LÉVY, 1998, p. 205-206)<sup>184</sup>*

---

<sup>182</sup> Filogenia é a história da evolução de uma espécie.

<sup>183</sup> Ontogenia é o desenvolvimento do indivíduo desde a fecundação até a maturidade para a reprodução.

<sup>184</sup> LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

### 7.3 – PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS

Ao falarmos do uso de estratégias em vídeos em saúde de intervenção, dois pontos destacam-se: intervenção como uma ação para gerar ação social (já abordada quando falamos de informação em saúde) e intervenção como uma ação para alterar a estrutura da ação informacional e comunicacional por meio das estratégias.

Existem questões que originaram esta pesquisa e que precisam ser respondidas. Empregar estratégias nos vídeos em saúde para facilitar a transferência da informação é uma forma de intervenção na ação informacional e comunicacional. Os vídeos em saúde enfocados nesta tese visam intervir na sociedade por meio da mudança de comportamento de seus espectadores e/ou da transformação de contextos de intersubjetividade no que se refere à promoção da saúde e/ou a prevenção de uma doença. Sendo assim, até que ponto essas ações de intervenção são éticas? O uso do vídeo como tecnologia pode ter um controle ético? Provocar mudança de comportamento é uma ação ética? Os autores das Ciências Sociais podem contribuir para o estudo das estratégias ao focalizarem diversas situações onde elas atuam?

A intervenção informacional e comunicacional lidam com três questões da vida social: saber, poder e ética. Elas nos fazem pensar nos diversos discursos (incluindo o imagético, objeto desta tese), nas relações de poder que eles trazem consigo e nos seus efeitos na vida social.

Uma abordagem sobre essas questões será feita por meio de textos de filósofos e sociólogos que, apesar de algumas discordâncias teóricas entre si, dispõem de conceitos esclarecedores sobre o tema. Os autores são Habermas, Foucault, Latour e Collins.

De Habermas, utilizamos sua teoria sobre o Agir Comunicativo. De Foucault, extraímos a idéia de Dispositivo e a relação estreita entre Saber e Poder. De Latour, em meio a diversas opiniões e conceitos seus, lançamos mão da Teoria Ator Rede onde humanos e não-humanos têm participações reconhecidas e finalizando, de Collins empregamos parte da Teoria da Ação.

Em Habermas reconhecemos como ética a restauração das formas de comunicação no espaço público e a regulação do uso da linguagem e do entendimento vista como uma ação instrumental.

Foucault prega a resistência à dominação e sua ética é baseada na liberdade prática.

Latour, ao incorporar os não-humanos na rede de construção do conhecimento, faz justiça a eles. Para regular essa participação, ele prega a formação do Parlamento das Coisas que, tal como o dos humanos, deverá regular essas participações de forma ética.

Collins e Kusch pregam a ética no desenvolvimento individual e de grupo, não distinguindo tomadores de decisão e de homens comuns para a transformação social.

### 7.3.1 - Agir comunicativo

Habermas<sup>185</sup> é o herdeiro da Escola de Frankfurt. Nela um grupo de intelectuais desenvolvia uma teoria social específica para o conhecimento e compreensão da vida social de uma maneira ampla, ou seja, desde a base econômica até as institucionais e ideacionais. Essa teoria ficou conhecida como “Teoria Crítica” porque propunha um repensar e uma reconstrução radical da sociedade, visando a emancipação humana. O núcleo das preocupações da Escola de Frankfurt era desvendar as relações sociais subjacentes que se apresentavam como objetivas, mas que serviam como mecanismos de alienação. Os argumentos visavam o retorno da subjetividade, da consciência e da cultura na história.

A Teoria Crítica de Habermas propõe o estudo de redes de interação social a partir das relações comunicativas, que estabelecem a união na comunicação de sujeitos opostos.

Para entendermos a ação comunicativa de Habermas é preciso retroceder aos anos 60, ocasião em que se realizou o que ficou conhecida como a “reviravolta lingüística” que afetou duas áreas: lingüística comunicativa e etnometodologia. A lingüística comunicativa estuda as relações entre emissor e receptor, negligenciadas pela lingüística estrutural, enquanto a etnometodologia é influenciada pela reabilitação do ator do discurso em decorrência da teoria dos atos da fala.

---

<sup>185</sup> Jürgen Habermas (1929- ) é filósofo e sociólogo alemão.

As influências da “reviravolta lingüística” não pararam por aí. Os teóricos da sociologia da ação e das sociologias interpretativas foram afetados e novas filosofias da linguagem apareceram.

Habermas elabora, em 1981, uma sociologia do agir comunicativo. Para ele, a ação e a interação não são mais tidas como as únicas responsáveis pela produção de efeitos. Elas passam a ser analisadas como integrantes de contextos lingüísticos e trocas simbólicas.

Habermas pretende fazer uma revisão e atualização do marxismo, adaptando-o ao capitalismo avançado da sociedade industrial contemporânea. Ele tem como fonte inspiradora a obra de Weber<sup>186</sup>, embora faça críticas à sua teoria da ação social, onde o ator principal utiliza os demais atores como meios. Dito de outra maneira: os outros devem ser induzidos a aceitar o sentido ou intenção, elaborados pelo ator principal.

*Max Weber parte do modelo teleológico<sup>187</sup> da ação: um sujeito individual (ou um grupo, que pode ser considerado como um indivíduo) se propõe em objetivar e escolher os meios apropriados para realizá-lo. O sucesso da ação consiste em provocar no mundo um estado de coisas que corresponda ao objetivo proposto. Na medida em que tal sucesso depende do comportamento de outro sujeito, deve o ator ter a sua disposição, meios que induzam no outro o comportamento desejado. É essa capacidade de disposição sobre meios que permitem influenciar a vontade de outrem que Max Weber chama de poder. (HABERMAS, 1980, p.100)<sup>188</sup>*

Segundo Habermas, há também outros elementos, além da linguagem, induzindo comportamentos. O entendimento indireto, que se dá por meio de sinais, de inferências a situações, para formar uma determinada opinião ou perceber uma intenção. Logo, o uso de outros elementos na comunicação desacredita o ato da fala como único modelo de ação para o entendimento.

---

<sup>186</sup> WEBER, Max (1864-1920) era filósofo e sociólogo alemão que via as ciências sociais com um modelo próprio de explicação, diferente das ciências naturais. Considerou a análise estritamente econômica insuficiente para explicar o capitalismo, incluindo na análise fatores religiosos, culturais e éticos. É considerado um dos principais responsáveis pela formação do pensamento social contemporâneo.

<sup>187</sup> Método teleológico é o método que aponta um sistema de relações entre meios e fins que constituem o mundo.

<sup>188</sup> HABERMAS, Jürgen. O conceito de poder de Hannah Arendt. In: FREITAG, Bárbara; ROUANET, Sérgio Paulo. *Habermas*. São Paulo: Ática, 1980. p. 100-118. (Sociologia, 15).

Para Habermas (1989, p.170)<sup>189</sup>, a ordem social é compreendida através do agir estratégico e do agir comunicativo.

O agir estratégico é diferente da ação comunicativa uma vez que tenta impor uma idéia única a ser aceita sem maiores explicações. A reação está nas capacidades cognitivo-morais, isto é, nas normas dos grupos sociais e no julgamento crítico do saber cultural dos cidadãos que dão suporte à racionalidade comunicativa. Percebe-se, então, que a ordem social depende da evolução da moral e do direito que são decorrentes do exercício da razão comunicativa.

A revalorização da razão comunicativa é democrática e sua ética prática é essencial numa sociedade que baseia seus sistemas de ação nela. Ele vê e denuncia o crescimento de uma comunicação construída sob o modelo comercial que fabrica a opinião pública, de forma a padronizar e massificar o público. A saída para esse problema estaria na restauração das formas de comunicação no espaço público e em toda a sociedade.

Os atos comunicativos, para Habermas, são, por si só, interações que se desdobram em outras interações, reorganizando as ações no espaço, no tempo e na sociedade.

Habermas dá destaque ao poder de profissionais da saúde no estabelecimento de políticas públicas nessa área, lembrando os pontos positivos dessa atuação e os negativos, atenuados pela compreensão mútua.

A situação de ação dos atores depende dos conceitos de mundo e do mundo da vida [dos atores]. Este pode ser definido como um todo constituído pelas representações culturais, sociais e da personalidade do indivíduo adquiridas e acumuladas ou por meio de processos comunicacionais, formando um pano de fundo comum para suas interpretações. Para Habermas, o mundo da vida é:

*[...] o lugar das relações sociais espontâneas, das certezas pré-reflexivas, dos vínculos que nunca foram postos em dívida. (JÜRGEN..., 1989, p.23)*<sup>190</sup>

O mundo da vida inclui a família e a educação e é composto de três estruturas: cultura, sociedade e personalidade. Elas organizam e dão dinamismo à sociedade, quando

---

<sup>189</sup> HABERMAS, Jürgen. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

<sup>190</sup> JÜRGEN Habermas: 60 anos. *Revista Tempo Brasileiro*, Rio de Janeiro, n.98, Jul./Set. 1989.

articuladas pela ação comunicativa que, por sua vez, proporciona discussões para obter consenso sobre questões morais, principalmente às ligadas ao problema do justo. É no mundo da vida que ocorrem os processos fundamentais para a subsistência da espécie humana, isto é, a reprodução cultural, a integração social via relações intersubjetivas.

*Cultura eu denomino arsenal do saber no qual os agentes comunicacionais, ao entenderem-se mutuamente sobre algo que está no mundo, se munem com interpretações potencialmente consensuais. Sociedade (no sentido estrito de um componente do mundo da vida) eu chamo às ordens legítimas das quais os agentes comunicacionais, ao entrarem em relações interpessoais, retiram uma solidariedade fundada na pertença a grupos. Personalidade serve de termo técnico para competências adquiridas que tornam um sujeito capaz de agir e de falar colocando-o assim em situação de, em cada contexto dado, tomar parte de processos de compreensão mútua e afirmar a sua identidade em contextos de interação alteráveis. (HABERMAS, 1990, p.314-315)<sup>191</sup>*

O mundo da vida de Habermas nos faz lembrar as concepções de vida dos teóricos cognitivistas da Ciência da Informação.

Como uma “consciência coletiva” de um grupo social, o “mundo da vida” conceitua-se como um conjunto de pressuposições que servem de base para o entendimento das ações comunicativas.

A reflexão e auto-reflexão, conhecimento e interesse atuam de maneira a poder proporcionar uma interpretação da sociedade que facilite uma ação para atender a necessidades no campo da comunicação.

A auto-reflexão é orientada pela discussão que estimula a interação e a comunicação em busca de soluções de problemas humanos. Para Habermas, a auto-reflexão é:

*[...] ao mesmo tempo intuição e emancipação, compreensão e libertação de toda a dependência dogmática<sup>192</sup>. (HABERMAS, 1987, p.228)<sup>193</sup>*

Ele valoriza a auto-reflexão por ser um processo que conduz o indivíduo ao “ato de compreender” sua vida de modo consciente. A partir dessa compreensão, esse indivíduo poderá estabelecer ligação entre o conhecimento e o interesse, percebendo a importância da emancipação que o levará a um redimensionamento das relações dele com a natureza e com os demais indivíduos. Isso quer dizer que a auto-reflexão proporcionará uma interpretação

<sup>191</sup> HABERMAS, Jürgen. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

<sup>192</sup> Dogmático é o que se apresenta como indiscutível e certo.

<sup>193</sup> HABERMAS, Jürgen. *Conhecimento e interesse*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

da sociedade que facilitará uma ação para atender às necessidades no campo da comunicação.

As necessidades e os interesses do indivíduo são supridos no convívio social por meio de normas de comportamento, adequadas às suas diferentes instituições. Esse indivíduo estabelece comunicação com os outros integrantes de seu grupo utilizando uma linguagem comum a todos. O processo comunicacional permitirá que ele perceba as implicações sociais decorrentes da evolução técnico-científica e a influência dessa evolução na esfera política e no comportamento dos indivíduos.

Portanto, ressaltamos que a intervenção informacional pode acontecer no primeiro momento, quando supre necessidades informacionais imediatas. Posteriormente, após a reflexão, que levará à uma interpretação da informação, essa poderá ser aceita ou não.

Para Habermas (1987, p.345)<sup>194</sup>, o conhecimento nasce do interesse. O interesse pelo conhecimento é racional. No caso das ciências naturais, o interesse nasce da vontade de dominar a natureza, enquanto nas ciências históricas e sociais o interesse tem como base a comunicação porque ela emancipa e é a chave para a transformação social.

O vídeo integra o conjunto de tecnologias de informação e comunicação (TICs) utilizada como elemento desencadeador de discussões sobre problemas da área da Saúde . Para tanto, a informação nele contida e apresentada de forma adequada, via estratégias, contribuirá para enriquecer essas discussões.

Apesar de sua função emancipadora, as TICs são consideradas por Habermas como instrumentos de poder que funcionam na sociedade contemporânea, controlando e subjugando os indivíduos de maneira sutil e mais intensa do que na sociedade pré-moderna. E com ele concorda Foucault.

---

<sup>194</sup> HABERMAS (1987), *Op. cit.* p.345.

### 7.3.2 - Dispositivo e atuação do saber e poder

Foucault<sup>195</sup> denuncia a sutileza empregada nas formas de controle e sujeição dos indivíduos na modernidade, chegando mesmo a considerá-las mais traiçoeiras do que as empregada na pré-modernidade. A denúncia de Foucault torna-se mais grave na medida em que os que exercem os poderes denunciados são trabalhadores da área social tais como, terapeutas, assistentes sociais, psiquiatras *etc.* A mesma força de poder é encontrada em diversas tecnologias da sociedade contemporânea constituindo-se, para alguns, em um controle perigoso.

Relacionando saber e poder, Foucault também denuncia o perigo dos projetos para criar uma sociedade sadia que na realidade têm como objetivo normalizar o indivíduo desviante, ou seja, transformar o mendigo, o louco, o doente em indivíduos economicamente vantajosos e politicamente úteis.

*As práticas normalizadoras definem, a priori, o padrão de normalidade, para depois, então, isolar e tratar as anomalias em função desta definição. [...] As normas tendem a uma especificação e a uma totalização cada vez maiores [...] (PORTOCARRERO, 1994, p. 64)<sup>196</sup>*

O vídeo, objeto desta tese, tem na sua equipe de produção profissionais da área da Saúde e é também uma tecnologia de poder. Nele, poder e saber se apresentam de maneira indissociável.

Foucault considera que a formação discursiva traz consigo características de diversos setores da sociedade e da cultura de uma determinada época. Entre esses setores estão a ciência, a arte, a literatura e a filosofia.

A análise desses discursos constitui o seu livro *Arqueologia do saber*,<sup>197</sup> que se transforma numa história das idéias por meio das práticas discursivas. Os discursos, por sua vez, materializam-se sob a forma de documentos, ou seja, teses, artigos, regulamentos, *etc.* e, aqui, incluiríamos os vídeos. Foucault refere-se:

---

<sup>195</sup> Michel Foucault (1926-1984) era um filósofo francês.

<sup>196</sup> PORTOCARRERO, Vera. Foucault: a história dos saberes e das práticas. In: \_\_\_\_\_. (Org.). Filosofia, história e sociologia das ciências I: abordagens contemporâneas. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994. p. 43-65.

<sup>197</sup> FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

*[...] a materialidade documentária (livros, textos, receitas, registros, atas, edifícios, instituições, regulamentos, técnicas, objetos, costumes, etc.) que apresenta sempre e em toda parte, em toda sociedade, formas ora espontâneas, ora organizadas de remanescências. (FOUCAULT, 1984, p. 10)<sup>198</sup>*

Os saberes são considerados peças das relações de poder, diz Foucault. (2003, p.158)<sup>199</sup> O ponto de interseção entre o saber e o poder é o discurso. A estratégia tem uma relação de poder com o discurso do vídeo.

O conhecimento, para Foucault, é estratégico porque por meio dele o indivíduo constitui-se como sujeito cognitivo.

*O conhecimento é sempre uma certa relação estratégica em que o homem se encontra situado. É essa relação estratégica que vai definir o efeito de conhecimento e por isso seria totalmente contraditório imaginar um conhecimento que não fosse em sua natureza obrigatoriamente parcial, oblíquo, perspectivo. (FOUCAULT, 1984, p.19)<sup>200</sup>*

Quando ocorre o compartilhamento do saber entre especialistas da área da Saúde e os indivíduos comuns, a nosso ver, o poder é compartilhado na medida em que o indivíduo, a partir das informações recebidas, constitui-se como sujeito cognitivo de forma a fazer opções sobre seu comportamento a partir daí.

Foucault investigou as rupturas e as re-elaborações da tradição, verificando que o conhecimento não se apresenta sempre da mesma maneira porque tem fundamentos históricos. Temos que reconsiderar as tradições éticas. A maneira de pensar é refeita permanentemente. Houve muitas mudanças nos códigos que regulam a conduta e na concepção de ética: sobre o que ela considera como sendo verdadeiro, sobre os indivíduos, e sobre as relações dela com a religião, ciência, política e o direito. A adequação discursiva, conseqüentemente, faz-se necessária.

De uma maneira resumida, a ética desenvolve uma análise crítica como forma de resistência à dominação, em nome da uma liberdade prática, dentro das formas de experiências possíveis.

---

<sup>198</sup> FOUCAULT (1984). *História da Sexualidade*. Rio de Janeiro: Graal, 1984. v.2

<sup>199</sup> FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 18. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

<sup>200</sup> FOUCAULT (1984). *História ... Op. cit.* v.2, p. 19.

Sob a perspectiva histórica do saber, da ação e da identidade subjetiva, o saber é delimitado pela ciência, o poder pela política e a ética pela moral. Suas relações nunca estão dadas, são sempre históricas e transformáveis.

Para Foucault (1984)<sup>201</sup>, a ética é um modo do indivíduo relacionar-se consigo mesmo. Ele propõe uma reconstrução da moral greco-romana que não tinha caráter normativo, mas era constituída pelo *ethos* que implicava relação do indivíduo consigo mesmo, com os outros e com a verdade.

Foucault, também, baseava-se na idéia kantiana de apoio ao Iluminismo como forma de, por meio da maturidade, o indivíduo tomar e assumir suas próprias decisões sem recorrer ao dogma e à autoridade.

Foucault baseou a moral na escolha que o indivíduo faz ao entender-se como forma que deve ser elaborada, trabalhada e constituída de acordo com critérios de estilo e por meio das tecnologias. Foucault considera que o sujeito não é uma substância e sim uma forma que não se apresenta igual em todos os tempos e lugares, porque é histórica. Se não é substância, então tem movimento, tem mudança.

*O que me surpreende é o fato de que, em nossa sociedade, a arte tenha se transformado em algo relacionado apenas a objetos e não a indivíduos ou à vida; que a arte seja algo especializado ou feito por especialistas que são artistas. Entretanto, não poderia a vida de todos se transformar numa obra de arte? Por que deveria uma lâmpada ou uma casa ser um objeto de arte, e não a nossa vida?* (FOUCAULT, 1995, p. 261)<sup>202</sup>

Foucault ao oferecer a possibilidade de reificação da vida humana ou da humanização dos objetos, estabelece ponto de vista comum a Latour. Além disso, Foucault admitindo que o sujeito não é substância, por analogia admite que ele é mutável. Esse talvez seja mais um ponto de vista em comum a Latour, pois para este, a vida é existência em ação, base de sua teoria Ator-Rede.

---

<sup>201</sup> FOUCAULT (1984). História ... , *Op. cit.*

<sup>202</sup> FOUCAULT, Michel. Sobre a genealogia da ética. Uma revisão do trabalho. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

### 7.3.3 - Humanos e não-humanos

De acordo com Bruno Latour (2000, p. 174)<sup>203</sup>, a produção de conhecimento é uma ação coletiva da qual participam os humanos (produtor/espectador de vídeos) e não-humanos (câmera, som *etc.*) havendo uma equivalência entre humanos e não-humanos nos processos sociotécnicos. No caso dos vídeos, parte do que diz Latour pode ser facilmente verificado. As estratégias informacionais podem ser produzidas pelos humanos e pelos não-humanos.

Segundo a Teoria Ator-Rede, a relação entre sujeito e objeto do conhecimento é definida no meio em que ela se estabelece para produzir ações. Algo semelhante se dá com a produção dos vídeos. O sujeito (produtor) e o objeto do conhecimento (tema veiculado no vídeo) estabelecem uma relação influenciada diretamente pelo contexto para que, dessa forma, o sujeito possa produzir uma ação (informacional e comunicacional).

*Para a Teoria Ator-Rede, uma teoria não se sustenta por ser verdadeira, mas por se sustentar em redes de alianças (de humanos e não-humanos) [...] (PEREIRA, 1997, p. 13)*<sup>204</sup>

Para a autora, essa teoria utiliza “uma língua que permite compreender o quê se junta com quê para produzir as entidades que circulam no mundo: os híbridos, misturas de sujeito e objeto”. Os vídeos são híbridos por natureza e são misturas de sujeito e objeto e são usados para convencer (ou persuadir).

Para Latour, os não-humanos atuam de forma equivalente aos humanos. Ambos são atores de uma rede onde a divisão entre mundo social e natural perde sentido. Há uma simetria nos papéis desempenhados assim como nos jogos de relações de forças.

A velocidade da produção de novas tecnologias e da circulação de informações e bens econômicos, segundo Latour (2001, p. 214)<sup>205</sup>, tornam as palavras frágeis para relatar os acontecimentos, que são apresentados de forma difusa e fragmentada.

---

<sup>203</sup> LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: UNESP, 2000.

<sup>204</sup> PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas. *Luz, câmera ... tecnociência em ação, natureza e sociedade em fabricação*. 1 v. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Sociologia) - Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro (IUPERJ), Rio de Janeiro, 1997. Orientador: Prof. Simon Schwartzman.

<sup>205</sup> LATOUR, Bruno. *A esperança de Pandora*. Bauru: EDUSC, 2001.

Latour (2001, p.32)<sup>206</sup> considera a separação entre ciência e o resto do mundo, assim como entre humanos e não-humanos uma questão que poderíamos chamar de não ética. Da mesma forma ele diz: “quanto mais não-humanos partilharem suas existências com os humanos, tanto mais humano será um coletivo”. (LATOURE, 2001, p. 32)<sup>207</sup>

Um problema que Latour deixa sem solução na sua Teoria Ator-Rede, particularmente quando aplicada a coletivos sociotécnicos, é a definição de ação.

A Teoria Ator-Rede de Latour considera que a ação tem a participação de diversos atores com diferentes saberes, mas não considera a cognição, vontade e emoção, sendo por esse motivo criticado pelos integrantes da Teoria da Ação.

#### 7.3.4 - Teoria da ação

A Teoria da Ação tem uma base interdisciplinar por manter relações estreitas com aspectos de ordem social, cultural, histórica, cognitiva e interpretativa. Ela tem sua origem na filosofia alemã do século XIX e na psicologia soviética, dedicando-se ao desenvolvimento individual e de grupo. Yrjo Engestrom<sup>208</sup>, autor do texto *Activity theory and individual and social transformation*,<sup>209</sup> é um de seus teóricos de destaque, afirmando que a transformação social depende não apenas da ação dos tomadores de decisão, mas também da ação dos homens comuns. Ao analisar a expansão do saber, ele estabelece uma relação com a Teoria Ator-Rede.

Apesar disso, uma polêmica com pesquisadores da *University of Bath*, da Inglaterra foi mantida por Latour pelo fato de sua teoria dar aos humanos e não-humanos o mesmo valor na produção da ciência. No entanto, ao analisarmos um texto de dois importantes

---

<sup>206</sup> LATOUR (2001), *Op. cit.* p. 32.

<sup>207</sup> *Ibid.* p. 32.

<sup>208</sup> Yrjo Engestrom (1948- ) é finlandês, professor de Educação para Adultos da Universidade de Helsinki, professor de Comunicação na Universidade da Califórnia, San Diego e diretor do Laboratório de Cognição Humana Comparativa em Helsinki.

<sup>209</sup> ENGESTROM, Yrjo. Activity theory and individual and social transformation. In: \_\_\_\_\_ ; MIETTINEN, Reijo; PANAMAKI, Raija-Leena (Eds.). *Perspectives on activity theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. p. 19-38.

pesquisadores dessa Universidade, o sociólogo e filósofo inglês Harry M. Collins<sup>210</sup> e Martin Kusch<sup>211</sup> é possível verificarmos a importância dada por eles às ações dos não-humanos.

Eles reconhecem que a mecanização, automação e cibernética têm substituído os humanos em diversos tipos de tarefas repetitivas e aceitam a existência de fábricas quase totalmente automatizadas, ou seja, controladas por computadores.

No entanto, em seu artigo, *Humanos, máquinas e a estrutura do conhecimento*<sup>212</sup>, Collins afirma que a Razão não existe sem um corpo. Ela “nasce da natureza de nossos cérebros, corpos e experiências”. Sendo assim a Razão não é nem universal, nem completamente consciente. Ela passa por processos de evolução e altera-se por meio da emoção.

Nesse mesmo artigo, Collins apresenta tipos de conhecimentos: o incorporado, o cerebral e o cultural, acrescentando ainda o primitivo, categoria simples do “conhecimento do tipo simbólico”.

Ele chama de conhecimento incorporado o que está no corpo das pessoas – cérebro, nervos e quaisquer outros órgãos envolvidos. Ele cita, como exemplo desse conhecimento, a habilidade de jogar tênis. Sendo assim, poderíamos chamar de conhecimento mecânico.

O conhecimento cerebral é estabelecido pelos elementos físicos do cérebro: a interconexão dos neurônios e a química do pensamento, que nos possibilitam perceber as coisas e estruturar idéias. Seria o conhecimento intelectual – mundo das idéias.

O conhecimento cultural tem suas raízes na sociedade. Collins cita, como exemplo, as mudanças no uso e expressões de uma língua.

Consideramos que esses conhecimentos podem ser ativados por meio das estratégias informacionais empregadas nos vídeos.

---

<sup>210</sup> Harry M. Collins trabalha com conhecimento científico, médico, educacional e inteligência artificial. Latour faz agradecimentos a ele pela revisão feita a um capítulo do livro *Ciência em Ação*. Isso não quer dizer que não mantenham suas diferenças teóricas.

<sup>211</sup> COLLINS, Harry; KUSCH, Martin. *The shape of actions*. What humans and machines can do. Cambridge: The MIT Press, 1999.

<sup>212</sup> COLLINS, Harry. Humans, machines, and the structure of knowledge. *Stanford Humanities Review*, Stanford, v.4, n.1, p.67-84, 1995.

Sobre a relação entre ações e comportamentos, Collins e Kusch declaram que:

*Para entender o que chamamos de ações, é preciso primeiro entender o que é sociedade e o que significa 'forma de vida'. As sociedades são diferentes.[...]. Isso explica porque algumas coisas são feitas [ações] sem problemas em uma sociedade e, em outras, não. Não é uma questão de legalidade ou ilegalidade, e, sim, de diferença social e de conceito de estrutura de vida de cada sociedade. (COLLINS; KUSH, 1999, p.7, tradução nossa)<sup>213</sup>*

O comportamento inclui movimentos físicos involuntários como, por exemplo, piscar, e voluntários que, como indica seu próprio nome, correspondem à execução de ações desejadas pelo indivíduo.

As ações podem ser divididas em dois grandes grupos: a) as intencionais, por exemplo: cumprimentar, cantar; b) formativas ou construtivas que são partilhadas por membros de uma sociedade com a mesma “forma de vida”, por exemplo: maneiras de agir de comunidades em atividades específicas – compras, esporte, sessão legislativa *etc.*

As ações intencionais provocam resultados e possíveis conseqüências. Os resultados estão ligados às condições necessárias para o desenvolvimento de uma ação e também à intenção. Ex.: Alguém toma remédio para baixar a febre e o resultado é a normalização da temperatura do corpo. As conseqüências, quando existem, dependem de condições não premeditadamente planejadas. Ex.: com o fim da febre o indivíduo recupera o bem estar, que lhe proporciona um relaxamento que, por sua vez, o leva a dormir, o que não estava planejado.

As ações formativas produzem instituições sociais, que são, na verdade, convenções, podendo ser de dois tipos: social e natural. Aqui estaremos tratando apenas das chamadas instituições sociais do tipo social, com base ainda no trabalho de Collins e Kush. (1999, p. 12)<sup>214</sup>

O estabelecimento de um objeto como dinheiro e seu respectivo valor é um exemplo de instituição social do tipo social (relação com a estrutura daquela sociedade), uma vez que ambos (objeto e seu valor) são específicos daquela sociedade.

---

<sup>213</sup> COLLINS, Harry; KUSCH, Martin. *Methods and principles. In. \_\_\_\_\_ . The shape of actions. What humans and machines can do. Cambridge: The MIT Press, 1999. cap.2, p. 7-53.*

<sup>214</sup> *Ibid.* p. 12.

As sociedades são diferentes e, conseqüentemente, as instituições sociais por elas geradas também o são. As instituições sociais para se estabelecerem necessitam de credibilidade e aceitação coletiva. Sendo assim, elas alteram a forma de comunicação de uma informação e elas colaboram na previsão das ações dos membros de uma sociedade.

O estudo sobre ações é importante para o conhecimento do comportamento. Ao empreender uma ação, há um desejo intrínseco de que o comportamento a ela relacionado seja sempre o mesmo. O problema está em reconhecer “o mesmo” uma vez que o comportamento estabelecido durante uma ação nunca mais se repetirá porque os atores mudam, os observadores mudam diante da tensão, desconhecendo a própria ação. O que na verdade ocorre não é uma repetição de comportamento, e, sim, uma tentativa de imitar a ação passada e o comportamento do indivíduo ao geri-la.

O que faz essas ações serem o que são, é a aceitação delas pelo grupo. Por outro lado, o grupo se constitui a partir dessas ações. Por exemplo: na nossa sociedade, os médicos têm um papel quase divino pelo poder de cura que a eles é atribuído. Suas ações são únicas e exclusivas. O grupo aceita essa premissa e em sua constituição cria um lugar de ação e fala que é próprio para esse profissional. Os vídeos em saúde, em grande parte, são produzidos a partir do discurso desse profissional, o que os legitima.

Paralelamente, o papel do médico é retroativo (cura) e proativo (informação) em relação às doenças. Na ação de informar há intrínseca e inconscientemente a intenção de agir sobre o comportamento vigente do grupo e é o que acaba acontecendo nas ações de intervenção social na área da saúde. Uma das intenções dessa ação é que haja a reprodução, por parte do espectador, do comportamento mostrado no vídeo. A compreensão plena da ação, por parte do espectador, é o ideal a ser atingido, mas se os espectadores apenas aprenderem a reproduzir a ação mostrada no vídeo, mesmo sem compreender suas razões, isso poderá ser considerado um bom começo pelos promotores da saúde.

No caso dos vídeos em saúde de intervenção social, o objetivo é levar informações que colaborem na mudança do comportamento dos espectadores, visando a prevenção de doenças ou a transformação do contexto de intersubjetividades, visando a promoção da saúde.

## 8. FOCAGEM - INTERVENÇÃO INFORMACIONAL NA SAÚDE

Este capítulo tem no início de seu título o termo “focagem” que na terminologia dos vídeos significa colocação da imagem em condições de nitidez. Para nós, o uso das estratégias informacionais é um tipo de intervenção social, pois elas são inseridas junto à informação de maneira a facilitar sua transferência, ou seja, tornar a informação mais “nítida” para quem vai recebe-la.

O conceito de informação com o qual estamos trabalhando refere-se àquela que altera a estrutura cognitiva do indivíduo e/ou seu grupo e desencadeia diversos tipos de ações. Na Ciência da Informação esse conceito enquadra-se na chamada visão cognitivista.

E por que escolhemos esse conceito? Porque temos, como foco desta tese, os vídeos empregados em ações de intervenção social na área da Saúde. Esses vídeos, que são usados para a promoção da saúde e a prevenção de doenças, têm como proposta de seus produtores a mudança de comportamento do indivíduo e seu grupo espectador de forma a proporcionar melhor qualidade de vida, evitar ou interromper uma epidemia.

Verificamos que os autores citados nos CRÉDITOS TEÓRICOS conceituam a informação como a que encerra a possibilidade de desencadear uma mudança tanto no indivíduo quanto na sociedade na qual ele vive.

Saber se houve uma mudança na estrutura cognitiva do indivíduo é tarefa difícil. Essa mudança, quando ocorre, é exteriorizada por meio de ações que, entre outras formas, pode ser mudança no agir a partir da transferência da informação.

O produtor da informação tem uma intenção, qual seja, a de transferi-la para o indivíduo ou grupo social e pressupõe-se que ele tenha um conhecimento sobre eles. Esse conhecimento pode estar relacionado ao interesse pela informação, à ausência de informação *etc.* existente no indivíduo ou em seu grupo. O elo de ligação, entre quem quer transferir a informação e quem a receberá, está na transferência da informação, onde intenção e compreensão aparecem juntas. Nesse processo é possível fazer uso de crenças,

costumes, religião, nível educacional, poder *etc.*, via de regra, compatíveis com os indivíduos destinatários da informação.

As formas para essa transferência podem ser: oral, escrita, visual, usando tecnologias ou não.

Quanto maior for a identificação da informação pelos receptores, maior será a chance de interesse e assimilação da informação. Teóricos apontam como facilitadores do processo de transferência o idioma, a estrutura lógica, a narrativa e o vocabulário.

Da mesma maneira que existem facilitadores desse processo, existem os problemas ou barreiras. Diversas causas foram apontadas pelos teóricos, mas houve unanimidade quanto à necessidade do produtor da informação otimizá-la de tal sorte que essa transferência aconteça. Entre as maneiras de otimizar a informação, existe, desde a Antigüidade, a retórica e, dentre suas figuras, existe a persuasão. Ela pode integrar o processo de transferência da informação, observando uma dimensão histórica, cultural, econômica e política. Seus efeitos estarão relacionados à intenção do produtor e à estrutura de conhecimento de seu receptor.

Entre os efeitos da transferência da informação está sua assimilação. A assimilação esta relacionada à percepção, compreensão do conteúdo da informação transferida. Ao realizar-se, a assimilação pode desencadear ações que alterarão o comportamento do indivíduo. Portanto, como facilitadoras da assimilação é possível empregar as estratégias informacionais aqui propostas. Desta forma, a informação assimilada tornar-se-á um instrumento atuante nas ações de promoção da saúde e prevenção de doenças.

O valor atribuído à informação pelo indivíduo potencializa a sua transferência. Esse valor relaciona-se à preferência de uma informação em detrimento de outra e à competência do indivíduo para compreendê-la.

A ação da informação pode ser um dos fatores da transformação social. Os integrantes de ONGs utilizam os vídeos para repasse de informação, visando a transformação de realidades e de mentalidades. Pesquisadores da Antropologia da Informação, disciplina empregada para o estudo da constituição da informação na

sociedade, apontam o uso dessa informação para a formação e exercício da cidadania, principalmente, pelos movimentos sociais organizados. No âmbito das ações desses movimentos costuma acontecer uma divergência informacional entre os que detêm o conhecimento científico e os detentores do conhecimento popular. As estratégias informacionais podem ser úteis na transformação dessa divergência em convergência.

A partir do momento que optamos por pesquisar a possibilidade de uso de estratégias no processo de transferência da informação, estamos inseridos no modelo transferencial da Comunicação. Não cabe a nós julgarmos se esse é um modelo obsoleto, ou não, uma vez que esse não é o objetivo, nem a área desta tese. Os conceitos desse modelo comunicacional foram aqui apresentados para sublinhar as diferenças entre os conceitos da Ciência da Informação. Nela, o conceito de transferência de informação, além de estar em vigência, engloba o contexto no qual esse processo se desenrola.

A Cognição ou Inteligência Coletiva, formada pelo conjunto de inteligências individuais, integra também as ações dos diversos setores da sociedade. As tecnologias, entre elas o vídeo, potencializam os processos de informar, comunicar, conhecer, sentir e agir. Como frutos das inteligências individuais que formam a Inteligência Coletiva, as tecnologias podem colaborar na criação de estratégias que atuarão na transferência da informação.

Para um teórico da Sociologia e da Filosofia, a idéia de um agir estratégico apresenta-se de forma radical. Esse agir é sempre uma tentativa de impor uma idéia única a ser aceita sem explicações. O antídoto estaria no julgamento crítico do saber cultural do indivíduo, em outras palavras, na Razão comunicativa.

A ação estratégica, proposta por esta tese, visa facilitar a transferência da informação de maneira a torná-la mais compreensível, integrando-a no contexto de seus receptores. Portanto, trata-se de uma ação ética. Não há imposição de idéias. Pelo contrário. Seria a revalorização da Razão comunicativa que é democrática, na medida em que proporciona formas de comunicação entre diversos segmentos da sociedade.

A informação transferida com base no interesse do receptor é emancipadora e pode servir para a transformação social.

De qualquer forma, é importante observar que a informação, que integra o saber, é considerada um instrumento de poder. Mas também é importante observar que a informação forma o saber. Portanto, se informação é poder, transferi-la é dar poder. E é nessa linha que esta tese trabalha. O indivíduo sem informação está em desvantagem na sociedade. Informá-lo será o primeiro passo para sua inclusão social. O não informar não é ético porque colabora com a exclusão social.

A transferência da informação, aqui apresentada, é uma ação coletiva da qual participam humanos (produtor e receptor) e não-humanos (câmera, vídeo *etc.*). Todos são importantes e exercem seus papéis no desenrolar desse processo. Até mesmo a câmera de vídeo, por meio de seus recursos técnicos, pode facilitar a transferência da informação.

Por que falamos de Teoria da Ação nesta tese? Porque estamos falando de mudança de comportamento a partir de uma ação informacional. Também porque os seus teóricos identificam diversas formas de conhecimento e apontam, com base nas “formas de vida”, a relação entre ações e comportamentos e a aceitação delas na sociedade.

Os esclarecimentos sobre as origens e formas de ação são feitos a partir da Razão, vinculada à emoção, vontade e cognição, sem fazer distinção entre os indivíduos comuns e os tomadores de decisão, ou seja, sem exclusão social e de forma ética.

Este conjunto de considerações produzidas a partir do corpo teórico (CRÉDITOS TEÓRICOS) desta tese fornece respaldo para o uso de estratégias informacionais e, conseqüentemente, para a criação de uma tipologia para elas. Muitos conceitos apresentados voltam para integrar o embasamento teórico das estratégias que, por seu poliformismo e complexidade, exigem outros conceitos multiteóricos para sua composição.

Respondendo às perguntas feitas na abertura dos CRÉDITOS TEÓRICOS, podemos afirmar, com base nas teorias estudadas, que estamos lidando com a informação que altera a estrutura cognitiva do indivíduo e de seu grupo, que é transferida para seus receptores da maneira mais adequada possível, por meio do uso de estratégias.

Essas estratégias, facilitadoras desse processo e da compreensão da informação, são extraídas do contexto de seus receptores dentro de uma perspectiva ética, ou seja, visando a inclusão social.

No caso da Saúde, área dos vídeos que constituem o objeto de estudo desta tese, as ações de intervenção social são éticas, pois visam salvar vidas ou melhorar suas condições.

As intervenções informacionais constituídas pelas estratégias também são éticas por adequarem a informação ao indivíduo e seu grupo.

Com suas imagens, o uso do vídeo proporciona uma facilidade a mais, principalmente para aqueles que são analfabetos ou analfabetos funcionais.

## 9. EFEITOS ESPECIAIS

Os efeitos especiais são criados a partir de elementos tecnológicos e, principalmente, são inovadores. Dando continuidade ao grupo de alegorias empregado até agora, esta tese incentiva o uso das estratégias e fornece subsídios para a construção delas, a partir de conceitos extraídos de outras áreas do conhecimento e da própria tecnologia de vídeos; aponta o uso de estratégias informacionais em seis vídeos da III Mostra; faz um levantamento da produção nacional de vídeos em saúde ao analisar as fichas técnicas das produções finalistas da III Mostra .

A construção das estratégias informacionais tem como base uma finalidade acadêmica e pragmática, visando seu uso na produção de vídeos em saúde, na facilitação da transferência das informações e na identificação de vídeos para atendimento ao usuário.

Seis vídeos são analisados de maneira a fornecer exemplos de uso de estratégias informacionais na sua produção. Esse uso oferece variações de identificação e interpretação porque as estratégias são elementos extraídos da visão de mundo individual e coletiva de seu público.

Fechando os efeitos especiais, são apresentadas características gerais dos vídeos da III Mostra.

## 9.1. ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS

As estratégias, sobre as quais falamos, não são as conhecidas estratégias de busca, nem tampouco as estratégias informacionais, tal como alguns governos denominam as indicadas para estruturar a Sociedade da Informação ou do Conhecimento, servindo para agilizar uma política de inserção digital, disponibilidade de locais para acesso de informações (bibliotecas públicas, quiosques *etc.*), elaboração de portais com informações governamentais, culturais, econômicas e muitas outras coisas. Essas estratégias estão num plano macro.

As estratégias, sobre as quais este trabalho se debruça, estão num plano micro. Elas **podem ser observadas no momento da seleção de informações imagéticas já disponíveis**, assim como **podem ser inseridas nas produções de vídeos em saúde por meio das quais serão transferidas as futuras informações imagéticas**, podendo ser úteis, da mesma maneira, em hipertextos e *sites*.

Na Ciência da Informação, não foi encontrado, formalmente, um conceito de **estratégia** que é, para este trabalho, **um dispositivo que facilita ou agiliza o processo de transferência de informação entre indivíduos**. (grifo nosso) Foi necessário, portanto, buscar autores das áreas que abordassem em suas teorias ações semelhantes as das estratégias, tal como são vistas aqui.

De acordo com os dados obtidos nos *sites* das universidades inglesas *Lincoln*<sup>215</sup> e *London Guildhall*<sup>216</sup>, as estratégias informacionais não possuem formatos padronizados porque dependem do contexto onde serão empregadas, estando aí o motivo de seu sucesso de uso. Elas são diferentes da estratégia de sistemas de informação (organização, busca e recuperação) e das estratégias de desenvolvimento de coleção. Elas têm como objetivo instaurar ações que facilitem o alcance às informações, proporcionando o que poderíamos chamar de cultura informacional. Uma informação para ser compartilhada precisa estar disponível de forma bem definida e inteligível. Ela tem como propósito ser precisa,

---

<sup>215</sup>UNIVERSITY OF LINCOLN. What is an information strategy? <http://www.ulh.ac.uk/ls/staff/jeb/infstrat.htm>. Acesso em: 05 nov. 2001

<sup>216</sup> LONDON Guildhall University information strategy <http://www.lgu.ac.uk/aro/Infostrat.html>. Acesso em: 05 nov. 2001

corrente, consistente e completa. O uso da estratégia informacional depende do conhecimento que se tem dos usuários daquela informação.

Usar estratégias, para captar a atenção dos indivíduos de um grupo e assim facilitar a transferência de informações, utilizando elementos culturais dessa sociedade, é legítimo. É preciso, no entanto, conhecer predisposições e processos internos como, por exemplo, mudança de atitude, dissonância cognitiva ou expectativas sociais ou culturais complexas.

Para a criação de uma tipologia de estratégias informacionais será preciso fazer uso de conceitos existentes em outras áreas do conhecimento. Esses conceitos trarão consigo as dimensões procedentes tanto em relação à produção dos vídeos quanto em relação a disseminação deles.

A Comunicação atua no comportamento dos indivíduos. As mídias exercem influência na maneira de agir diante de problemas cotidianos, cultivando crenças de um grupo para influir em sua conduta. Elas ordenam significados internos e obrigam os indivíduos a pensar neles com uma ordem de importância por elas fornecidas. As mídias chegam mesmo a estabelecer, ampliar, substituir e estabilizar significados para palavras da linguagem de um grupo. As estratégias, utilizadas pelos meios de comunicação de massa, são conhecidas e aceitas, na maioria dos casos. Lançar mão de estratégias informacionais e comunicacionais, para facilitar a transferência da informação, é cada dia mais comum.

Os discursos são utilizados para o estabelecimento de diversos tipos de comunicação em situações sociais, sejam eles falados, escritos ou imagéticos. Eles atuam no comportamento humano e recebem influências do contexto. Conhecer alguns elementos discursivos favorece a construção de estratégias para uma transferência de informação por meio dos vídeos, que são discursos imagéticos.

É válida a utilização de conceitos que colaborem na tipologia das estratégias, fazendo com que as informações transformem-se em instrumentos de atuação socioculturais, cognitivos e educacionais a partir de sua transferência. Até mesmo os recursos técnicos de gravação de vídeos podem colaborar, como estratégias, para a transferência das informações.

Os diversos tipos de estratégias informacionais, como é possível notar, são decorrentes de conceitos extraídos de diversas áreas. Nem todas estratégias aparecem em

um vídeo. Basta que, quando empregadas, mesmo em número reduzido, surtam efeito. Por vezes, as estratégias misturam-se e intercalam-se de uma tal maneira, que fica difícil separá-las ou observar seu tipo.

A criação da tipologia das estratégias está ligada à intenção existente na transferência da informação e ao usuário que a receberá. Elas tornam as informações adequadas ao interesse e entendimento do presumível usuário.

### 9.1.1 – Estratégias informacionais comunicacionais

As estratégias informacionais comunicacionais são construídas a partir de conceitos e modelos teóricos da Comunicação e atuam no momento da transferência da informação do emissor para o receptor da informação. Alguns deles são apresentados aqui de forma destacada (em negrito) como sugestões de estratégias.

Entre as estratégias dessa categoria, uma sobressai-se por ser largamente empregada, na produção de vídeos em saúde: é a **persuasão**. Ela aparece, particularmente, nos vídeos usados em intervenção social, visando mudar o comportamento dos indivíduos espectadores.

Consideramos que, um bom argumento, pode resultar em persuasão, mas nem toda persuasão vem acompanhada de um bom argumento.

Para Defleur e Ball-Rokeach, pesquisadores sobre esse tema:

*Persuasão refere-se primordialmente ao emprego da mídia de massa para apresentar mensagens, visando deliberadamente aliciar formas específicas de ação da parte de audiência.* (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 291)<sup>217</sup>

As investigações na área da Comunicação sobre a mudança de comportamento provocada por ela nascem na década de 30, nos EUA, de acordo com Schramm<sup>218</sup>. Quatro nomes são ressaltados nesse período e, entre eles, o de Carl Hovland, um psicólogo. Ele

---

<sup>217</sup> DEFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. Estratégias teóricas para persuasão. In: \_\_\_\_\_ . *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993. p. 290-312.

<sup>218</sup> SCHRAMM, Wilbur. *Investigación de la comunicación en los Estados Unidos*. [http://mailweb.uplap.mx/~jpriante/investigacion\\_usa.html](http://mailweb.uplap.mx/~jpriante/investigacion_usa.html). Acesso em: 11 nov. 2001.

apresentava profundo interesse por esse processo desencadeado pela mudança de comportamento por meio da persuasão. Hovland desenvolveu um método experimental sobre a construção de uma retórica científica moderna, tendo como base a persuasão de Aristóteles<sup>219</sup>. Na Grécia Antiga, político era o habitante de uma *polis* (cidade). Político também “significava que tudo era dito por meio de palavras e de persuasão e não com a força da violência”. (ARENDDT, 1999, p. 67)<sup>220</sup> O político era um *rethor* (retórico). A retórica era a arte de falar em público, de convencer, de persuadir.

Entre os livros resultantes das pesquisas de Hovland desenvolvidas na Universidade de Yale, entre 1950 e 1961, está o *Communication and Persuasion*<sup>221</sup>. Depois delas, diversas pesquisas sobre comunicação de massa apontam para o elemento persuasivo presente nos diversos suportes comunicacionais. Elas verificaram que a persuasão atua mais quando apresentada sob a forma de um “falar em público”, provocando um intercâmbio maior de significações do que transformações comportamentais nos indivíduos.

As informações transmitidas pelos vídeos podem despertar um estado emocional que influenciará a resposta dada pelo espectador. Mensagens persuasivas são geradas, visando estimular ações individuais ou coletivas, admitindo-se haver relacionamento estreito entre o tipo de atitude, positiva ou negativa, de um indivíduo e o comportamento de aceitação ou rejeição de uma pessoa frente a uma situação social.

*O medo é um fator amplamente utilizado em anúncios e outras tentativas de persuasão [... tal como na] promoção da compra de um remédio industrializado (ação ostensiva) através de uma ameaça à saúde caso ele não seja usado. Também é comum advogar o uso de um produto para diminuir o receio de ser socialmente desagradável. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 297)<sup>222</sup>*

De uma maneira geral, o impacto que as mídias causam na sociedade é muito conhecido, destacando-se entre elas a televisão. Aproveitando-se da força desse veículo, a área da saúde lança mão de vídeos, que possuem uma semelhança comunicacional com a

---

<sup>219</sup> Para Aristóteles o discurso era um processo dialógico. Uma pessoa fala a alguém alguma coisa, esperando uma resposta e/ou persuadi-lo sobre algo.

<sup>220</sup> ARENDDT, Hanna. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

<sup>221</sup> HOVLAND, Carl I.; JANIS, Irving L.; KELLEY, Harold H. *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. Westport: Greenwood Press, 1982.

<sup>222</sup> DEFLEUR; BALL-ROKEACH, *Op. cit.* p. 297.

televisão e onde também são usados elementos persuasivos, para disseminar conhecimento e mudar o comportamento dos indivíduos, visando a melhoria da qualidade de suas vidas.

Um **processo comunicacional diferenciado** é estratégico. Uma sociedade, segundo Martino (2001, p. 33)<sup>223</sup>, pressupõe o convívio de diversos grupos, com diferentes tipos de ação aos quais o indivíduo se associa, circunstancialmente, ao longo de sua vida. Eles envolvem relações de trabalho, de escola, de vizinhança, de amizade, de família. Sendo assim, os vínculos que o indivíduo constrói são múltiplos, espontâneos e adaptados aos diversos grupos. Em cada um deles haverá um processo comunicacional diferenciado, proporcionando vínculos sociais, com linguagens, ritos e regras próprios. Esses processos podem ser iguais, semelhantes ou bem diferentes entre si.

Assim sendo, a informação a ser transferida utilizará um processo comunicacional de acordo com o grupo social ao qual ela se destina. Esse processo é uma estratégia de abordagem para que a comunicação se estabeleça de maneira adequada.

As informações, veiculadas pelas mídias, não são indiferentes ao **atendimento das crenças e desejos** da sua audiência. Se assim não for, não há possibilidade de sucesso e de continuação do ato de informar. É real que as mídias possam também, com certos limites, reconstruir ou influenciar essas mesmas crenças e desejos do seu público. Portanto, o entendimento dessa situação é fundamental. Trata-se de um sistema integrado de mão dupla, onde cada parte desenvolve seu papel, interagindo de modo dialético, segundo Lopes. (2001, p. 10)<sup>224</sup>

Os meios de comunicação não conseguem impor “o quê” pensar em relação a um tema. No entanto são capazes de agendar sobre “o quê” pensar e falar a médio e longo prazo, afirma Hohlfeldt. (2001, p. 191)<sup>225</sup> Observa-se que, por vezes, a produção de um vídeo em saúde se dá pelo fato de ter seu **tema “agendado”** anteriormente pelos meios de comunicação de massa.

---

<sup>223</sup> MARTINO, Luiz C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: \_\_\_\_\_ ; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 27-38.

<sup>224</sup> LOPES, Luís Carlos. Representação e significação nos fenômenos comunicacionais. *Ciberlegenda*, Niterói, n.5, 2001. <http://www.uff.br/mestcii/lcllop5.htm>. Acesso em: 19 ago. 2001.

<sup>225</sup> HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisas em comunicação. In: \_\_\_\_\_ ; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 187-240.

Embora não haja uma relação de causalidade, a **linguagem imagética** é resultado de uma estratégia significativa e, como tal, persuasiva, de acordo com Bidarra<sup>226</sup>. As imagens sejam elas publicitárias, institucionais, educativas, *etc*, esforçam-se por convencer à sua maneira. Seus produtores são indivíduos que, embora tenham opiniões próprias, estas acabam por refletir orientações de seu meio social.

A imagem deixa de ser comunicativa quando se torna complexa ou portadora de conceitos abstratos, onde a palavra é imprescindível. Para persuadir, a imagem precisa antes seduzir e a sedução da imagem se dá pelo reconhecimento, pelo apelo cognitivo, pela estética.

O processo comunicacional é um sistema material e simbólico que integra pessoas, idéias e tecnologias, mas não pode deixar de lado as questões sociológicas e históricas. A imagem é um elemento social e histórico de legitimação da informação.

Apesar da legitimidade dada pelas imagens, há profissionais da saúde, que não admitem participar, com suas imagens, de vídeos da área. Talvez isso ocorra por considerarem que há uma questão de deslocamento do lugar da verdade, onde predominam as mídias em detrimento das instituições tradicionalmente repassadoras de informações, ou seja, a escola, as igrejas, os partidos políticos e as ciências. O que aparece na tela da televisão e, por analogia, nos vídeos, assume uma importância maior para a legitimação da informação por parte da população de espectadores, não importando de onde vem a informação.

---

<sup>226</sup>BIDARRA, Rafael. *Video.grafias*. <http://www.univ-ab-pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-195.htm>. Acesso em: 19 ago. 2001.

### 9.1.2 – Estratégias informacionais discursivas

As estratégias informacionais discursivas são construídas a partir de conceitos e modelos teóricos extraídos da Comunicação e da Linguística e são empregadas na formatação dos diversos tipos de discursos informacionais. Alguns deles estão aqui presentes assinalados em negrito.

Ao serem abordadas as inúmeras estratégias dessa categoria, parte-se do pressuposto de que o vídeo é considerado um discurso imagético. Essa afirmativa é necessária porque atribuir à imagem um *status* de linguagem é, para alguns autores, inimaginável.

Segundo Debray (1995, p. 181)<sup>227</sup>, “a imagem não é linguagem”. Para ele a imagem é síntese e, antes de tudo, comunica-se através da emoção. O autor acredita que uma imagem pode levar a uma ação de uma maneira mais rápida do que um discurso por não ter um código único. Em outras palavras, ele considera que o poder de persuasão da imagem é maior.

Debray (1995, p.190)<sup>228</sup> considera que a imagem possui acessibilidade, credibilidade, afetividade e motricidade. Sua analogia com o real lhe dá também generosidade. Além disso, as imagens movem-se nos espaços porque elas escapam das delimitações sociais e territoriais das línguas, falando por si e dispensando tradução. Debray (1995, p.190)<sup>229</sup> acredita que a emoção inerente à imagem torna-a irresistível.

Existem, no entanto, autores que discordam de Debray e que servirão para embasar esta pesquisa com suas teorias e, entre eles, está Dondis que afirma:

*A sintaxe visual existe. Há linhas gerais para a criação de composições. Há elementos básicos que podem ser aprendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual, sejam eles artistas ou não, e que podem ser usados, em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras.* (DONDIS, 1997, p. 18)<sup>230</sup>

---

<sup>227</sup> DEBRAY, Régis. *Manifestos midiológicos*. Petrópolis: Vozes, 1995.

<sup>228</sup> *Ibid.* p. 190.

<sup>229</sup> *Ibid.* p.190.

<sup>230</sup> DONDIS, Donis A. *sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Souza (1998, p.3)<sup>231</sup> admite que, para dar significação à imagem, é comum transformá-la em signo lingüístico, reduzindo-a no conceito de linguagem e questionando sua arbitrariedade, imitação e referência. E há também a utilização do olhar técnico para identificar traços específicos como extensão, distância, cor, profundidade, sombra *etc.* que deixa de lado a materialidade da significação da imagem como discurso e abandona as interpretações sob o ponto de vista cultural, social e histórico.

Na realidade, **a imagem** informa, comunica e **constitui-se em um discurso** em si e também pode servir para sustentar discursos verbais.

Segundo Fausto Neto (1990, p.7)<sup>232</sup>, os discursos sofrem injunções de outros campos e os discursos dos vídeos em saúde sofrem injunções da informática, da pedagogia, da saúde, do rádio, do teatro, do jornalismo, do cinema e principalmente da televisão.

Verón, por sua vez, afirma que:

*Existem muitos tipos de discursos. O da publicidade ao de variedades, do discurso político ao da história em quadrinhos, do folhetim à entrevista, do discurso infantil aos debates, uma quantidade de linguagens se entrecrocaram e se combinam. Cada receptor será capaz de distinguir um dos outros, suas condições de identificação e conseqüentemente, sua legitimidade. (VERÓN, 1981, p. 169)<sup>233</sup>*

A comunicação é uma via de duas mãos. A informação, para ser transferida e comunicada, precisa do emissor e do receptor. Basicamente, receptor é o espectador, ou seja, o sujeito que vê a imagem, utilizando sua capacidade perceptiva e tendo o prazer do reconhecimento.

*Além da capacidade perceptiva, entram em jogo o saber, os afetos, as crenças, que, por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura). (AUMONT, 1999, p. 111)<sup>234</sup>*

O produtor ao elaborar o vídeo já pressupõe o seu receptor, o que influi na construção das representações presentes nos discursos.

Fausto Neto afirma que:

---

<sup>231</sup> SOUZA, Tânia C. Clemente de. Discurso e imagem: perspectiva de análise do não-verbal. *Ciberlegenda*, Niterói, n.1, 1998. <http://www.uff.br/mestcii/>. Acesso em: 19 ago. 2001.

<sup>232</sup> FAUSTO NETO, Antônio. O presidente da televisão. *Comunicação e Política*, São Paulo, v.9, n. 11, p. 7-27, Abr./Jun. 1990.

<sup>233</sup> VERÓN, Eliseo. *Construire l'événement*. Paris: Ed. De Minuit, 1981.

<sup>234</sup> AUMONT, *Op. cit.* p. 111.

*O receptor é imaginizado de maneira singular por diferentes “contratos de leitura” estabelecidos pelo campo da emissão no interior de um mesmo suporte. (FAUSTO NETO, 1992, p. 62)<sup>235</sup>*

Há vídeos que buscam convencer seus espectadores, mas os relacionados aos projetos de intervenção, por dirigirem-se a um público específico, na maioria das vezes, e por tratarem de um problema específico de saúde e de forma emergencial, acabam por empregar a persuasão. A diferença entre essas duas ações é a seguinte:

- O **ato de convencer** está diretamente ligado à razão do espectador por meio de um raciocínio lógico, com provas objetivas. Ele tem um caráter demonstrativo e atemporal e tem um público universal levando-o a certezas;
- O **ato de persuadir** busca a vontade e o sentimento do espectador por meio de argumentos plausíveis ou verossímeis. Ele tem um caráter ideológico, subjetivo e temporal e dirige-se a um público particular, levando-o a inferências.

O vídeo em saúde, via de regra, necessita de uma **narrativa**. Marc Vernet (1995, p. 106-107)<sup>236</sup> aborda a questão da narrativa, afirmando que, no texto literário, ela é constituída apenas pela língua. No cinema, assim como nos vídeos, acrescentamos nós, ela utiliza imagens, palavras, menções escritas, ruídos, música tornando a narrativa mais complexa. Vernet ainda subdivide a questão narrativa nos filmes em três partes: a história, a narrativa e a narração. Nos vídeos em saúde é possível utilizar a mesma divisão. Vejamos:

- A história – conteúdo narrativo, ou seja, a seqüência de acontecimentos;
- A narrativa fílmica – discurso imagético com todos os seus elementos, ou seja, imagens, palavras, escritos, ruídos, músicas;
- A narração – enunciação, ou seja, o ato de narrar e sua situação.

Esse tipo de narração tem diversos narradores com diferentes funções. O narrador é prioritariamente o diretor do vídeo. Ela assemelha-se a outras como, por exemplo, as

---

<sup>235</sup> FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, n.27., Jul. 1992.

<sup>236</sup> VERNET, Marc. Cinema e narração. In: AUMONT, Jacques, BERGALA, Alain, MARIE, Michel *et al.* *A estética do filme*. Campinas: Papyrus, 1995.

literárias e as teatrais. Para ter sustentação, a narração necessita de um conflito ou “intriga”, segundo Barthes (1990, p. 67)<sup>237</sup>, e, geralmente, apresenta os seguintes elementos:

- O sujeito - herói ou protagonista;
- O objeto - pessoa ou objeto da busca do herói;
- O destinador - quem estabelece a missão;
- O destinatário - quem recolherá o fruto da ação heróica;
- O oponente - quem prejudica o herói, ou seja, o vilão;
- O adjuvante - quem auxilia o herói.

O vídeo em saúde é, em parte, um vídeo de ficção por estar preso ao imaginário social, por constituir-se em um simulacro de situações.

A informação proporcionada pelo vídeo utiliza uma **retórica** que é parte da dialética e ambas assemelham-se no papel de argumentar. Há uma intenção na construção da informação. A principal função da retórica é **persuasão**. Ela, segundo Aristóteles, tem a capacidade de “discernir os meios de persuadir a propósito de cada questão”. (S.d., p.36)<sup>238</sup> Para Aristóteles, o discurso retórico deve deixar bem claro “o que fala, aquilo do que fala e aquele a quem fala”. (S.d., p.22)<sup>239</sup>

Hohlfeldt (2001, As origens ... p.79)<sup>240</sup> afirma que parte do que Aristóteles disse é encontrado na teoria comunicacional de Lasswell, (quem diz o quê, em que canal, a quem e com que efeitos). Mais tarde, ainda segundo Hohlfeldt (2001, As origens ... , p.79)<sup>241</sup>, os teóricos da Comunicação, Raymond Nixon e Wilbur Schramm acrescentariam à teoria de Lasswell os objetivos do emissor e as condições de recepção.

O discurso retórico é composto, basicamente, de silogismos para demonstrar fatos. Silogismo é uma **dedução** formal apresentada por premissas de modo a levar facilmente a uma conclusão. Por esse motivo, o silogismo é, em parte, **indução**. Os entimemas são

---

<sup>237</sup> BARTHES, *Op. cit.* p. 67.

<sup>238</sup> ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: TecnoPrint, s.d.

<sup>239</sup> *Ibid.* p. 22.

<sup>240</sup> HOHLFELDT, Antônio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: \_\_\_\_\_ ; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 61-98.

<sup>241</sup> *Ibid.* p. 79.

silogismos importantes porque se referem a assuntos conhecidos sobre os quais já existe uma opinião formada.

De acordo com Hohlfeldt (2001, p. 83)<sup>242</sup>, outras figuras da retórica são as **verossimilhanças** e os **sinais**. As verossimilhanças, como o próprio nome diz, são fatos semelhantes à verdade

Alguns conceitos da Lingüística, trabalhados para textos por Koch e Travaglia (1999)<sup>243</sup>, são apresentados a partir de agora, estabelecendo as devidas adaptações para melhor utilizá-los na construção das estratégias informacionais discursivas.

A **intencionalidade** tem um peso expressivo na produção do vídeo porque ela vai desde a intenção de estabelecer contato com o espectador até a de compartilhar opiniões ou a de provocar determinado comportamento ou ação por parte do espectador. O vídeo documentário, por exemplo, é uma construção intencional e uma ficção.

A intencionalidade estará presente na **argumentatividade**, ficando claro que não há argumentos neutros. O vídeo apresenta uma recriação do mundo com base na visão de mundo de seu produtor, expressa através da linguagem e da imagem. A maior força argumentativa está no uso da **comparação** que pode ser realizada em diversos níveis.

A **interação social**, estabelecida pela linguagem e pela imagem, é produzida pelo discurso e produz uma situação comunicacional. Ambas têm como base a argumentatividade, dotada de intencionalidade e de ideologia no seu sentido mais amplo. O ser humano, possuidor de razão e vontade, avalia, julga, critica e forma juízo de valor o tempo todo.

Como contraponto, a intencionalidade haverá a **aceitabilidade**. A comunicação é regida pela cooperação, ou seja, o produtor se esforça para ser entendido e o espectador procura o sentido do que está sendo mostrado.

A **inferência** é uma operação intelectual do espectador que estabelece uma relação entre o seu conhecimento de mundo e o conteúdo do vídeo que ele busca compreender. O equilíbrio entre a informação conhecida e a nova deve ser buscada. Se o vídeo apresentar

---

<sup>242</sup> HOHLFELDT, *As origens ... Op. cit.* p. 83.

<sup>243</sup> KOCH, Ingedore Villaça, TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 1999. *Passim*.

apenas informações novas, ele se tornará ininteligível. No entanto, se o vídeo apresentar apenas informações já conhecidas, ele se tornará redundante e não alcançará o seu propósito comunicacional.

O vídeo será menos informativo quanto mais previsível for a informação nele existente. Dito de outra maneira: quanto mais inesperada for a informação contida no vídeo, maior será o seu grau de **informatividade**, embora tal fato vá desencadear um esforço maior do espectador na decodificação da informação.

É preciso também que haja **contextualização** para facilitar a decodificação da mensagem apresentada no vídeo. Ela acontece de forma plena quando o conteúdo do vídeo relaciona-se não apenas com parâmetros “exteriores” a ele, mas principalmente quando se mostra como integrante inseparável desse contexto. Os elementos contextualizadores podem ser, entre outros, a data da ação e a localização do evento e podem contribuir também para uma narrativa perspectiva ou prospectiva.

A **coerência** oferece a possibilidade de estabelecimento de sentido ao conteúdo do vídeo por parte de seu espectador. O mundo apresentado no vídeo é um simulacro do mundo real. O seu produtor recria o mundo de acordo com seus objetivos, interesses e visão de mundo.

A **focalização** facilita a concentração do espectador. O produtor vai fornecendo pistas sobre o que está sendo focalizado, enquanto o espectador vai utilizando seus conhecimentos e crenças para entender o que está sendo mostrado. Quando ocorrem divergências na focalização, o estabelecimento de coerência fica prejudicado. A focalização está diretamente ligada à questão do conhecimento de mundo individual e do conhecimento partilhado.

A **coesão** significa a ligação que os elementos de um vídeo estabelecem entre si de maneira a formar nexos. O produtor utilizará esse conceito para construir o sentido desejado dentro do formato do vídeo (científico, didático, expositivo *etc.*).

Durante a exposição de informações em um vídeo, poderá ocorrer uma **intertextualidade**, uma vez que o processo cognitivo (produção/recepção) recorre a um conhecimento prévio de outras informações. Ela pode dar-se por meio do uso de informações paralelas, de músicas, de provérbios populares *etc.*

### 9.1.3 – Estratégias informacionais cognitivas

As estratégias informacionais cognitivas, em sua criação e uso, observam conceitos e modelos obtidos, principalmente, no campo da Cognição e atuam na percepção da informação pelo indivíduo. Destacados, em negrito, estão alguns deles.

A Cognição tem sua origem na Filosofia de Platão, com sua teoria sobre o mundo das idéias e na de Aristóteles, contrariando seu mestre com sua teoria sobre as idéias nos indivíduos. Mais tarde, com a separação entre a Filosofia e a Psicologia, a Cognição tornou-se um campo com diversos pontos de vista sendo, portanto, trabalhada por áreas que passaram a ser conhecidas como as ciências cognitivas. Essas ciências descrevem, explicam, simulam a capacidade do espírito humano com base no raciocínio, percepção, coordenação motora e planificação. São elas: a Linguística (semântica cognitiva), a Antropologia, as Neurociências, a Lógica Matemática, a Educação, a Informática e Inteligência Artificial e, aqui, acrescentaríamos a Ciência da Informação.

A Cognição estuda a extração, estocagem, processamento, recuperação e utilização de informações, incluindo, portanto, memória, linguagem, pensamento, assim como a imaginação, segundo Ulric Neisser (1967)<sup>244</sup>, um autor clássico da área da Cognição que influenciou autores da Ciência da Informação.

O conceito de **consciência**, como instância biológica e social, dá sentido aos estímulos que atingem o indivíduo. A Psicologia Cognitiva recupera esse conceito, que passou a ser visto como fator relevante para a organização e coordenação do comportamento e na significação do que acontece no mundo.

As mensagens transmitidas pelo vídeo podem despertar um estado emocional que influenciará na resposta dada pelo receptor. Mas as **emoções** só podem ser utilizadas em algumas situações.

As estratégias vêm tentando atuar sobre os fatores cognitivos, por serem eles adquiridos por meio de um **processo de socialização** e por apresentarem influências relevantes no comportamento humano.

---

<sup>244</sup> NEISSER, Ulric. *Cognitive psychology*. New York: Meredith, 1967.

Acredita-se que também os **processos íntimos** do indivíduo, coerentes com sua vida, atuam no seu comportamento. Como exemplos desses processos são apontados: necessidades, impulsos, crenças, interesses, ansiedades, temores, valores, opiniões e atitudes entre outros, citados por psicólogos. Quando ocorre alguma incoerência nesses processos, aparece uma dissonância cognitiva que vai gerar um estímulo ou impulso para mudar a ação e retornar à coerência.

**Necessidade e impulso**, segundo a Psicologia, influenciam o comportamento. A necessidade é, basicamente, identificada como um estado de privação. A falta ao organismo, por exemplo, de comida e água transforma-se em uma necessidade. Esta privação produzirá, para satisfazê-la, um impulso, que é uma manifestação súbita e irrefletida.

Os **estímulos**, vindos do ambiente externo, são recebidos e percebidos pelos sentidos e as respostas serão dadas pelas características do organismo que as modelam, fazendo surgir algum comportamento. Existem fatores que intervêm de acordo com algumas características genéticas, assim como existem fatores que podem estar baseados na aprendizagem. Portanto, um conjunto de fatores adquiridos ou pré-existentes pode compor a estrutura cognitiva do indivíduo. Os estímulos encorajam, atuam dentro de um tempo próprio.

A produção de comportamento, no sentido de organização de conduta e interação social, tem como fator relevante a cognição. O comportamento está vinculado a um **processo de condicionamento**. É o que ocorre quando um estímulo neutro é associado a um estímulo não condicionado transformando-se em estímulo condicionado. Por exemplo, para matar a sede (necessidade), é recomendável tomar líquido (estímulo ou impulso), mas a escolha entre um refrigerante e um copo d'água dependerá de um processo de condicionamento, afirmam Holland e Skinner. (1975)<sup>245</sup>

Existe a ação concreta produzida pelo organismo do indivíduo e existem outras ações produzidas por diferentes motivos como, por exemplo, as de **interesse**.

*Até mesmo um comportamento que dê a impressão de ser inteiramente intelectual, como, por exemplo, a resolução de problemas ou a*

---

<sup>245</sup> HOLLAND, James Gordon; SKINNER, Burrhus Frederick. *A análise do comportamento*. São Paulo: EPU, 1975.

*computação matemática, deve englobar, obrigatoriamente, alguns aspectos de interesse e cooperação. Sem alguma motivação, o esforço exigido para aquele comportamento não poderia ser feito. (FURTH, 1974, p. 32)<sup>246</sup>*

A experiência de vida registrada na **memória** pode ser um instrumento da cognição para os conteúdos dos vídeos em saúde. Segundo Peixoto:

*Os filmes [e os vídeos] produzem este efeito de ativar a memória, nos dando essa sensação confusa de (re)viver situações que foram registradas ao longo da vida. (PEIXOTO, 2001, p. 173)<sup>247</sup>*

A **percepção**, de acordo com a teoria cognitivista baseada no construtivismo, é uma construção elaborada a partir de esquemas mentais com dados obtidos pelos órgãos dos sentidos. Ela também é baseada no saber, nos sentimentos e nas crenças do indivíduo que, por sua vez, tem uma ligação com uma classe social, época ou cultura. Há casos, no entanto, em que a imagem rompe barreiras e torna-se “transhistórica”, intercultural e atemporal, fazendo-se perceptível por um grande número de espectadores.

*Reconhecer o mundo visual em uma imagem pode ser útil, além de proporcionar também um prazer específico. (AUMONT, 1999, p. 83)<sup>248</sup>*

De acordo com Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 293)<sup>249</sup>, a **persuasão**, como estratégia cognitiva, é um produto de aprendizagem. Ela tem como essência alterar o funcionamento psicológico de indivíduos para que reajam ostensivamente ante a informação, gerando comportamentos desejados ou sugeridos pelo comunicador.

**Valores culturais** são outros componentes que podem colaborar na previsão das ações e reações dos membros de um grupo social após uma transferência de informação.

Lançar mão de **representações sociais** que circulam no cotidiano e que integram o senso comum é uma ação estratégica. Para Moscovici, teórico da Psicologia Social, representar não é simplesmente duplicar ou reproduzir algo, mas reconstruir, retocar e modificar algo dentro de um contexto.

---

<sup>246</sup> FURTH, Hans G. *Piaget e o conhecimento*. Fundamentos teóricos. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1974.

<sup>247</sup> PEIXOTO, Clarice Ehlers. Memória em imagens: uma evocação do passado. In: KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (Org.). *Imagem e memória*. Ensaios em antropologia visual. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. p. 173-186.

<sup>248</sup> AUMONT, *Op. cit.* p.83

<sup>249</sup> DEFLEUR; BALL-ROKEACH, *Op. cit.* p. 293

*Uma representação social é a organização de imagem e linguagem, porque ela realça e simboliza atos e situações que nos são comuns. (MOSCOVICI, 1978, p. 25)<sup>250</sup>*

O **conhecimento** difundido através do conteúdo informacional dos vídeos em saúde estabelece uma estreita relação com o comportamento do indivíduo à medida que modela suas ações. Segundo Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 159)<sup>251</sup>, “uma das mais significativas conseqüências do saber é a escolha entre alternativas de comportamento”.

*A noção de assimilação por um lado implica a noção de significação e por outro expressa o fato fundamental de que todo conhecimento está ligado a uma ação e de que conhecer um objeto ou um acontecimento é assimilá-lo a esquemas de ação. (PIAGET, 1978, p. xi)<sup>252</sup>*

Neisser<sup>253</sup> sustenta que a previsão do comportamento, quando possível, não é uma questão psicológica. Ele considera possível prever e controlar o comportamento através do conhecimento do nível de informações disponível pelo sujeito, mas, segundo ele, ela se dá com eficácia quando há condições especiais, em ambientes extremamente fechados onde as opções de escolha forem muito reduzidas. Não há como se prever ou controlar-se o comportamento humano quando o sujeito possui um vasto conhecimento que pode gerar inúmeras opções ou alternativas, ainda que o indivíduo esteja sob normas e regras consagradas. Também não será possível prever o comportamento de um indivíduo em um ambiente aberto e extremamente complexo. Resta a afirmativa que diz que o conhecimento dá liberdade ao sujeito e torna imprevisíveis suas ações.

Autores como Miller, Galanter e Pribram<sup>254</sup> trouxeram contribuições para a Psicologia Cognitivista, fazendo observações sobre a clara influência da Teoria da Informação na natureza do conhecimento. O conhecimento seria um conjunto de informações sobre o mundo, possibilitando uma redução do estado de incerteza ou de

---

<sup>250</sup> MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

<sup>251</sup> DEFLEUR; BALL-ROKEACH, *Op. cit.* p. 159.

<sup>252</sup> PIAGET, Jean. *A epistemologia genética; sabedoria e ilusões da filosofia; problemas de psicologia genética*. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Os pensadores, 12).

<sup>253</sup> NEISSER, Ulric. *Cognition and reality*. San Francisco: Freeman, 1976. Cap .9.

<sup>254</sup> MILLER, George Armitage; GALANTER, Eugene; PRIBRAM, Karl H. *Plans and structure of behaviour*. New York: Holt, 1960.

entropia<sup>255</sup> existente no sujeito. A Psicologia Cognitiva destaca o papel ativo do sujeito e não apenas o receptivo e reativo como fazia a Psicologia Empirista e Positivista.

De acordo com González de Gómez (1994, p. 148)<sup>256</sup>, o que dá significado a conteúdos (textos e, por analogia, imagens) são os “processos cognitivos e comunicacionais de indivíduos, grupos coletivos de ação, em suas singularidades temporais e culturais”.

#### 9.1.4 – Estratégias informacionais socioculturais

As estratégias informacionais socioculturais são construídas a partir de conceitos e modelos extraídos da Sociologia, da Antropologia, entre outras áreas, e atuam na contextualização da informação. Alguns deles são aqui apresentados, em negrito, como exemplos.

A estratégia que atua na informação por meio do campo sociocultural parte do conhecimento da realidade da vida cotidiana do espectador do vídeo em saúde, de suas necessidades, comportamento, interação e expectativa social para auxiliar a transferência da informação.

Nas intervenções ocorridas na área da saúde que utilizam o vídeo, pode ocorrer resistência ao conteúdo dele, ou seja, pode haver uma não-aceitação do que é comunicado por conta da diversidade de valores culturais do receptor ou pela descontextualização desse conteúdo. A resistência é parte do processo político e cultural dessa forma de comunicar.

Na nossa sociedade, o conceito de cidadania é ampliado, proporcionando, por meio do **direito à informação**, a criação de novos discursos com significância mais dirigida para as causas sociais. Há um aumento na qualidade de vida pela mediação de informações entre os indivíduos e o atendimento à reivindicação de alguns de seus direitos. Uma consciência social está sendo desenvolvida e vem influenciando na formação de políticas públicas que

---

<sup>255</sup> Entropia (do grego *entropié* que significa volta, retorno) é a quantidade termodinâmica que mede o nível de degradação da energia de um sistema. Por analogia, designa a medida de desordem de um sistema. Significa a extinção e a “morte”, por perda de energia, do universo.

<sup>256</sup> GONZÁLES DE GÓMEZ, Maria Nélide. de Além do estado e do mercado: a busca de novos parâmetros de institucionalização da informação. *Revista do Serviço Público*, Rio de Janeiro, v.118, n.3, p. 143-151, Set./Dez. 1994.

articulem Estado e Sociedade do ponto de vista instrumental e da democratização no campo da saúde.

*O direito à informação [é] uma categoria em processo de configuração, situada na fronteira entre o direito de comunicação (liberdade de expressão e de pensamento) e o direito de educação (aprendizagem do conhecimento acumulado, do saber estocado).*(MELO, 1986, p. 89)<sup>257</sup>

Essas podem ser algumas das causas do crescimento da produção de vídeos em saúde como meio informacional associada à campanhas promovidas pelo Ministério da Saúde e outras instituições públicas da área.

O indivíduo está ligado às suas necessidades biológicas, mas também às suas **necessidades sociais**, frutos da estrutura de um ambiente social. Como exemplos desse tipo de necessidade podem ser citadas: necessidade de realização, de aprovação social, de nutrição, de divertimento, de ordem, de cobiça, de respeito. As necessidades sociais podem ser acirradas ou minimizadas, entre outros fatores, por informações, que também se constituem em necessidades sociais. As tecnologias e as informações acabam por influir na formação da personalidade dos indivíduos e integram, simbolicamente, uma busca da satisfação de necessidades e desejos humanos.

Uma grande parte do acervo de conhecimento é formado por receitas para resolver problemas de rotina. A validade do conhecimento da vida cotidiana é certa até nova ordem, isto é, até surgir um problema que não pode ser resolvido nos termos por ela oferecidos.

Para melhor entender o comportamento de um indivíduo na sociedade, é preciso recorrer às Ciências Sociais que afirmam, de maneiras divergentes, que o comportamento, na maior parte das vezes, é produzido por elementos fora do indivíduo. Por exemplo: a Antropologia vê a cultura como responsável pelo comportamento humano; a Ciência Política considera a estrutura de governo e a forma de exercício do poder como formadoras do comportamento humano; a Sociologia observa a organização social e sua influência no comportamento dos elementos de uma sociedade. Tais ciências contribuem para o entendimento da ação humana.

---

<sup>257</sup> MELO, José Marques de. *Comunicação: direito à informação*. Campinas: Papyrus, 1986.

Segundo Berger e Luckmann (1993)<sup>258</sup>, o indivíduo partilha a realidade da vida cotidiana com outros. Estar face a face com o Outro é o protótipo da **interação social**, uma situação altamente flexível, sendo vulnerável à interferência desse Outro de uma maneira mais ostensiva do que, por exemplo, na interação do indivíduo com o outro indivíduo que lhe diz algo por meio dos vídeos.

A comunicação simbólica entre os indivíduos e o relacionamento deles com a natureza formam no tempo (história) e no espaço (territórios específicos) identidades culturais. A tecnologia, hoje, desempenha um papel de interação entre identidades biológicas e culturais dos indivíduos em seus ambientes sociais e naturais. Tal interação, por ser um processo social, é estruturada historicamente.

Observar as expectativas sociais do grupo no qual a ação do vídeo deve ocorrer e propor condutas adequadas às definições culturais desse grupo é também um elemento estratégico. A **cultura** e a **organização social** são, por vezes, obstáculos para mudanças de comportamento. Campanhas informativas obtiveram resistência à mudança comportamental devido a práticas culturais institucionalizadas.

Rogers (1995, cap. 1)<sup>259</sup> relata o caso de uma agente de saúde informando aos membros de uma tribo de índios no Peru sobre a necessidade de ferverem a água a ser consumida por todos para não contraírem cólera. Na tribo, estava estabelecido, por tradição cultural, que as pessoas doentes eram as que bebiam água fervida e não as que estavam com saúde. Quando a agente quis explicar o motivo de sua indicação, fez uma explanação sobre bactérias na água não fervida, os índios consideraram que o tamanho dos micróbios impossibilitaria um ataque a eles que eram infinitamente maiores e resolveram, então, não acatar a sugestão que lhes estava sendo feita.

A **construção de significados**, relacionada à cultura e ao contexto social, é utilizada na formação dos discursos e narrativas, que, em tempos idos, tiveram expressão pictográfica e oral, depois manuscrita e impressa. Hoje, junto às outras expressões, a

---

<sup>258</sup> BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. Os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana. In: \_\_\_\_\_. *A construção social da realidade*. Tratado de sociologia do conhecimento. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 1993. Cap.1. *Passim*.

<sup>259</sup> ROGERS, Everett Mitchell. *Diffusion of innovation*. New York: Free Press, 1995.

construção de significados dos discursos e narrativas utiliza a imagem transmitida, entre outras formas, pelo vídeo.

As representações estão presentes na construção de significados. Chartier, estudioso da história cultural, ao se reportar às práticas de leitura utiliza um conceito de **representações sociais** semelhante ao utilizado pelos vídeos. Para ele:

*As representações do mundo social, embora aspirem à universalidade, são sempre determinadas pelos interesses de grupos que as forjam. Daí o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem os utiliza. (CHARTIER, 1988, p. 17)*<sup>260</sup>

A Sociologia esclarece os fundamentos do conhecimento na **vida cotidiana**, onde as significações constroem o mundo intersubjetivo do senso comum e a consciência dos indivíduos.

A consciência é capaz de mover-se através de diferentes esferas da realidade. Ela é capaz de identificar a diferença entre as pessoas no cotidiano, no trabalho, e as pessoas presentes nos sonhos. Berger e Luckmann (1993, p. 37)<sup>261</sup> afirmam que entre as múltiplas realidades, há uma que se apresenta como sendo a principal: é a da vida cotidiana. Ela é ordenada, com fenômenos previamente dispostos em padrões aparentemente independentes da forma de apreensão. É como se os objetos que a integram existissem antes de entrada do indivíduo em cena. Tal realidade está organizada em torno do “aqui e agora”, mas não se esgota nessas presenças imediatas.

Outras realidades, como as brincadeiras de criança, o teatro, a religião, o vídeo, aparecem como campos com limites de significação, exceções dentro da realidade dominante (vida cotidiana) que têm diversos significados e experiências ilimitadas. A realidade dominante - a vida cotidiana - envolve as outras realidades fazendo com que o indivíduo retorne a ela.

Nos dias de hoje, a tecnologia faz com que a realidade referencial seja, para muitos, virtual, uma espécie de tele-realidade. Existe uma variedade de técnicas e tecnologias que simulam a realidade física ou histórica. A sensação do virtual é igual à tomada de consciência do indivíduo no mundo real. O vídeo é uma vida paralela, construída por meio

---

<sup>260</sup> CHARTIER, Roger. *A história cultural. Entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

<sup>261</sup> BERGER; LUCKMANN, *Op. cit.* Cap. 1.

de uma relação afetiva a partir de uma identificação do espectador com o conteúdo do vídeo.

A vida cotidiana apresenta ainda diferentes graus de aproximação e distância, de **espaço e tempo**. Em termos de espaço, a zona da vida cotidiana mais próxima é a acessível à manipulação corporal. A atenção a esse mundo é principalmente determinada pelas ações passadas, presentes ou futuras. O interesse por zonas distantes é menos intenso e menos urgente.

O tempo da realidade diária é contínuo e finito. Toda a existência do indivíduo no mundo é ordenada pelo tempo. O tempo já existia antes de ele nascer e continuará a existir depois que ele morrer. A estrutura temporal fornece historicidade, determinando a situação do indivíduo no mundo da vida cotidiana e impondo-se na sua biografia.

### 9.1.5 – Estratégias Informacionais de Poder

As estratégias informacionais de poder são estabelecidas a partir do lugar de fala de quem transfere a informação. Elas se constituem por meio do próprio discurso, da imagem, do contexto social dentro de um tempo e um espaço histórico. Elas atuam na imposição ou legitimação da informação.

O poder é o processo que estabelece a vontade de alguns indivíduos sobre outros, em relações com base na produção e na experiência, utilizando a violência física ou simbólica. As instituições sociais, entre elas o Estado, são constituídas para o poder. Elas determinam os tipos de relações sociais em períodos históricos, difundindo esse poder de forma a penetrar nos indivíduos, instalando neles, por vezes, uma estrutura rigorosa de deveres formais e agressões informais e gerando em tais indivíduos ações de poder em escala menor nas suas atividades rotineiras. Fica assim estabelecida a microfísica do poder, segundo a conceituação de Michel Foucault. (2003, p.34)<sup>262</sup>

---

<sup>262</sup> FOUCAULT (2003) *Op. cit.* p. 34.

Martino (2001, p. 18-19)<sup>263</sup> buscou na Antigüidade as relações de poder estabelecidas por meio da comunicação. Vejamos:

Ao deus grego Hermes eram concedidos dois atributos: o da **comunicação** (poder de falar, convencer e persuadir) e o do comércio. Não bastava, na Grécia Antiga, apenas transportar mercadorias. Era necessário negociá-las por meio de um discurso que persuadisse os fregueses. O comércio, como instituição social, provocou a necessidade de contato com outros povos e foi necessário trocar uma prática comunicacional espontânea para uma prática mais racional, voltada para um mercado/cliente específico.

Assim, essa prática social interpessoal passou a ser coletiva (um povo relacionando-se com outro) e uma estratégia de poder. Uma cultura impunha-se a outra. A cultura é um processo de comunicação, na medida em que transmite de geração a geração valores diversos. O homem, célula de um povo, é da ordem do simbólico e é um ser de comunicação em relação a si próprio, na construção de sua subjetividade, e em relação aos outros.

“**Informação é poder**”. Um dos meios informacionais de maior destaque é a informática, seguida pela televisão, onde são veiculados alguns vídeos. Ambas utilizam-se de redes que tanto libertam quanto aprisionam e são instrumentos do poder.

Os indivíduos, seus grupos e a sociedade à qual eles pertencem estão presos a **redes de comunicação**, das quais o vídeo faz parte. As redes de comunicação atuam controlando e determinando as estratégias de distribuição de informação de maneira a induzir indivíduos a agir conforme seu desejo.

Segundo Raffestin (1993, p. 209)<sup>264</sup>, “as redes não são somente a exibição do poder, mas são ainda feitas à imagem do poder”. Esse mesmo autor, ainda ao tratar da relação rede e poder, utiliza o conceito de circulação para a transferência de seres e bens e o conceitocomunicação para a transferência da informação. Para Raffestin (1993, p. 202)<sup>265</sup>,

---

<sup>263</sup> MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p.11-25.

<sup>264</sup> RAFFESTIN, Claude. As redes e o poder. In: \_\_\_\_\_. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993. p.209.

<sup>265</sup> *Ibid.* p. 202.

“a verdadeira fonte de poder deve ser procurada bem mais na comunicação que na circulação”.

No caso dos vídeos em saúde, o emprego de estratégias de poder está intrínseco na sua produção, que é, em sua maioria, responsabilidade de instituições de saúde da esfera governamental (ver Anexo III), detentoras do poder formal, ratificado pelo uso do simbolismo e pelo discurso competente.

Os vídeos fazem parte, por vezes, de campanhas dirigidas à população e projetos de intervenção social de maneira a corroborar políticas de saúde estabelecidas por organismos governamentais ignorando, com frequência, as demandas da sociedade.

O **discurso científico**, presente nos vídeos em saúde, é tido como competente e como uma forma de poder. Chauí afirma que:

*Discurso competente é a ciência como saber separado e como coisa privada, como instrumento de dominação no mundo contemporâneo. O discurso competente se instala e se conserva [declarando que] não é qualquer um que pode dizer qualquer coisa a qualquer outro em qualquer ocasião e em qualquer lugar. (CHAUI, 1982, p.1)*<sup>266</sup>

Ainda pode-se definir o discurso da educação como discurso competente, proclamado pelo educador, na qualidade daquele que conhece ou sabe mais. Sobre educação como estratégia informacional, falaremos adiante.

Por outro lado, o vídeo como elemento de comunicação e informação, também segundo Chauí (1982, p.2)<sup>267</sup>, ganha respeitabilidade no espaço da opinião pública por meio da **noção de competência**, diretamente relacionada a quem comunica e informa.

Foucault (1987, p. 58)<sup>268</sup> indaga sobre quem fala. Ele também pergunta quem recebe essas falas ou quem lhes atribui a noção de verdade, indagando sobre o *status* dos indivíduos que têm o direito regulamentar ou tradicional definido juridicamente ou aceito espontaneamente de proferir discursos. Sobre isso, esta tese coloca a questão do *status* do profissional da saúde a quem é atribuídos a competência e saber para proferir discursos (produzir vídeos) sobre essa área, de acordo com o que diz Foucault:

---

<sup>266</sup> CHAUI, Marilena. *Cultura e democracia*. O discurso competente e outras falas. São Paulo: Moderna, 1982.

<sup>267</sup> *Ibid.* p. 2.

<sup>268</sup> FOUCAULT (1987), *Op. cit.* p. 58.

*Esse status dos médicos é, em geral, bastante singular em todas as formas de sociedade e de civilização: ele não é, quase nunca, um personagem indiferenciado ou intercambiável. A fala médica não pode vir de quem quer que seja: seu valor, sua eficácia, seus próprios poderes terapêuticos e, de maneira geral, sua existência como fala médica não são dissociáveis do personagem, definidos por status, que tem o direito de articulá-lo, reivindicando para si o poder de conjurar o sofrimento e a morte. (FOUCAULT, 1987, p. 58)<sup>269</sup>*

Foucault<sup>270</sup> lembra, no entanto, que é importante descrever os lugares institucionais onde o médico legitima e aplica seus discursos, assim como observar a posição do sujeito que ouve (ou vê, como no caso dos vídeos), questionando o discurso a partir de um determinado domínio de informação já adquirida.

O poder é exercido através das **relações sociais** mediadas por comunicação de informações. O domínio sobre a informação, quando alcançado, é mantido, segundo Frohmann (1995, p. 3)<sup>271</sup>, por grupos específicos que o utilizam para a dominação. Mas ainda assim, algumas informações sofrem resistência ao serem comunicadas a determinados grupos e em determinadas ocasiões.

Uma relação de poder é imediatamente estabelecida no momento em que alguém (instituição, governo, pesquisador *etc.*) resolve produzir um vídeo (discurso competente) para aqueles que necessitam (presumivelmente os que não conhecem) da informação nele veiculada.

A questão comunicacional dos vídeos em saúde apresenta uma dificuldade que envolve a visão distorcida da classe dominante sobre a compreensão do mundo pela classe subalterna. Segundo Valla, as pessoas pobres e humildes:

*[...] são capazes de produzir conhecimento, são capazes de organizar e sistematizar pensamentos sobre a sociedade, e, dessa forma, fazer uma interpretação que contribui para a avaliação que nós fazemos da mesma sociedade. (VALLA, 2000, p.12)<sup>272</sup>*

---

<sup>269</sup> FOUCAULT (1987), *Op. cit.* p. 58.

<sup>270</sup> *Ibid.* (1987). p. 58.

<sup>271</sup> FROHMANN, Bernd. Taking information policy beyond Information Science applying the actor network theory. *In: ANNUAL CONFERENCE OF CANADIAN ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE*, 23., 1995, Edmonton. *Proceedings*. Alberta, [s.n., 1995?].

<sup>272</sup> VALLA, Victor Vincent. Educação e saúde do ponto de vista popular. *In: \_\_\_\_\_* (Org.). *Saúde e educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000. p. 11-32.

Essa parcela da população elabora seus saberes a partir de vivências, de experiências concretas vividas à sua maneira que são distintas, por exemplo, das maneiras dos produtores de vídeos e profissionais de saúde. Esses saberes não são inferiores, mas, sim, diferentes.

Lembramos que o conhecimento se estabelece por sua circularidade na sociedade. Ginzburg, em seu livro *O queijo e os vermes*, ao relatar como o moleiro Menocchio elaborou suas idéias a partir de idéias das classes superiores, construiu o seguinte conceito de **circularidade**:

*Circularidade [é] um relacionamento circular feito de influências recíprocas, que se [move] de baixo para cima, bem como de cima para baixo, [isto é], entre a cultura das classes dominantes e a das classes subalternas. (GINZBURG, 1987, p.13)<sup>273</sup>*

Santos ressalta o valor do senso comum ao declarar que:

*A ciência pós-moderna tenta dialogar com outras formas de conhecimento. Dentre elas o conhecimento do senso comum, que orienta o nosso dia-a-dia é reabilitado e algumas de suas virtualidades enriquecem a relação dos indivíduos com o mundo. (SANTOS, 2001, p. 56)<sup>274</sup>*

O pesquisador Victor Vincent Valla (2000, p.1)<sup>275</sup>, da Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ENSP) da FIOCRUZ, em entrevista a Bardanachvili (2000, p.1), publicada no *Jornal do Brasil*, analisa as condições de vida e, especificamente, as de saúde das classes populares, afirmando que o risco que se corre é o de transformar a **educação em saúde**, seja ela sob que forma for, em “domesticação” se não houver uma troca informacional entre produtores e receptores de informação nessa área, ou seja, se o conhecimento dos receptores sobre o tema do vídeo não for respeitado.

---

<sup>273</sup> GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

<sup>274</sup> SANTOS, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as ciências*. 12.ed. Porto: Afrontamento, 2001.

<sup>275</sup> VALLA, Victor Vincent. País ignora discurso e modo de vida das classes populares. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 25 Jun. 2000. Cad. Educação & Trabalho. Entrevista concedida a Eliane Bardanachvili.

### 9.1.6 – Estratégias informacionais educacionais

As estratégias informacionais educacionais são construídas a partir de conceitos e modelos obtidos da Educação e atuam na formação dos indivíduos pela informação.

A Educação integra a formação do ser humano para a vida individual e em sociedade e colabora na renovação social e humana. Ela é necessária e decorrente ao mesmo tempo do ato de viver em grupo, estando fortemente ligada à Comunicação. Ela mune o indivíduo com informações, proporcionando-lhe senso crítico e desenvolvendo capacidades para resolver problemas. Aprender significa saber como agir. A Educação fornece estratégias que facilitam a transferência de informações para o indivíduo e seu grupo.

Todo projeto de intervenção social da área da saúde, visando a prevenção de doenças e a promoção da saúde, é importante porque, por meio deles, é possível reduzir os índices de infestações de doenças nas áreas urbanas e rurais, impedindo que se transformem em epidemias, e melhorar a qualidade de vida e educar o indivíduo e seu grupo.

Mas nem sempre isso ocorre, porque é necessário que a população tenha um nível educacional suficiente para assimilar as informações que, por sua vez, devem ser transmitidas da maneira adequada a essa população.

Os vídeos estão sendo produzidos e usados com fins pedagógicos em grande quantidade, mas com poucos critérios para sua avaliação quanto à produção e recepção. Dondis (1997, p.16-17)<sup>276</sup> considera que não existe, no gênero didático, a possibilidade de uma horizontalidade de discursos porque sempre haverá um discurso dominante. Fazendo uma analogia com o texto verbal, tal autor observa que poucas pessoas seriam capazes de perceber erros nos textos imagéticos do mesmo modo que podem observar nos textos verbais.

---

<sup>276</sup> DONDIS, *Op. cit.* p.16-17.

As idéias de Paulo Freire (FREIRE, 1983 *apud* WALLERSTEIN; BERNSTEIN, 1988, p.381)<sup>277</sup> são muito utilizadas na educação em saúde. Partindo de um problema da comunidade, devem ser utilizados métodos de ensino ativo e engajamento dos participantes na **determinação de suas próprias necessidades e prioridades**.

Muitas ações de educação em saúde consideram que os indivíduos podem tomar decisões com informação recebida, habilidade e esforço. Freire acredita que o conhecimento não advém de especialistas inculcando suas informações. Ele enfatiza que o conhecimento coletivo emerge do grupo ao passar por **experiências** e entender as influências sociais que afetam suas vidas.

Para Freire, o papel do educador em saúde é fornecer **informação** depois de o grupo progredir na reflexão sobre o tema focado. Assim, no lugar de impor suas idéias, o educador estará contribuindo com mais um elemento para a discussão com o grupo; tal elemento será absorvido ou não pelo grupo e, conseqüentemente, poderá ser aceito ou não para ser incorporado à solução do problema. Fica estabelecido o diálogo, daí o nome de dialogismo a essa forma de agir.

Dentre as experiências que utilizaram as idéias de Freire, está o Programa de Prevenção contra Abuso de Substâncias Alcoólicas (*The Alcohol Substance Abuse Prevention Program - ASAP*) da Escola de Medicina da Universidade do Novo México. O programa, que tem por objetivo reduzir o excesso de morbidade e mortalidade entre jovens alcoólatras, estudantes pobres e de diversas etnias, utiliza vídeos como elementos de discussão sobre alcoolismo. Os jovens fazem analogias entre o conteúdo dos vídeos e suas vidas, assim como propõem modos de agir para as personagens, apontando problemas e soluções. Seria inviável apresentar um vídeo, por exemplo, em idioma desconhecido pelo grupo; com uma abordagem filosófica e intrincada sobre o problema; com personagens e ambiência de culturas distantes. O vídeo é bem mais proveitoso se tiver a **linguagem identificável** pelos que assistem a ele; apresentar o problema de maneira clara e adequada; referir-se a jovens com vidas semelhantes a dos que o vêem; enfim, se for mais estratégico.

---

<sup>277</sup> FREIRE, Paulo. Education for critical consciousness. New York: Continuum Press, 1983 *apud*. WALLERSTEIN, Nina; BERNSTEIN, Edward. Empowerment education: Freire's ideas adapted to health education. *Health Education Quarterly*, New York, v.12, n.4, p.379-394, Winter 1988.

A Teoria de Modelagem ou de **modelos para a conduta**, estabelecida por Bandura<sup>278</sup> e alguns colegas na década de 1960, nos EUA, é parte da Teoria de Aprendizagem Social. Esta tese faz o resgate dessa teoria por entender que existe coerência em seus pressupostos e afinidade com o tema desenvolvido. Essa teoria afirma que a descrição da vida social está sempre na mídia (vídeo) que retrata pessoas reais. Portanto, o que é apresentado em um vídeo sobre saúde pode ser identificado e assimilado pelo espectador de forma a lhe trazer respostas a questões suas que desencadearão ações semelhantes por parte dele em situação análoga. O comportamento do espectador pode ser alterado obedecendo à seguinte seqüência:

- O indivíduo observa uma pessoa, da vida cotidiana ou uma personagem do vídeo, envolvida em uma determinada ação;
- O indivíduo identifica-se com a pessoa ou personagem mostrada no vídeo, quer inconscientemente ser igual a ela e toma-a como um modelo digno de ser imitado;
- O indivíduo percebe que a ação desempenhada pela pessoa ou personagem observada no vídeo é funcional;
- Em um momento posterior, o indivíduo se depara com uma situação semelhante no seu dia-a-dia e recorda a ação da pessoa ou personagem observada no vídeo;
- O indivíduo reproduz a ação da pessoa ou personagem observada no vídeo e isso lhe dá alívio, recompensa ou satisfação;
- A partir do sucesso da ação imitada, o indivíduo repetirá essa ação em futuras situações análogas, incorporando-a no seu modo de viver.

Uma experiência, realizada pela pesquisadora Sousa (2001, p.41)<sup>279</sup>, mostra que, nem sempre, o vídeo alcança seu objetivo na Educação em Saúde. Com a devida aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da instituição (FIOCRUZ) onde a pesquisadora atuava foi utilizado o vídeo sobre o uso de camisinha (*Transas do Corpo* – 1986) numa sala de espera em um Centro de Saúde do Rio de Janeiro.

---

<sup>278</sup> BANDURA, Albert. *Social learning theory*. <http://www.hfni.gsehd.gwu.edu/~tip/bandura.html/>. Acesso em: 30 out. 2000.

<sup>279</sup> SOUSA, *Op. cit.* p. 41.

O tema, o vídeo e a forma de observação das espectadoras em potencial foram propostos pelos profissionais de saúde sem, no entanto, a participação dos agentes de saúde, integrantes da comunidade assistida pelo Centro de Saúde. A pesquisa constituiu-se de exibição do vídeo e entrevistas com as mulheres que assistiram a ele. Foram realizadas treze apresentações do vídeo no período de 7h às 18h de um só dia com a média de dezessete pessoas como público de cada apresentação, sendo doze mulheres e cinco homens. As mulheres, espectadoras do vídeo, eram de baixa renda e de baixo nível de escolaridade. Elas declararam que têm acesso à informação pela televisão a que assistem diariamente. Deram a perceber que possuem pouco interesse e pouca prática em leituras de um modo geral.

A maioria achou que não aprendeu nada com o vídeo e atribuiu esse fato ao local inadequado (sala de espera), ao desinteresse e por já conhecer o assunto abordado (uso da camisinha). Foi considerado que seria melhor terem assistido ao vídeo numa sala fechada para evitar o barulho, o constrangimento da presença de homens face ao tema abordado, além da preocupação com a chamada para a consulta médica. Segundo Sousa:

*Qualquer proposta educativa depende de tempo, planejamento e motivação. Tanto clientes como profissionais estão presos a outras demandas de cuidados de saúde e de sua sobrevivência. (SOUSA, 2001, p. 42).<sup>280</sup>*

A pesquisa indicou que “a educação é uma demanda, mas não é prioridade”. O **interesse dos espectadores** em soluções para seus problemas é importante. Portanto, uma enquete, sobre temas relacionados a problemas dessas mulheres, ajudaria a escolha do vídeo e sua exibição teria sucesso garantido, dado o interesse das espectadoras.

---

<sup>280</sup> SOUSA, *Op. cit.* p. 42.

### 9.1.7 – Estratégias informacionais técnicas

As estratégias técnicas são construídas a partir dos recursos técnicos dos equipamentos de vídeo. Elas atuam na transferência da informação, na construção do discurso imagético e na cognição. Em negrito, alguns dos recursos a serem usados na construção dessas estratégias. Os elementos técnicos citados a seguir foram obtidos a partir dos textos de Niemeyer Filho (1997)<sup>281</sup> e Machado (1997)<sup>282</sup>.

As câmeras de vídeo possuem diversos recursos técnicos relacionados ao foco, à iluminação, ao som, *etc.* Não é objetivo deste trabalho falar sobre eles, mas, sim, apontar alguns que se transformam em estratégias informacionais e comunicacionais.

Um dos elementos de captação do espectador é o **ponto luminoso** da cena. Ele centraliza a atenção do espectador.

As linhas orientadoras de um plano também servem para marcar o centro de atenção do espectador. Uma paisagem ocupando toda a tela ou o *close* em um detalhe dessa paisagem pode causar diferente impacto visual. Os **planos de filmagem** são empregados com uma intenção definida. São eles:

- Plano geral (PG), também conhecido como plano aberto - situa o espectador no local e no tempo da ação, abrangendo cenário e personagens. Ele é muito utilizado na abertura dos vídeos para inserir o espectador no contexto do tema e pode ser feito sem a presença da figura humana;
- Plano de conjunto (PC) - destaca as figuras humanas, mas sem identificá-las individualmente. Pode ser feito com poucas pessoas ou uma paisagem;
- Plano americano (PA) - apresenta as pessoas bem maiores e mais nítidas do que o cenário, obrigando o espectador a se concentrar sobre a personagem e sua ação. É usado para enfatizar ações de um ou mais personagens;

---

<sup>281</sup> NIEMEYER FILHO, Aloysio. *Ver e ouvir*. Brasília: UNB, 1997. *Passim*.

<sup>282</sup> MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1997. *Passim*.

- Plano médio (PM) - enquadra a pessoa da cintura para cima, fundindo o tema principal do que é dito pela pessoa com o cenário. É um plano muito usado nos vídeos e nos telejornais;
- Plano de detalhe (PD) - como o próprio nome diz, aponta para um detalhe das personagens ou objetos e, via de regra, traz consigo alguma significação ou insinua uma situação objetiva;
- Primeiro plano (PP) - apresenta as expressões e emoções das personagens com mais força, oferecendo um clima de intimidade e envolvendo emocionalmente o espectador na ação. Ele assemelha-se ao plano médio, diferindo deste pelo uso da lente *zoom*<sup>283</sup> para pegar o rosto ou o objeto todo;
- Primeiríssimo plano ou *close up* - plano essencialmente da emoção e de grande poder expressivo;
- Plano de corte - serve para realçar a história e para servir como passagem de uma cena para outra. O corte dá ritmo e dinamismo ao roteiro.

Os **ângulos da câmera**, em relação ao objeto filmado, influenciam a reação do espectador. A câmera baixa, também conhecida com *contra-plongêe*, é utilizada para tornar a personagem maior, dando-lhe posição de comando. A câmera alta dá idéia de submissão e é chamada de *plongêe*. A câmera subjetiva permite a visualização da cena sob o ponto de vista de uma das personagens.

Os **movimentos de câmera**, quando excessivos ou malfeitos, podem distrair a atenção do espectador. Eles podem ser chamados de:

- Panorâmica - passeio que a câmera faz por toda a cena, podendo ser horizontal ou vertical;
- *Dolby* - focaliza o assunto parado enquanto a câmera anda. É diferente do *zoom*, onde assunto e câmera ficam parados e o movimento é produzido pelo efeito ótico da lente. Esse movimento dá intimidade e dinamismo à cena;

---

<sup>283</sup> *Zoom* é uma lente que aproxima ou distancia a imagem de objetos, pessoas ou qualquer detalhe.

- *Travelling* ou *travel*, - movimentação geral, ou seja, do assunto e da câmera, exigindo estabilidade da câmera por meio de do uso de veículo que acompanha o assunto ou pessoa em foco.
- *Chicote* - movimento muito rápido da câmera da esquerda para a direita e vice-versa, muito usado para apontar mudança de tempo e ambiente.

**Tomadas breves**, conhecidas como *inserts*, são inseridas no roteiro para criar expectativas.

A mensagem que dever ser passada para o espectador estará ligada à **iluminação** fornecida artificialmente ou pelas condições meteorológicas das diversas estações do ano. O escurecimento (*fade-in*) e o seu oposto (*fade-out*) são utilizados, respectivamente, para designar início ou fim de um relato. No *flashback*, a imagem vai desaparecendo para dar lugar à imagem que representa o passado, assim como a fusão da imagem é utilizada no início do *flashback*.

**Sons** e **trilha sonora** complementam o trabalho técnico das câmeras e são elementos de grande contribuição estratégica, levando emoção, realismo e contextualização.

As **cores** existentes em cenários naturais e artificiais, indumentárias, panos de fundo são elementos que colaboram no condicionamento das cenas aos desejos do produtor do vídeo. Em filmes de ficção, elas são decisivas na criação do tom da narrativa. Em alguns casos, as imagens em preto-e-branco poderão servir para diferenciar tempos de ação de um vídeo em cores.

Imagens paradas, tais como: fotografias, gravuras, ilustrações, gráficos, tabelas, desenhos podem ser incluídos nas imagens em movimento. A aparente incoerência dessa ação exige técnica específica e utiliza esses elementos fixos ou parados como representações dentro do discurso imagético e/ou contrapontos do movimento.

Essas e outras técnicas são empregadas como estratégias ajudando a contar uma história ou a transferir informações por meio do vídeo.

## 9.2 – ESTRATÉGIAS INFORMACIONAIS NOS VÍDEOS DA III MOSTRA

Para comprovarmos a existência e uso de estratégias informacionais, escolhemos seis vídeos (10%) incluídos entre os sessenta e um finalistas da III Mostra. Alguns deles foram premiados, mas todos apresentam condições para servirem de exercício de identificação de estratégias informacionais. Um vídeo, dificilmente, utiliza apenas um tipo de estratégia informacional. As estratégias misturam-se de tal forma, que há uma certa dificuldade em identificá-las.

Utilizaremos a Análise do Discurso como instrumento de trabalho. Ela servirá para “interpretar” o vídeo.

*Interpretar, para o analista do discurso, não é atribuir sentidos. É compreender, ou seja, explicitar o modo como um objeto simbólico produz sentidos, o que resulta em saber que o sentido sempre pode ser outro. (ORLANDI, 1996, p.64)<sup>284</sup>*

Tal como são usadas, as estratégias facilitam a transferência da informação, processo legitimado pela Ciência da Informação e a produção de sentido, processo também legitimado pela Ciência da Informação e pela Comunicação em especial.

É importante, no entanto, ressaltar que a identificação das estratégias pela Análise do Discurso não resulta de uma ação objetiva.

*A interpretação de qualquer tipologia [...] não deve ser feita de forma automática. Os resultados da aplicação de uma tipologia devem ser referidos ao contexto sócio-histórico do texto que foi objeto da análise, pois esses resultados não são evidentes em si. (ORLANDI, 1983, p. 209)<sup>285</sup>*

Vejamos alguns exemplos de identificação do uso de estratégias informacionais:

---

<sup>284</sup> ORLANDI, Eni Puccinelli. *Interpretação*. Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

<sup>285</sup> ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento*. As formas do discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

### 9.2.1 – Antes que seja tarde

O vídeo *Antes que seja tarde*, finalista da III Mostra Nacional de Vídeos, com menção honrosa, tem como tema o alcoolismo. Trata-se de um vídeo de projeto de intervenção social, visando a prevenção de uma doença, no caso, o alcoolismo.

Na abertura vídeo, o diretor lança mão de gravuras clássicas de Girodet, Goya, Doré e outros, com cenas de sofrimento, servindo de fundo para os letreiros iniciais. Essa abertura nos mostra o sentimento que envolve o tema do vídeo e as gravuras, que são imagens paradas, ao contrário dos vídeos, requerem um tipo de gravação específica e atuam por meio de outras representações podem ser consideradas, por esse motivo, **estratégias informacionais técnicas**.

Ao fundo, ouvem-se vozes e sons que indicam uma refeição prestes a ser realizada, com barulhos de talheres e louças. Uma voz masculina, agressiva, pede cerveja. Uma voz de mulher responde que não há cerveja. O homem, mais agressivo, começa a quebrar as louças, como pode ser percebido pelo som. Uma criança chora. Finalizando, em *off*, ouve-se a mulher dizendo: “desgraçado, era tudo o que tinha pra comer”. Infelizmente, essa cena é muito comum, na nossa realidade social e em algumas platéias há de ter alguém que já vivenciou essa situação. Essa abertura traz um sentimento de aflição, de desassossego, indicando logo as conseqüências do dia-a-dia de um lar com um chefe de família alcoólatra. Poderíamos dizer que aqui há uma **estratégia informacional cognitiva**, pelo tipo de entendimento por ela proporcionada ou uma **estratégia informacional sociocultural**, pelo tipo do problema social apresentado.

Em seguida, o vídeo mostra ruas de uma cidade fora de foco, sem uma seqüência linear, provavelmente, tentando reproduzir o olhar de alguém alcoolizado. Nesse momento, a **estratégia informacional técnica**, ou seja, os recursos da câmera conseguem passar para o espectador o que deve ser o olhar de um bêbado.

O próximo quadro traz a fala de um psiquiatra, autoridade legitimada para falar sobre o tema (**estratégia informacional de poder**) falando sobre as diferenças entre uso, abuso e dependência do álcool e a classificação do alcoolismo pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como doença biopsicossocial. Ele também declara que o processo de cura

é doloroso porque requer uma mudança de vida muitas vezes radical. Nesse momento, pode-se dizer que há também uma **estratégia informacional educacional** pelo tom do discurso do médico.

No decorrer do vídeo, seguem-se diversas pessoas bebendo, em diferentes lugares, e depoimentos de alcoólatras, alguns identificados outros não, falando de seus sofrimentos, dos prejuízos materiais causados pelas quebradeiras em casa, sobre a perda de trabalho, sobre espancamento imposto por eles às suas mulheres, sobre as tentativas de suicídio e a inadaptação aos períodos de internação em hospitais psiquiátricos. O álcool é reconhecido como uma droga por vários depoentes. O contexto social, construído a partir da presença do alcoolismo na vida de um indivíduo, é mostrado por meio desses depoimentos considerados **estratégias informacionais socioculturais**, colaborando na identificação do espectador com os problemas sociais vivenciados por ele, familiares ou conhecidos.

Alguns desses depoimentos são dados em associações do tipo Alcoólicos Anônimos (AA) e a força da realidade narrada torna-se um elemento de persuasão para o abandono do vício, dizendo o quanto de sofrimento ele traz. A **estratégia informacional comunicacional e discursiva** (narrativas de vida) se fazem presentes. A primeira pelo vocabulário empregado e a segunda pela construção das falas, em sua maioria, de pessoas da classe social baixa.

Uma determinada cena mostra uma mesa de bar, com uma toalha de plástico vermelha, onde, inicialmente, aparece um copo que, ao ser levantado pelo indivíduo para beber seu conteúdo (cerveja), deixa uma marca. Em seguida, não aparece mais o copo, e, sim, uma sucessão de marcas que vão reproduzindo-se cada vez mais, representando a compulsão do alcoolismo. Essa é uma outra **estratégia informacional** que pode ser categorizada como **cognitiva** porque dá para deduzir por quem vê as diversas marcas que os copos de chope bebidos foram muitos, sem que uma palavra sobre isso tenha sido dita. Seria possível, também, detectarmos uma **estratégia informacional técnica**, uma vez que o acelerar da gravação das marcas aparecendo sucessivamente, colabora na construção da idéia de compulsão.

O público indicado para esse vídeo é aquele de pessoas mergulhadas no alcoolismo e as que com elas convivem. O conteúdo é bastante persuasivo, a começar pelo título que o

expressa, reforçado pelos depoimentos que falam do sofrimento, da destruição e da dificuldade dos alcoólatras diante desse vício. O papel do psiquiatra pontua a narrativa sobre o problema de forma esclarecedora sem, contudo, fazer condenações.

### 9.2.2 – E por falar de vida

A AIDS é apresentada nesse vídeo por meio de três depoimentos que vão mesclando-se de forma a despertar interesse e até emoção no espectador. Trata-se de um vídeo de intervenção social, visando à prevenção da doença ao narrar o sofrimento por ela causado, mas também visando a promoção da saúde pelas ações tomadas pelos depoentes.

O primeiro a dar seu depoimento é um jovem professor, portador do vírus HIV que fala de sua vida no Instituto de Educação, onde se formou, de sua infância no subúrbio, de seus passeios pelas ruas históricas do centro do Rio de Janeiro. As cenas que ilustram o passado são sempre em preto-e-branco, embora o vídeo seja colorido. Podemos, aqui, apontar uma **estratégia informacional técnica** muito utilizada no cinema, inclusive. Mas há, também, uma **estratégia informacional discursiva** que dá dramaticidade ao vídeo. Trata-se da narrativa sobre uma vida simples, mas cheia de esperança, alterada por um incidente que a transforma de maneira radical no primeiro instante.

Ele fala do seu sentimento ao saber que era soro positivo, fato que lhe desencadeou uma diária despedida da vida até que ele “cansou-se de se despedir da vida” e resolveu vivê-la integralmente.

É apresentado um relato sobre os pequenos gestos de discriminação sofridos no dia-a-dia e o veto, pelo governo municipal com relação a sua tomada de posse, devido à sua doença, após aprovação em seu segundo concurso para professor do município. Por sentir-se agredido e porque, mais do que nunca, precisava de dinheiro para seu tratamento, ele parte para a luta. Descreve, então, sua busca de apoio na imprensa e na justiça e sua vitória. Essa sua atitude resulta em projeto de lei municipal sobre a discriminação ao aidético, além de uma portaria que permite aos servidores municipais ter acesso aos seus laudos médicos.

Sua vida, dentro do possível, volta ao normal, por meio de seu trabalho – dito por ele – como sua salvação. Agora, ele tem um novo papel, que é o de militante em prol da defesa contra as discriminações dos portadores do HIV. Esse relato é entremeado por fotos dele com seus alunos das escolas municipais, com cenas rodadas nas escolas e em bares, na companhia de professoras, colegas suas. Há uma mistura de estratégias informacionais: a **técnica** com uso de fotos e imagens em movimento, um recurso também bastante utilizado no discurso imagético; há uma **estratégia informacional sociocultural**, por meio da qual são apontadas as discriminações em nível micro (as expressões e os gestos do dia-a-dia) e em nível macro (a atitude governamental e a atuação da justiça) e a **discursiva** pela narrativa de vida do depoente.

O segundo depoimento é dado por uma mulher pobre, mãe de Valdo, um menino portador do vírus HIV, contaminado, aos dois anos de idade, por meio de uma transfusão de sangue. Ela fala de sua dor ao tomar conhecimento da doença de seu filho, de sua revolta e das dificuldades enfrentadas por pessoas, como ela, pertencente à classe pobre diante desse diagnóstico.

Ela também se vê obrigada a apelar para a imprensa, para vereadores em busca de ajuda. Essa lhe chega, de forma espontânea, por meio de um laboratório que lhe fornece vacinas. Ela fala do sofrimento constante de seu filho que, até descobrir a AIDS, teve onze pneumonias.

Como resultado de sua luta, um advogado entra com uma ação e a mãe do menino consegue, por meio da sentença de um Juiz, uma pensão do INSS, no valor de três salários mínimos que, embora pequena, auxilia a compra de remédios, nas reiteradas pneumonias dele, e a compra de mantimentos, para mantê-lo na melhor forma física possível. O que há de mais comovente nesse depoimento é a figura do menino contaminado, sempre alegre, brincando.

Em certo momento, a **estratégia informacional técnica** mescla a imagem do menino com a imagem do *video game* que ele tanto gosta, numa metáfora com a sua própria vida. Em outras palavras, um menino alegre e saudável que, de repente, por uma falha no sistema de saúde, recebe um sangue contaminado e adocece. Inesperadamente, ele deixa de ser um vencedor e passa a ser um perdedor.

Fotos de recortes de jornais e quadros parados de programas de televisão onde o a mãe do menino foi buscar apoio são mostrados também como **estratégias informacionais técnicas**.

Outro detalhe a ser destacado no depoimento dessa mãe é o seu relato sobre a não-discriminação do menino pelos vizinhos e amigos, todos pobres. Provavelmente esse gesto é fruto de um somatório de sofrimentos que une a todos naquela situação.

O terceiro depoimento é dado por uma senhora de classe média, mãe de um rapaz portador de HIV, contaminado nos EUA, onde fazia pós-graduação, que foi uma das primeiras vítimas fatais desse mal, no Brasil, em 1987, logo que a doença aqui foi detectada. Ela relata, com muito amor, a vida do filho, seus sonhos, seu sucesso profissional, sua paixão pelo mar e pela pesca.

Desse depoimento surge uma vinheta que representa uma onda, que pontua o vídeo em diversos momentos. Trata-se de uma **estratégia informacional técnica** que nos faz lembrar do mar que o filho dela tanto amava.

A narrativa tem um forte conteúdo emocional, porque é feita por alguém que perdeu um ente querido, mas que, apesar disso, consegue passar uma força, a mesma força que, com certeza, passou para o filho até seu último momento. Essa mãe relata, usando de forma inconsciente uma **estratégia informacional cognitiva**, a sua percepção, assimilação, absorção das informações e suas tomadas de ação frente a essa doença. Aqui é possível também identificar uma **estratégia informacional educacional**. Ela - como o rapaz do primeiro depoimento - tornou-se uma ativista e hoje dá palestras, apoia pessoas doentes, tendo certeza de que essa é a melhor maneira de homenagear o filho perdido e enfrentar essa doença.

Ela nos fala, como consequência de sua luta, da aceitação pelos planos dos saúde em financiar o tratamento da AIDS e também mostra-se entusiasmada com o progresso sobre os estudos das doenças oportunistas que envolvem a AIDS. Conclui, então, a partir de sua experiência que “a vida é o dia de hoje”.

O uso de imagens em preto-e-branco, para referir-se ao passado, e de fotos do rapaz e de sua família aparecem como uma **estratégia informacional técnica** muito usada no cinema.

A **estratégia informacional sociocultural** e a **discursiva** são usadas em todos os depoimentos. São falas diferentes, mas com um mesmo conteúdo, ou seja, são maneiras de contar uma história semelhante por meio de visões diferentes, mas com atitudes que convergem para um mesmo ponto, ou seja, o enfrentamento das dificuldades provocadas pela doença e a mudança do contexto social por meio dessas atitudes.

O vídeo apresenta uma carga de afetuosidade bastante elevada à medida que descreve os sentimentos daqueles que tiveram que ficar cara a cara com essa doença. Essas pessoas, apesar disso, não esmoreceram e foram à luta em busca de soluções para alguns dos problemas mais imediatos e até mesmo preparando o caminho para os que vierem a passar pelo que eles passaram. A persuasão surge, incitando à luta pelos direitos dos doentes, pelo direito à vida. Esse seria um uso de **estratégia informacional comunicacional**.

Esses discursos deslocam a atenção da doença, fato consumado, para uma reação pessoal com reflexos na sociedade. Todos, então, são inseridos na “arena” construída pela AIDS.

### 9.2.3 – Kamenã

Trata-se de um desenho animado executado por crianças índias de dez diferentes tribos do Posto Indígena Diauarim, no Parque do Xingu, a partir de uma oficina produzida por uma equipe do Núcleo de Cinema de Animação de Campinas. Recebeu o 1º lugar na III Mostra e o maior prêmio em dinheiro. É um vídeo de promoção da saúde, pois aponta para a integração da cultura indígena com o conhecimento científico em prol da saúde da comunidade.

O desenho animado, um gênero de imagem em movimento, pode ser considerado, em si, uma **estratégia informacional técnica** pela sua forma de produção especializada.

O vídeo fala da história da saúde daquele agrupamento indígena. Inicia-se com os desenhos dos elementos da floresta tais como, borboletas, aves, feras. O vídeo mostra também a taba, os índios nas tarefas diárias e um índio que fala para um grupo de outros

índios em círculo, demonstrando um repasse de conhecimento. Há também desenhos sobre os índios colhendo plantas e, posteriormente, cozinhando-as num caldeirão, indicando uma possível feitura de medicamentos.

Separando cada etapa da história, aparece um símbolo que, acreditamos, identifica as tribos indígenas.

Na etapa seguinte, surgem índios flechando seringueiros, homem branco matando índio, toras de árvores sendo transportadas em caminhões, como denúncia da destruição da floresta. Depois, uma integração é representada por meio de um índio com uma camisa de homem branco e o homem branco com um cocar de índio. O pajé aparece conversando com um homem branco, supostamente um médico. Surge um avião sobre a taba e, logo após, um índio, com característica do que interpretaríamos como pajé da tribo, ao lado de um índio deitado numa rede; e essas redes vão se multiplicando numa representação sobre um aumento de doenças. A **estratégia informacional cognitiva** é muito usada nesse segmento do vídeo, com as representações substituindo narrativas.

Os pequenos índios, produtores do desenho animado, mostram, então, uma mulher branca, aparentemente, ensinando a um grupo de índios. Aparece uma taba diferente, onde médicos são retratados dando injeções. Trata-se de um posto de saúde, a julgar pela existência de prateleiras de remédios. A indicação da assimilação de alguns hábitos dos brancos pelos índios é representada com desenhos sobre atividades como assar dos peixes, escovar dentes, jogar futebol. O desenho encerra-se mostrando novamente a floresta com seus animais, árvores, aves tal como no início foi mostrado.

Por ser um relato sobre a história daquela tribo, assim como sobre hábitos da comunidade, é possível considerar o uso de uma **estratégia informacional educacional**. O relato feito pelos próprios índios aumenta sua credibilidade e pode ser considerado como uma **estratégia informacional comunicacional** e, ao mesmo tempo, uma **estratégia informacional sociocultural**.

Como uma **estratégia informacional discursiva** aparece a narrativa de uma história por meio de desenhos, sem que haja palavras, tendo ao fundo uma música produzida por Ney Carrasco, a qual lembra uma música indígena, criando uma ambiência ainda mais persuasiva.

Esse vídeo apresenta uma seqüência de acontecimentos, contendo críticas às atuações do homem branco, no passado, e apontando a inserção dos cuidados tradicionais com saúde, a partir da chegada do homem branco, mais tarde, naquele agrupamento indígena.

A presença de médicos no final do vídeo e a volta à normalidade da vida na floresta podem ser interpretadas como um apoio aos serviços de saúde oferecidos para aqueles índios.

É importante destacar o uso da imagem que funciona, isoladamente, sem nenhuma articulação com enunciações verbais.

#### **9.2.4 – Vamos acabar com a diarreia**

Esse vídeo foi o segundo colocado da III Mostra. É um vídeo construído a partir do conhecimento popular sem, no entanto, perder suas qualidades informacionais científicas sobre a doença em foco, ou seja, a diarreia. Discursos, aparentemente, contrastantes se reúnem para dar sentido à narrativa. Poderíamos dizer que é um vídeo característico de intervenção social, visando a prevenção de doença.

Na primeira cena, aparece um berço vazio e ouve-se, ao fundo um bebê chorando e vozes dos pais preocupados; a mãe declara que o motivo do choro é a diarreia que acomete o bebê. A câmera fecha num detalhe do quarto: uma cadeira onde há um boneco de pano. No momento seguinte, esse boneco cria vida por meio do excelente trabalho do ator Mário Miranda que, falando com um sotaque nordestino bem carregado, lamenta a doença do bebê e convoca o espectador a colaborar para o fim dessa doença.

Imediatamente, surge o ator/boneco andando por um local pobre, falando com os populares locais, perguntando a todos o que é a diarreia.

As explicações sobre a doença e como tratá-la não são dadas por médicos, e, sim, por uma agente de saúde, uma pessoa simples da comunidade. São mostradas algumas das causas da doença como falta de saneamento, lixo acumulado, água sem tratamento. Fala-se sobre a necessidade de higiene, dos sintomas de desidratação e da necessidade de água

limpa. Aqui aparece, de maneira clara, a **estratégia informacional educacional** pela forma didática da apresentação dos temas.

O ator/boneco, de forma bem engraçada, continua seu contato com os populares falando sobre “como se pega” a diarreia e dando sugestões para o tratamento da desidratação. Vão surgindo na tela, ao mesmo tempo, textos resumidos sobre o que ele está dizendo, ou seja, sobre a importância da amamentação, o que comer durante a doença, sobre os danos da desnutrição. É importante registrar que, após cada etapa de vídeo (o que é a doença, como se pega, como se trata) há um resumo apresentado com palavras na tela, tendo ao fundo uma imagem de criança ou mulher amamentando.

Fechando o vídeo, o boneco convoca a todos, inclusive os espectadores do vídeo, para cantar e dançar o coco da diarreia, um ritmo local, bem alegre, que tem como letra todas as instruções dadas ao longo do vídeo, cantadas de forma bem humorada. O vídeo foi rodado em Camarajibe, em Pernambuco.

As **estratégias informacionais socioculturais** são as que mais se destacam não só pelo linguajar, utilizando expressões bem características da região, mas também pela música e os locais filmados. A **estratégia informacional comunicacional** foi bem empregada, pois mantém um diálogo com os populares, além de manter, permanentemente, um bom humor durante todo o vídeo.

O ator/boneco fala, diversas vezes, para a câmera, mantendo um contato direto com o espectador, inserindo-o dessa forma no vídeo por meio de uma cumplicidade estabelecida entre eles.

A **estratégia informacional cognitiva** faz-se presente também por esses elementos acima citados, isto é, a narrativa está ao alcance de seu público e as instruções são dadas por alguém como aqueles a quem é destinado o vídeo. A **estratégia informacional de poder** não é utilizada, como é comum nos vídeos de prevenção de doenças. As falas não são de um médico ou autoridade e sim de pessoas da comunidade, que atuam como agentes de saúde, e de um ator/boneco, do qual as crianças gostam, indicando afetuosidade. A identificação do espectador com o narrador assim como o entendimento e sobre o que ele fala, facilitam a cognição. A **estratégia informacional técnica** é utilizada para marcar as etapas da narrativa do vídeo, com a imagem deslocando-se a partir do canto da tela, tal

como uma página de livro sendo virada. Essa estratégia também está presente no uso de textos resumidos na tela, para melhor fixação do que foi dito, superpondo uma imagem e mantendo a voz do boneco.

Esse vídeo destina-se à população de baixa renda, a maior vítima da diarreia. Apesar de ser uma doença que causa três milhões de mortes por ano, o assunto é tratado de forma leve e bem humorada, sem provocar pânico e sem “culpar” as vítimas da doença. O vídeo atém-se a dizer o que é a doença, como ela é adquirida e a dar conselhos para tratá-la de maneira simples.

Ao fazer referência ao contexto social do espectador, o vídeo ajuda a cooptá-lo.

### 9.2.5 – Aborto legal

Esse vídeo não recebeu premiação, mas ficou entre os selecionados da III Mostra. É um vídeo de projeto de intervenção, mas com uma característica peculiar – é destinado aos médicos e visa a prevenção de males causados pelo aborto inadequado e a promoção da saúde de mulheres que recorrem ao Programa de Aborto Legal.

Seu tema é o trabalho desenvolvido no Hospital Jabaquara, em São Paulo, que é uma instituição pública que pratica o aborto dito legal, ou seja, atende mulheres que necessitam fazer um aborto ou por estarem correndo risco de vida com a gravidez, ou por terem sido estupradas, sendo esta modalidade a de maior atendimento naquele hospital.

A imagem de uma mulher insegura e frágil, mostrada logo no início do vídeo, retrata o estado de uma mulher que necessita realizar um aborto legal.

O vídeo tem como fundo sonoro a eloqüente melodia de *Carmina Burana*. Ele é entrecortado por imagens da rotina do hospital, depoimentos de médicos, psicólogas, representantes de movimentos feministas, populares e mulheres estupradas que não são identificadas. Há também o depoimento de uma mulher que admitiu ter feito dois abortos: um por estupro e outro porque não queria o filho. Ela é mãe de uma moça de 17 anos que é deficiente auditiva em decorrência de uma rubéola adquirida durante sua gestação. Na

ocasião, a família pressionou-a a ter a criança, mesmo conhecendo os possíveis problemas na formação do bebê.

Os temas em torno da adoção do Programa Aborto Legal pelo Hospital Jabaquara vão sendo apresentados por meio de vinhetas. Um deles é sobre “Profissionais conscientes” e, nele, médicos falam das suas dificuldades em executar um aborto, mesmo amparados pela lei, uma vez que foram formados para lutarem pela vida. Falam também sobre a posterior conscientização deles diante dos graves problemas das mulheres que os procuram.

Outro quadro diz respeito à “Segurança e bom atendimento”. Aqui são lembradas as clínicas clandestinas, para onde vão as mulheres das classes sociais mais baixas. Tais mulheres, por fazerem aborto de forma inadequada, procuram os hospitais públicos, mais tarde, em situações de saúde deploráveis que, por vezes, levam-nas à morte.

A importância de um projeto como esse, desenvolvido por um hospital público, é citada em outro quadro.

O tempo todo é lembrado por todos os depoentes que “ninguém quer fazer um aborto”. Um médico declara que a mulher que faz o aborto pode, no primeiro momento, sentir-se aliviada, mas esse ato traz consigo um abalo emocional considerável.

Alguns médicos classificam como medieval o currículo de suas faculdades e denunciam que eles não são preparados para pensar. Reconhecem que o aborto, mesmo o legal, sofre uma grande discriminação, havendo uma forte resistência contra ele por um condicionamento cultural, além de pressões das religiões, da justiça e do próprio Estado.

Essa iniciativa, segundo depoimentos do vídeo, nasce do movimento feminino que luta pelas possibilidades de a mulher decidir, ela própria, sobre o que fazer, confiando na sua capacidade para tomada de decisão sobre o aborto. O planejamento familiar é citado em diversas ocasiões como uma questão a ser priorizada. O movimento feminino considera impossível defender os direitos reprodutivos sem defender a descriminalização do aborto.

São feitos relatos de ameaças sofridas por todos os integrantes do Programa por parte de advogados, religiosos *etc.*

Os depoimentos das mulheres estupradas e das mães das meninas estupradas, via de regra, deficientes mentais, são muito contundentes. Elas não se referem a bebês, e, sim, a

coisas, ou simplesmente calam-se. A violência pela qual elas passaram é extremamente comovente e decisiva para que o espectador do vídeo apoie essa iniciativa legal. São mulheres pobres que não têm a quem recorrer e que encontram apoio no Hospital Jabaquara. Uma delas chega mesmo a dizer que ela se considerava morta quando entrou lá e que hoje conta seus dias de vida a partir da ajuda encontrada ali. “Eu renasci”, diz ela.

Para que o aborto legal seja executado, são dados os esclarecimentos: ele só pode ocorrer até a 12ª semana de gestação e deve ser feita a apresentação do boletim de ocorrência policial. Essa é uma **estratégia informacional educacional** que serve de base para todo o conteúdo do vídeo.

O vídeo trata de um problema social de grande abrangência, mas pouco debatido por conta do constrangimento das próprias mulheres, muitas vezes violentadas pelo próprio pai, irmão, outros parentes, amigos e marginais.

A **estratégia informacional sociocultural** está presente ao relatar um fato recorrente na realidade brasileira. A persuasão como **estratégia informacional comunicacional** busca apoio do espectador por meio de depoimentos contundentes de mulheres estupradas. A narrativa apresentada pelo corpo de profissionais do hospital é bastante esclarecedora, embora por vezes repetitiva, talvez para enfatizar mais a **estratégia informacional discursiva** empregada. A **estratégia informacional de poder**, devido aos depoimentos de especialistas e líderes de movimentos feministas, dilui-se um pouco diante da força dos depoimentos das mulheres e dos populares que, na maioria, apoia o aborto legal.

A **estratégia informacional técnica**, como foi dito antes, é empregada por meio de cenas entrecortadas com depoimentos, vinhetas, flagrantes da rotina do hospital, letreiros, entrevistas de rua com populares. O processo usado lembra muito o dos telejornais e de alguns programas de televisão onde são feitas denúncias sobre problemas da sociedade.

A primeira impressão, que se tem, é que o vídeo é dirigido para médicos e outros profissionais, que deveriam estar engajados nesse Programa. Como o tema representa um grave problema nacional a ser encarado, pode-se dizer que o público em geral pode obter esclarecimentos sobre ele.

Fica claro o controle discursivo pelo campo institucional representado pelo Hospital Jabaquara, mesmo com a presença do discurso de representantes do movimento feminista, responsável pelo estímulo para a criação do programa Aborto Legal em um hospital público. A imagem que prevalece é a da Saúde e do Estado, fato comum nos vídeos em saúde.

### 9.2.6 – E agora, Aurora?

Esse vídeo recebeu Menção Honrosa na III Mostra. Vários planos de discursos são apresentados, sendo o principal discurso dedicado a DST (doença sexualmente transmissível). A hierarquização desses planos é dada pelo produtor do vídeo, mas ela pode ser alterada pelo espectador. Isso pode ser comprovado por meio do empréstimo desse vídeo à uma comunidade de baixa renda, próxima da Fiocruz. Ao perguntarmos sobre a reação dos espectadores com relação ao tema do vídeo, fomos surpreendidos com um entusiasmo pelo tema “habitação”. Aquela comunidade vivia, naquele momento, um problema semelhante ao apresentado no vídeo: a construção de “puxados” nos barracos por conta do aumento das famílias. Portanto, o tema principal do vídeo, a DST, ficou relegado a um segundo plano nos debates que foram feitos após a apresentação do vídeo.

Esse vídeo, como já dissemos, aborda diversos problemas paralelos tais como: a falta de moradia, o trabalho da mulher, o desemprego, a ausência de planejamento familiar e outros mais. É um material muito rico para discussões de problemas das classes sociais mais baixas. O vídeo pode ser caracterizado como de intervenção social, focalizando a prevenção de doença venérea.

Usando uma linguagem popular, o bom humor percorre todo o vídeo, mesmo nos momentos “mais difíceis”. Sua narrativa é a de um conto de fadas com “era uma vez, no maravilhoso reino da fantasia, uma princesa chamada Aurora...”. A “princesa” Aurora é uma jovem negra da periferia de São Paulo, viajando em pé, num ônibus lotado, (sua “carruagem”, conforme o texto ouvido em *off*) e que, ali, encontra seu “príncipe encantado”, o trabalhador Wandercleison Clodoberto. É feita uma menção à falta do uso de preservativo durante o namoro deles.

O uso do conto de fadas, além de ser uma **estratégia informacional discursiva**, é também uma **estratégia informacional comunicacional** porque remete o espectador à magia que, desde seus primeiros anos de vida, o seduz.

Tal como num conto de fadas, o casal de namorados apaixonou-se e casa-se, porque ela engravidou e ele “atendeu” aos pedidos dos oito irmãos dela. Os filhos vão nascendo (cinco) e Wanderleison segue construindo mais um cômodo no barraco para abrigá-los, até que ele fica desempregado. O contraste entre a narrativa feita como um conto de fadas e a “dura realidade” apresentada no vídeo apresentam-se juntos na captação do espectador.

Com o desemprego do marido, Aurora recebe os “poderes mágicos da boa fada madrinha”, ou seja, ela passa a cuidar da casa, dos filhos, trabalhar fora como lavadeira e faxineira para sustentar a família, enquanto ele “magicamente” some de casa, passando o dia no boteco, bebendo com os amigos e jogando sinuca.

O enunciado sobre os “poderes mágicos” recebidos por Aurora é feito, diretamente, para o espectador, com a atriz dirigindo-se para a câmera. Essa é uma **estratégia informacional comunicacional** muito utilizada nos telejornais. Ela traz o espectador para dentro da cena, estabelecendo uma relação de cumplicidade e exclusividade informacional.

O tempo passa e a vida deles melhora quando ele consegue um emprego. Eles compram uma casinha (pobre) e um “Fusca”. Aurora observa que ele passa a andar mais arrumado e perfumado, saindo todos os dias para “jogar bola”. Nesse momento são feitos alguns comentários pelo “príncipe” sobre a necessária fidelidade conjugal feminina e a permitida infidelidade masculina para comprovação de masculinidade. O “príncipe”, tal como a “princesa”, fala para a câmera, buscando uma conivência com o espectador (homem) para suas idéias machistas que remetem os espectadores às matrizes culturais do segmento social representado no vídeo.

Um dia, ela sente algumas “ardências nas partes” e resolve ir ao médico. Ela descobre, então, que esta “envenenada pela bruxa má”: ela adquiriu uma DST (doença sexualmente transmissível), por conta de um caso de marido com uma outra mulher. Ela exige que ele vá ao médico com ela e ele se recusa. É dado um fim provisório a essa história. Em seguida, o filme retorna com as personagens dizendo que aquele “era um final

besta”. O tênue relato sobre os males causados pela DST constitui-se numa **estratégia informacional educacional** por sua pedagogia implícita.

Eles, então, começam a relembrar os bons e maus momentos daquele casamento, se lembram da emoção do nascimento dos filhos, da mudança de vida para melhor e “o amor volta a florescer”.

Acontece, naquele momento, a cena do “verdadeiro amor com final feliz”: ele aceita ir ao médico e na volta do consultório, eles aparecem, dizendo que precisavam enfrentar a doença, juntos. O casal chega à conclusão de que a vida não é um conto de fadas e que é preciso sair do mundo dos sonhos e encarar a realidade. “E eles viveram felizes para sempre”, ou seja, há um “final feliz” como em todos os contos de fada e ele pode ser interpretado como uma **estratégia informacional cognitiva**, na medida em que aponta uma saída para os que padecem do mal relatado.

A história é representada pelos atores Zezeh Barbosa e Laerte Sarrumos.

As **estratégias informacionais técnicas** estão na inserção de desenhos, tais como nas ilustrações de contos de fadas, para marcar algumas etapas da história. A **estratégia informacional discursiva** é agradável pelo seu formato de conto de fadas. A **estratégia informacional sociocultural** está na representação da vida de um casal de classe social baixa, com todos as suas alegrias e problemas, fazendo um espectador do vídeo, desse grupo, identificar-se imediatamente. A **estratégia informacional comunicacional** está na linguagem simples, engraçada, nas falas dos personagens feitas diretamente para a câmera, desejando atingir diretamente o espectador. A **estratégia informacional educacional** está nas explicações sobre o sexo sem segurança e o agir adequado para enfrentar uma DST.

Os problemas abordados no vídeo, os quais têm uma centralização na DST, identificam a classe social mais baixa como o público para esse vídeo. Os temas são apresentados sem reprimendas, mas com alto teor educativo e provoca reflexões sobre eles.

## 9.3 – ANÁLISE DOS DADOS DAS FICHAS TÉCNICAS DOS VÍDEOS

A partir de dados das fichas técnicas das produções selecionadas como finalistas, na III Mostra Nacional de Vídeos em Saúde, foram realizadas análises de cada tipo de dado para apresentar um panorama da produção de vídeos nessa área no Brasil, incluindo algumas curiosidades.

### 9.3.1 – Títulos

Entre os cento e vinte vídeos enviados de todas as partes do Brasil, foram selecionados sessenta e um (Quadro geral dos títulos dos vídeos selecionados - Ver Anexo I) com temas sobre saúde e outros relativos a problemas sociais que acabam por tornarem-se questões de saúde como, por exemplo, mendicância, lixo, saneamento básico, direitos humanos *etc.*

Os títulos são, em sua maioria, claros e diretos, ou seja, eles guardam sua característica informativa ao expor o conteúdo dos vídeos. A persuasão pode ser encontrada no título, fazendo menção ao “cuide-se”, por exemplo, no título do vídeo *Antes que seja tarde*. O humor também é um ingrediente na construção dos títulos como, por exemplo, *O peso de estar acima do peso e Tabagismo, tô fora..* Há também os títulos que não oferecem, de imediato, o seu conteúdo como, por exemplo, *Prevenção* e *Um bom conselho*.

### 9.3.2 – Tempo de duração

O regulamento previa um tempo máximo de cinquenta e dois minutos, mas entre os finalistas o tempo máximo foi de quarenta e oito minutos. (Quadro geral dos tempos de duração dos vídeos selecionados - Ver Anexo I)

**Cinco vídeos tinham dez minutos** de duração; **quatro vídeos tinham oito minutos**. Vídeos com **quatro, seis, onze, doze, treze, quatorze, quinze, dezesseis, vinte, vinte e**

**um, trinta e trinta e dois minutos** tiveram **três vídeos** em cada uma dessas modalidades de tempo.

Vídeos com **dezenove, vinte e cinco, e vinte e oito minutos** tiveram **dois vídeos** nessas modalidades de tempo.

Vídeos com maior duração tiveram **um vídeo** entre os finalistas, exceção para **um vídeo de sete minutos**. Os demais tinham **dezessete, dezoito, vinte e dois, vinte e três, vinte e quatro, vinte e seis, vinte e sete, trinta e quatro e quarenta e oito minutos**.

Isso nos leva a uma média de tempo entre dez a vinte minutos para a maioria dos vídeos que eram, quase todos, de intervenção social, exceção para programas de televisão como a TV Pinel e a TV Saúde.

A duração dos vídeos está diretamente relacionada aos custos de produção e isso pode estar refletido aí. Para facilitar veiculação e/ou atenção dos espectadores, também é importante trabalhar tecnicamente com o tempo médio encontrado que, na verdade, é o tempo televisivo, que não conseguimos perceber devido aos intervalos comerciais.

Tabela 1<sup>286</sup> - TEMPOS DE DURAÇÃO DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Tempo de duração	Número de vídeos	Tempo de duração	Número de vídeos
48	1	18	1
34	1	17	1
32	3	16	3
30	3	15	3
28	2	14	3
27	1	13	3
26	1	12	3
25	2	11	3
24	1	10	5
23	1	8	4
22	1	7	1
21	3	6	3
20	3	4	3
19	2		

Fonte: A autora.

<sup>286</sup> As tabelas desta tese foram produzidas de acordo com as normas de representação tabular do IBGE.

### 9.3.3 – Ano de produção

Os vídeos mais recentes, ou seja, os de **1998** constituíram a maioria (**vinte**) entre os finalistas. Em seguida, vieram os vídeos de **1997** com **dezoito** produções. Os anos de **1996** e **1994** foram representados com **sete** vídeos cada, enquanto o ano de **1995** teve **seis** vídeos. O ano de **1993** ficou com a menor quantidade de vídeos, ou seja, **três**. (Quadro geral sobre ano de produção dos vídeos selecionados - Ver Anexo I)

Os vídeos datados de 1998, ano da Mostra, são em maior número e apontam para um crescimento nesta área de produção.

Tabela 2 - ANO DE PRODUÇÃO DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Ano de produção	Número de vídeos
1998	20
1997	18
1996	7
1995	6
1994	7
1993	3

Fonte: A autora.

### 9.3.4 – Formatos

Os finalistas apresentaram cinco formatos de vídeos (Betacam, Hi-Eight, VHS, SVHS e U-matic) com duas modalidades diferentes referentes ao sistema de cor (NTSC e Pal-M). (Quadro geral sobre formatos dos vídeos selecionados – Ver Anexo I).

Para melhor esclarecimento, seguem, abaixo, as definições de cada um dos formatos e sistemas de cor extraídos do livro de Machado.<sup>287</sup> (1997, p. 207-222)

- *Betacam* – marca registrada de um sistema integrado de gravador e câmera, que grava em fitas de meia polegada com qualidade *broadcasting*, ou seja, com qualidade para uso em televisão aberta e por assinatura.

<sup>287</sup> MACHADO, *Op. cit.* glossário.

- *Hi-Eight* – formato, criado pela *Sony*, semiprofissional que utiliza fitas de oito milímetros e tem qualidade superior ao SVHS. Com o advento das câmeras digitais, ele tornou-se obsoleto porque tem quase o mesmo preço do sistema digital, que tem mais recursos.
- *VHS* – abreviatura de *Video Home System* que emprega fitas de meia polegada, utilizadas predominantemente para finalidades domésticas.
- *SVHS* - significa Super VHS, um aperfeiçoamento do sistema VHS, que compreende maior resolução horizontal e de qualidade *broadcasting*, com qualidade para uso em televisão aberta e a cabo.
- *U-MATIC* - marca registrada de um sistema de vídeo cassete que emprega fitas de  $\frac{3}{4}$  de polegadas, utilizado em produções de caráter profissional ou semiprofissional.
- *NTSC* - abreviatura de *National Television System Commitee*, que é um padrão americano e japonês de codificação das cores em vídeo. É também utilizado em muitos países da América Latina.
- *Pal-M* – *Pal* é abreviatura de *Phase Alternation Line*, padrão de codificação de cores em vídeos. O padrão brasileiro é o *Pal-M*.

O formato **Betacam/NTSC** foi o mais utilizado.(Ver Anexo I).**Trinta e nove** dos sessenta e um vídeos selecionados, ou seja, mais da metade empregou esse formato. O segundo mais usado foi o **SVHS/NTSC** com **treze** vídeos. O **VHS/NTSC** teve **quatro** vídeos, enquanto o **U-Matic/NTSC** teve **dois** vídeos entre os finalistas. O **Betacam/Pal-M**, o **VHS/Pal-M** e o **Hi-Eight/NTSC** tiveram **um** vídeo cada um.

O uso expressivo do formato Betacam (40 vídeos) indica uma profissionalização maior na produção dos vídeos. O formato SVHS pela qualidade de sua imagem foi o segundo mais utilizado (13 vídeos) entre os finalistas. O formato VHS de preço mais baixo e técnica mais simples foi utilizado em cinco vídeos finalistas.

Tabela 3 - FORMATOS DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Formatos dos vídeos	Número de vídeos
Betacam/NTSC	39
SVHS/NTSC	13
VHS/NTSC	4
U-Matic/NTSC	2
Hi-Eight/NTSC	1
Betacam/Pal-M	1
VHS/Pal-M	1

Fonte: A autora.

### 9.3.5 – Diretores

Os sessenta e um vídeos finalistas foram dirigidos por **cinquenta e oito diretores**, sendo trinta e três homens e vinte e três mulheres. Esse fato é curioso e pode estar indicando que a sensibilidade feminina tem uma maneira mais humana e delicada de trabalhar com o tema saúde. (Quadro geral dos diretores dos vídeos selecionados - Ver Anexo II)

Houve duas equipes de trabalho de direção, nove duplas de diretores e uma direção em trio, mas a prioridade ficou mesmo com a direção individual, ou seja, trinta e cinco diretores.

Alguns diretores responderam por mais de uma produção selecionada. São eles:

- Sérgio Cobello – cinco trabalhos;
- Angela Freitas – três trabalhos;
- Paulo Costa – três trabalhos (diretor do vídeo premiado em segundo lugar);
- Reginaldo Bianco – três trabalhos (diretor de vídeo premiado com menção honrosa)
- Angela Mascelani – dois trabalhos;
- Raquel Rizzo – dois trabalhos;
- André Charles Gérard – dois trabalhos;

- Francisco Sant'Anna – dois trabalhos.

Tabela 4 - TIPOS DE DIREÇÃO DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Tipos de direção	Número de vídeos
Individual	35*
Dupla	9
Tripla	1
Equipe	2

  

Tipos de direção	Número de vídeos
Homens	32
Mulheres	24

Fonte: A autora.

### 9.3.6 - Produtores

Os vídeos finalistas tiveram **cinquenta e seis produtores isolados** (Quadro geral dos produtores dos vídeos selecionados - Ver Anexo III), sendo eles instituições públicas e privadas. A contagem, abaixo, relaciona os produtores individualmente.

As **organizações não governamentais** foram responsáveis pela produção de **dezesseis** vídeos, sendo sete produções de ONGs individuais. Houve quatro tipos de parcerias que resultaram em: três vídeos com outra ONG, dois com produtoras, três com o governo federal e um com produtor independente.

As **universidades** tiveram **treze** produções de vídeos selecionadas, sendo dez produções de universidades individuais. Houve dois tipos de parcerias que resultaram em: dois vídeos com produtoras e um com governo municipal.

As **produtoras de vídeos** responderam por **dez** vídeos. Cinco vídeos foram de produtoras individuais. Houve três tipos de parcerias que produziram: dois vídeos com ONGs, dois com universidade e um com o governo federal .

---

\* Estão sendo computados apenas os diretores e não seus trabalhos.

**Governos estaduais** apresentaram **dez** vídeos, sendo três produções individuais. Houve dois tipos de parcerias que resultaram em: cinco vídeos com governo federal e dois com governo estadual.

O **governo federal** teve **nove** produções de vídeos. Não houve produção individual. Houve três tipos de parcerias que resultaram em: cinco vídeos com governos estaduais, três com ONGs e um com uma produtora.

A **Secretaria de Saúde do Distrito Federal** apresentou **sete** produções de vídeos.

**Seis produtores independentes** (pessoas físicas) foram responsáveis por vídeos, sendo que cinco de forma individual e uma em parceria com uma ONG.

Os **governos municipais** tiveram **quatro** vídeos selecionados, sendo três produções individuais e uma em parceria com uma universidade.

Tabela 5 - TIPOS DE PRODUTORES DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Tipos de produtores	Número de vídeos
ONGs	16
Universidades	13
Produtoras de vídeo	10
Governo estadual	10
Governo federal	9
SS-DF	7
Produtores independentes	6
Governo municipal	4

Fonte: A autora.

Entre cinquenta e seis produtores individuais, vinte e cinco eram instituições públicas (44,64%) e trinta e um eram ONGs e instituições privadas (55,35%). Este pode ser um indicativo sobre a ampliação do mercado para os vídeos em saúde.

Quarenta vídeos tiveram um único produtor. Houve vinte e uma produções em parcerias que se constituíram conforme a tabela abaixo:

Tabela 6 - PARCERIAS DE PRODUÇÃO DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Tipos de parcerias de produção	Tipos de parcerias de produção
Governo estadual - Governo estadual	ONG - Governo federal
Governo estadual - Governo federal	ONG - ONG
Governo federal - Governo estadual	ONG - Produtor independente
Governo federal - ONG	ONG - Produtora de vídeo
Governo federal - Produtora de vídeo	Produtora de vídeo - Governo federal
Governo municipal - Universidade	Produtora de vídeo - Universidade
Produtor independente - ONG	Universidade - Governo municipal
Produtora de vídeo - ONG	Universidade - Produtora de vídeo

Fonte: A autora.

### 9.3.7 - Locais de produção

**Doze Estados** brasileiros e o **Distrito Federal** tiveram vídeos entre os finalistas da III Mostra (Quadro geral dos Estados produtores dos vídeos selecionados - Ver Anexo III).

O Estado com mais vídeos finalistas foi **Pernambuco**, com **treze** vídeos. Em seguida veio **São Paulo** com **onze**. **Rio de Janeiro** e o **Distrito Federal** apresentaram **nove** vídeos cada um na final. **Minas Gerais**, **Bahia**, **Paraná**, **Rio Grande do Sul** e **Santa Catarina** foram para a final com **três** vídeos cada. **Alagoas**, **Espírito Santo**, **Goiás** e **Paraíba** tiveram **um** vídeo cada como seus representantes entre os finalistas.

O desenvolvimento econômico e tecnológico, mas também uma situação oposta pode ser elemento motivador para a produção de vídeos em saúde. Explicando melhor: por um lado há todos os tipos de recursos para a produção desses vídeos, mas problemas de saúde com origens na superpopulação, na vida estressante das grandes cidades *etc.* Por outro lado, embora exista carência de recursos técnicos e econômicos, a produção de vídeos é estimulada pela premência de informação transferida pelos vídeos, principalmente nas áreas de baixa escolaridade e problemas de saúde provocados pela fome, pelas secas, pela falta de saneamento básico, *etc.*

Tabela 7 - ESTADOS PRODUTORES DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III  
MOSTRA

Estados produtores	Número de vídeos
PE	13
SP	11
DF	9
RJ	9
BA	3
MG	3
PR	3
RS	3
SC	3
AL	1
ES	1
GO	1
PB	1

Fonte: A autora.

Uma análise por região mostra-nos que a **região Norte** não teve **nenhum vídeo** na Mostra. A **região Sudeste** (RJ, SP, ES, MG) teve **vinte e quatro** vídeos, possivelmente por ser uma região com muitos recursos econômicos e técnicos. A **região Nordeste** (PE, BA, AL, PB) surpreendeu com **dezoito** produções, fato muito auspicioso uma vez que essa região, devido a carências financeiras e educacionais, necessita de vídeos em saúde para a prevenção de doenças e promoção da saúde. A **região Centro-Oeste** (GO e DF) apresentou **dez** vídeos, com peso forte na produção advinda do Distrito Federal. A **região Sul** (PR, SC, RS) foi representada por **nove** vídeos.

Tabela 8 - REGIÕES DE PRODUÇÃO DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III  
MOSTRA

Regiões produtoras	Número de vídeos
Região Sudeste	24
Região Nordeste	18
Região Centro – Oeste	10
Região Sul	9
Região Norte	0

Fonte: A autora.

### 9.3.8 – Temas

Os sessenta e um vídeos finalistas abordaram **quarenta e oito diferentes assuntos**. (Quadro geral sobre os temas dos vídeos selecionados - Ver Anexo IV)

Por meio de uma análise sobre os temas vistos de forma individual, observa-se que o tema **AIDS** foi o privilegiado, com **seis** vídeos, além de **um** vídeo sobre doenças sexualmente transmissíveis (**DST**), que também inclui a **AIDS**.

Em seguida, o tema **saúde pública** apresentou **três** vídeos. Alguns temas tiveram destaque como: **aborto, saúde mental, gravidez na adolescência, práticas populares de saúde, alcoolismo e saúde em geral** que apresentaram, cada um, **dois** vídeos entre os selecionados.

Para um entendimento melhor dos temas, foi elaborada uma apresentação na qual eles são indicados por grupos temáticos e o resultado foi o seguinte:

- **Doenças** (AIDS, asma, câncer de pele, dengue, diabetes, diarreia, doença de Chagas, doenças hereditárias do sangue, doenças transmitidas pelo sangue, DST, esquistossomose, hipertensão, leishmaniose, malária, obesidade, raiva) – englobaram **dezesseis temas** com a produção de **vinte e dois vídeos**;
- **Saúde em geral** teve dois vídeos e foi tema único; **Saúde pública** (agente comunitário de saúde, conselhos de saúde, infecção hospitalar, práticas populares de saúde, saúde pública propriamente dita) teve oito vídeos e cinco temas e **Saúde mental** teve dois vídeos e um único tema. Este grupo de produções englobou **sete temas** com a produção de **doze vídeos**;
- **Problemas sociais em geral** (desemprego, direitos humanos, mendigos) teve três vídeos e três temas; **meio ambiente** (ecologia, lixo, reciclagem de lixo) teve três vídeos e três temas e **drogas** (alcoolismo, *crack*, tabagismo) teve quatro vídeos e três temas. Este grupo de produções englobou **nove temas** com a produção de **dez vídeos**;
- **Cultura popular** é tema único com a produção de **um vídeo**;

- **Problemas de saúde diversos** (queimaduras, animais peçonhentos, odontologia) – englobam **três temas** com a produção de **três vídeos**;
- **Problemas de saúde de grupos específicos: Saúde da mulher** (aborto, aleitamento, cesariana, câncer ginecológico, parteiras, saúde da mulher, saúde reprodutiva) teve a produção de sete vídeos com sete temas com; **Saúde dos adolescentes** (educação sexual, gravidez na adolescência, saúde do adolescente) teve a produção de quatro vídeos com três temas com; **Saúde indígena** teve um vídeo e **Saúde do trabalhador** teve também um vídeo. Este grupo de produções teve **doze temas e treze vídeos**.

Essas análises servem para dar uma visão panorâmica da diversidade temática e apontar os diferentes interesses dos produtores dos vídeos em saúde. As doenças são os temas prioritários dos vídeos. Os problemas de saúde de grupos específicos estão na vice-liderança dos temas apresentados pelos vídeos. Tanto o tema “Doenças” quanto o grupo temático “Problemas de saúde de grupos específicos” apontam para produções que visam um grupo de indivíduos determinados.

Ressaltamos que foram incluídos no grupo “Saúde mental” os vídeos que tratavam da luta antimanicomial, uma abordagem diferente dos vídeos sobre “Drogas” que falam sobre alcoolismo e *crack*, cujos usuários são considerados doentes mentais pela Organização Mundial da Saúde. Se somarmos esses vídeos aos de “Saúde mental” teremos um conjunto de cinco produções, ou seja, 8,19% do total dos vídeos finalistas. Este é outro indicativo expressivo que pode ser somado, por sua vez, aos vídeos sobre “Doenças”. O resultado desse agrupamento será a produção de 27 vídeos, significando 44,26% dos vídeos finalistas. Observamos, portanto, que os vídeos da III Mostra tinham suas produções voltadas para doenças, o que pode representar um retrato da saúde no país.

Tabela 9 - TEMAS DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Temas dos vídeos	Número de vídeos
Doenças	22
Saúde em geral	2
Saúde pública	8
Saúde mental	2
Problemas sociais	3
Meio ambiente	3
Drogas	4
Problemas de saúde diversos	
animais peçonhentos	1
odontologia	1
queimaduras	1
Problemas de saúde de grupos específicos	
saúde da mulher	8
saúde dos adolescentes	4
saúde do trabalhador	1
saúde indígena	1

Fonte: A autora.

### 9.3.9 – Tipos de projetos de intervenção social

Se considerarmos os vídeos sobre doenças, saúde da mulher, drogas, adolescentes, queimaduras, animais peçonhentos e odontologia como integrantes de **projetos de prevenção de doenças**, teremos **quarenta vídeos**.

Se considerarmos os vídeos sobre saúde em geral, saúde pública, problemas sociais, meio ambiente, cultura popular, saúde mental, saúde indígena, saúde do trabalhador como integrantes de **projetos de promoção de saúde**, teremos **vinte e um vídeos**.

O percentual (44,26%) dos vídeos finalistas com temas sobre doenças confirma a supremacia dos vídeos produzidos para preveni-las. Isso pode apontar para uma forma de intervenção social de caráter mais incisivo, urgente, portanto, atual. A promoção da saúde tem um objetivo a ser alcançado a médio e longo prazo. Podemos concluir, afirmando que a premência informacional pode ser um endosso para o uso de estratégias informacionais por esses vídeos.

Tabela 10 – TIPOS DE PROJETOS DOS VÍDEOS SELECIONADOS NA III MOSTRA

Tipos de projetos de intervenção social	Número de vídeos
Prevenção de doenças	40
Promoção de saúde	21

Fonte: A autora.

#### 9.4 – CARACTERÍSTICAS GERAIS DOS VÍDEOS DA III MOSTRA

Temas apresentados de forma educativa e sem reprimendas são características dos vídeos selecionados na III Mostra, de um modo geral. Os depoimentos de vítimas de doenças, via de regra, são contundentes e até emocionantes, mas sem que sejam feitas “apelações” de comunicação.

A música, em muitos vídeos, é um elemento com forte presença para a contextualização e o despertar de emoções, podendo ser considerada, em determinados casos, uma estratégia informacional.

As informações são, na maioria dos casos, repassadas de maneira objetiva, em função do curto tempo de duração que os vídeos têm.

O humor é um elemento muito presente por ser uma característica do povo brasileiro, mesmo quando diante de adversidades. Esses mesmos vídeos se fossem produzidos na Suécia, por exemplo, com certeza, teriam outros formatos de comunicação.

O trabalho com atores funciona muito bem para alguns casos. Em outros, o melhor mesmo é a utilização de entrevistas, depoimentos ou declarações espontâneas ou elaboradas com antecedência.

Assistir a esses vídeos é uma experiência única porque eles englobam informações sobre doenças e saúde, sobre grupos sociais, sobre experiências de vida, apresentando-as, quase sempre, de maneira clara e com arte porque a utilização da imagem tem muita proximidade com o encantamento e a sedução, mesmo quando o exposto não tenha um aspecto positivo, como é o caso das doenças.

## 10. “FIM”

Retomo a primeira pessoa para encerrar este discurso, respaldada pelo instrumento metodológico conhecido como incidente crítico que deu origem a esta pesquisa.

Assim como acontece nos vídeos, esta tese chega ao “fim”. Ao longo deste trabalho, foi possível averiguar que o ser humano é essencialmente simbólico. Os símbolos, destacando-se entre eles a linguagem, servem como molas propulsoras para suas ações e condutas e auxiliam o desenvolvimento de organizações estáveis. A linguagem imagética (imagens em movimento) dos vídeos constitui-se como instrumento de um discurso de grande uso e penetração na nossa sociedade. Ficou claro que falar em linguagem, seja ela imagética ou não, é falar de estruturas sociais e, conseqüentemente, comunicacionais, de transmissão de informação. Elas são vistas sob a forma de elementos políticos, históricos, culturais produzidos pelo desenvolvimento da sociedade.

Vi que as imagens são sedutoras, mas, como partes integrantes de um discurso, elas precisam da participação do Outro para que existam. Elas favorecem a transferência da informação e por esse motivo e são consideradas como elementos estratégicos. A Ciência da Informação mostrou-se apta para trabalhar com esse processo, utilizando os vídeos.

O uso do vídeo, uma tecnologia de informação e comunicação (TIC), supre lacunas tanto de ordem material (tecnologia barata) quanto de ordem de abrangência (vínculo com a popular televisão). Em resumo, o vídeo é um instrumento de facilitação da percepção, do controle e do desenvolvimento de intervenções sociais. Ele ainda oferece possibilidades de atualização técnica por meio da troca de suportes informacionais (CD-ROM e DVD).

A produção de um vídeo em saúde tem a preocupação em promover uma harmonia entre a informação científica e o dia-a-dia da vida dos espectadores, assim como procura um consenso entre os interesses, necessidades, demandas e expectativas das pessoas e das instituições produtoras dos vídeos em saúde.

Acredito que, no momento da produção ou escolha de um vídeo em saúde, a preocupação com a transferência da informação não deve abranger apenas o processo cognitivo, mas, também, os aspectos éticos, políticos e sociais, tendo como objetivo

diminuir o abismo que existe entre uma parte da sociedade que conhece e outra que não conhece ou conhece pouco. Em outras palavras: deve haver uma preocupação em amenizar o poder conferido pelo saber, que é um instrumento de dominação e de promoção da hierarquia social, que causa discriminações e que promove injustiças sociais.

É necessário recontextualizar ou, usando uma palavra em voga, “customizar” o conhecimento para que a transferência da informação ocorra. É necessário, também, aplicar o conhecimento a uma demanda concreta e resolver problemas reais do existir humano.

A transferência da informação em saúde por meio de imagens em movimento tem tido sucesso ao longo dos tempos e isso deve continuar. O papel da Fiocruz no incentivo e na produção dos vídeos está consagrado e o surgimento de novas tecnologias aumenta seu espectro de atuação.

Particpei, como ouvinte, da II Oficina VideoSaúde realizada pelo Departamento de Comunicação e Saúde (DCS) do Centro de Informação Científica e Tecnológica (CICT) da Fiocruz, em outubro de 2001. Esta oficina reuniu onze profissionais de saúde e dois profissionais de comunicação interessados em produzir vídeos em saúde. Todos eles eram ligados a instituições governamentais.

A Oficina tinha como objetivos responder às demandas de produção e distribuição de vídeos a partir da experiência do próprio DCS, abordando especificamente a elaboração de projetos, os recursos necessários (técnicos, humanos e financeiros) e a supervisão das realizações dos vídeos.

Foi possível observar que a maior parte dos integrantes da Oficina estava envolvida em projetos de intervenção social e pretendia, em primeiro lugar, sensibilizar e despertar seus futuros espectadores para seus projetos, convencendo-os sobre sua importância. Apenas alguns poucos profissionais presentes apresentavam como primeiro objetivo estimular seus espectadores a participarem, de maneira integrada, de seus projetos, que eram parte de um processo educativo.

Durante a Oficina, pude perceber que a produção dos vídeos, imaginada pelos participantes, não tinha como ponto de partida uma sugestão dada pela população, tampouco estava centrada na questão informacional. A preocupação, na maioria dos casos, era dar visibilidade às pesquisas desenvolvidas, destacando o apoio institucional a elas, o

que tornava a maioria dos vídeos planejados em vídeos de divulgação científica. Essa é uma situação que espelha bem a forma de produção de vídeos no país.

Para trabalhar no quadro teórico, devo dizer, os métodos que empreguei foram satisfatórios para a obtenção de meus resultados.

A Análise do Discurso (AD) serviu para explicar as maneiras como foram ditas as coisas, sem interpretar, semanticamente, os conteúdos. Além disso, a AD contribuiu para a construção da tipologia dos vídeos em saúde e para a identificação das estratégias informacionais empregadas nos vídeos analisados.

A pesquisa documental, embora tenha oferecido poucas informações para alguns tópicos, serviu para dar sustentação ao tema da tese.

A função da transferência da informação é muito importante e a ela deve ser dada uma especial atenção. A Ciência da Informação, tradicionalmente, tem abordado esse tema, mas não de maneira pragmática. Por esse motivo, dediquei-me a pesquisar o dispositivo que pode trazer sucesso a esse processo, ou seja, as estratégias informacionais, aqui apresentadas pela primeira vez.

O processo de compreensão e conseqüente transferência da informação, segundo a teoria, se estabelecem em três níveis: primeiro acontece a oferta de sentido, depois existe a seleção das mensagens e, finalmente, a compreensão do conteúdo delas. Um indivíduo, dificilmente, estará totalmente desprovido de informação sobre um determinado tema em saúde. Poderá, por vezes, ter obtido informações incorretas que circulam na vida cotidiana. Mas ao adquirir uma informação com base científica e transmitida de maneira que ele possa decodificá-la com facilidade, ele estará agregando-a à sua estrutura cognitiva de maneira a produzir conhecimento. E tudo isso acontece por meio da cognição que associará, via memória, a informação recebida com alguma experiência vivida, fazendo com que o indivíduo, movido pelo interesse, perceba a informação, dando a ele condições de formular um juízo sobre a informação assimilada. A partir dessas informações assimiladas, o indivíduo terá liberdade para escolher a forma de agir, isto é, poderá estabelecer o comportamento que lhe parecer adequado.

Observei, durante a elaboração desta tese, que as informações transferidas pelos vídeos em saúde precisam ser coerentes e articuladas e não fragmentadas ou apenas sob a

forma de notícias. É necessário que essas informações permitam que os indivíduos desenvolvam ações na sua realidade cotidiana de maneira mais consciente.

Uma atitude informacional ética da informação está diretamente relacionada à observação do estilo de vida dos usuários/espectadores. A transferência de informações em saúde deve se dar por meio de uma linguagem simples e acessível. O intuito não é formar cientistas, nem tampouco ensinar ciências biomédicas. Trata-se de uma questão informacional que envolve a saúde dos indivíduos e tem um forte caráter democrático na medida em que, voltamos a dizer, esses indivíduos, que não tinham as informações sobre o que acontece em seus organismos, possam compreender, refletir e, como já foi dito, tomar decisões sobre sua saúde.

O interesse e a necessidade são elementos balizadores desse processo informacional. Uma informação, se não for desejada ou não se mostrar adequada, dificilmente conseguirá chamar a atenção de alguém.

Em qualquer circunstância, sempre deverá existir uma escolha ética sobre que informação deve ser transferida e para quem. Particularmente, no caso dos vídeos em saúde, seria muito útil se as pessoas a quem essas informações são dirigidas, fossem ouvidas a respeito de suas curiosidades e necessidades informacionais.

Minha preocupação com a questão ética relacionada com as intervenções social e informacional foi apaziguada ao verificar que, na área da Saúde, essas intervenções são freqüentes e até mesmo necessárias.

A questão emergencial da área da saúde que, muitas vezes, foge ao controle dos pesquisadores e profissionais da área, faz com que medidas drásticas, consideradas antidemocráticas, sejam adotadas. Vários exemplos podem ser dados, a começar pela atuação de Oswaldo Cruz.

Quero lembrar a vacina obrigatória instituída por Oswaldo Cruz provocou uma revolta de âmbito nacional, em 1904. No entanto, erradicou a varíola e salvou muitas vidas. O mesmo Oswaldo Cruz acabou com a epidemia de febre amarela, em 1907, bem como a peste bubônica.

Hoje, vírus transmitidos por roedores, carne da vaca que ingeriu alimentos inadequados podem causar a morte de muitas pessoas. Isso sem falar das tragédias ecológicas ou falhas em indústrias químicas e nucleares que deixam em seu rastro morte e doenças desconhecidas. Portanto, o tipo e a maneira de transferir informação vai variar de acordo com o perigo e a intensidade do problema sobre o qual ela versa. A radicalização nas ações sanitárias ainda existe e elas podem ser vistas no combate à febre da galinha e à doença da vaca louca.

Quando falo de intervenção informacional, provocada pelo uso de estratégias para adequação das informações e sua posterior transferência, aponto para a validade do processo, pois considero que a informação, em si mesma, é uma intervenção cognitiva. Explico melhor: a informação, tal como trabalho nesta tese, é um discurso. Todo e qualquer discurso é um instrumento de poder. A informação, de acordo com os teóricos estudados, provoca mudanças na estrutura cognitiva dos indivíduos. Por sua vez, ela é fruto de um contexto que perde sua função quando não se apresenta de forma adequada. Nessa hora, a informação deve ser moldada pelas estratégias de maneira a ter sua transferência facilitada.

Relacionando todo esse fluxo informacional à questão da saúde, não há dúvida que, diante de doenças e necessidade de melhoria da qualidade de vida de uma sociedade a não informação é que seria antiética. Lembro, no entanto, que por trás disso tudo deve haver o respeito aos seres humanos envolvidos nessas questões. Todos devem ser ouvidos e respeitados. Portanto, não considero pernicioso o uso de estratégias quando elas visam democratizar um diálogo via informação.

No Brasil, o modelo conhecido como desenvolvimentista, apesar de considerado obsoleto é, ainda, muito utilizado na área da saúde.

As conferências nacionais e internacionais de saúde recomendam, cada vez mais, a participação ativa dos indivíduos nas ações de saúde desenvolvidas pelo Estado. Consideramos essa proposta um avanço.

Infelizmente no Brasil, existe um percentual significativo da população que vive abaixo da linha da pobreza. Dela fazem parte indivíduos que não têm acesso à quase nada (ver epígrafe desta tese). Essa parte da população, principalmente, está exposta a diversos

problemas de saúde decorrentes da fome e das condições de vida. A fome traz consigo, entre outros problemas, o atraso no desenvolvimento físico e cognitivo.

Ao lado da luta pelo fim da fome, por melhores condições de vida de um modo geral, considero, como outro ponto de destaque, a formação da cidadania e vejo a informação como um elemento estratégico desse processo. Explico. A estrutura cognitiva é estimulada por meio da informação. Mas para que haja senso crítico, escala de valores e livre escolha, é necessário que antes exista informação. Essa é transferida respeitando o contexto histórico, social, econômico e político do indivíduo e seu grupo, de maneira a prepara-los para ratificar ou retificar essa informação, no futuro, a partir de sua percepção formada por seu estoque informacional. Considero ético esse caminho. Faço aqui uma analogia: ninguém chega a ser um físico de destaque internacional sem um dia ter aprendido tabuada.

Chego ao final desta pesquisa certa da necessidade de uso de estratégias informacionais como elementos facilitadores da transferência da informação. E verifico que tenho respaldo nas formas de ação da área da saúde que fazem uso de estratégias tanto para prevenir doenças quanto para promover saúde.

Com sua interdisciplinaridade, a Ciência da Informação pode ocupar-se da transferência da informação, utilizando as estratégias obtidas por meio de modelos teóricos de diversas áreas, como esta tese pode demonstrar, para caracterizar as intenções de sua ação informacional.

Considero que alcancei os objetivos deste trabalho ao observar que as estratégias existem e podem ser usadas nas produções de vídeos. E considero também que seu uso, consciente ou inconsciente, não deve ser associado a um aliciamento negativo. Minha conclusão tem respaldo teórico e a partir dele pude desenvolver ferramentas metodológicas que poderão facilitar o processo de transferência de informação de uma forma ampla. Digo isso porque, esta tese fornece elementos para a construção de estratégias informacionais de diversos tipos e exemplos de seu uso. Elas poderão ser de grande valia para a produção de vídeos.

Nas videotecas elas servirão para a seleção de vídeos para empréstimos de acordo com seus usuários. Além disso, o reconhecimento das estratégias servirá para extrair

elementos a serem registrados nas bases de dados, facilitando assim a organização, identificação e disseminação da informação pertinente à sua demanda. O formato Marc prevê o uso do campo 521 para notas de público alvo, tendo o subcampo 0 para indicação de nível de leitura/compreensão, o subcampo 1 para indicação de nível de idade, o subcampo 2 para nível de interesse, o subcampo 3 para características de audiências especiais e o subcampo 4 para nível de motivação/interesse. Com essas medidas, o atendimento nas videotecas estará sendo privilegiado de forma expressiva.

Ainda no campo da disseminação da informação, as categorias de vídeos em saúde construídas por esta tese facilitarão, como as estratégias, o registro das informações pertinentes aos vídeos.

A análise dos dados das fichas técnicas dos vídeos, apresentadas sob forma de tabelas, oferece uma visão da produção dos vídeos em saúde em um determinado período e em determinados locais do Brasil.

A categorização dos vídeos e a visão de sua produção poderão servir para o estabelecimento de políticas de informação e comunicação em saúde. Estas também poderão fazer uso das estratégias em todos os seus tipos de ação, adaptando-as aos diversos suportes informacionais neles empregados. Quero lembrar que as iniciativas de planejamento costumam empregar estratégias e essas poderão estar agregadas às estratégias informacionais. Isso é dito porque observei que as estratégias poderão auxiliar não apenas os vídeos, mas também *sites*, hipertextos, a divulgação de publicações, a elaboração de resumos para usuários, enfim, onde quer que ocorra uma transferência de informação.

No caso específico do planejamento de campanhas de prevenção de doenças ou de promoção da saúde, qualquer coisa que facilite o alcance de seus objetivos deve ser vista com bons olhos, pois em foco está a saúde e o bem estar da população.

## REFERÊNCIAS<sup>288</sup>

ANNUAL CONFERENCE OF CANADIAN ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE, 23., 1995, Edmonton. *Proceedings...* Alberta, [s.n., 1995?].

AQUINO, Míriam de Albuquerque (Org.). *O campo da Ciência da Informação*. Gênese, conexões e especificidades. João Pessoa: UFPB, 2002.

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. A construção social da informação: dinâmica e contextos. *DataGramaZero*, Rio de Janeiro, v.2, n.5, Out. 2001. <http://www.dgzero.org.br> . Acesso em: 13 jan. 2002.

ARAÚJO, Inesita. *A reconversão do olhar*. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

ARAÚJO, Vânia Maria R. Hermes de. *Sistemas de recuperação da informação: nova abordagem teórico-conceitual*. 1994. 1 v. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1994. Orientadores: Prof. Muniz Sodré de Araújo Cabral e Profª. Gilda Maria Braga.

ARENDT, Hanna. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

\_\_\_\_\_. *A vida do espírito*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1991.

ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, s.d.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 6023: informação e documentação: referências – elaboração*. Rio de Janeiro, 2000.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. São Paulo: Papyrus, 1999.

\_\_\_\_\_; BERGALA, Alain; MARIE, Michel *et al.* *A estética do filme*. Campinas: Papyrus, 1995.

AYRES, José Ricardo de Carvalho Mesquita; FRANÇA JÚNIOR, Ivan; CALAZANS, Gabriela Junqueira; SALETTI FILHO, Heraldo César. O conceito de vulnerabilidade e as práticas de saúde: novas perspectivas e desafios. In: CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde*. Conceitos, reflexões, tendências. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 117-139.

BANDURA, Albert. *Social learning theory*. <http://www.hfni.gsehd.gwu.edu/~tip/bandura.html/>. Acesso em: 30 out. 2000.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A eficiência técnica e econômica e a viabilidade de produtos e serviços de informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v.25, n.3, 1996. <http://www.ibict.gov.br> . Acesso em: 15 jun. 2000.

\_\_\_\_\_. A questão da informação. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v.8, n.4, p.3-8, Out./Dez. 1994.

---

<sup>288</sup> As referências seguem a norma 2063 da ABNT, com exceção das dissertações e teses que, por exigência do PPGCI, incluem os nomes dos orientadores, mesmo não constando da norma em vigor.

BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BELKIN, Nicholas J. Cognitive models and information transfer. *Social Science Information Studies*, Guildford, v.4, p. 111-129, 1984.

\_\_\_\_\_. The cognitive viewpoint in Information Science. *Journal of Information Science*, London, v.16, p.11-15, 1990.

\_\_\_\_\_. Progress in documentation. Information concepts for Information Science. *Journal of Documentation*, London, v.34, n.1, p.55-85, Mar. 1978.

\_\_\_\_\_; ROBERTSON, Stephen E. Information Science and the phenomenon of information. *Journal of the American Society for Information Science*, Washington, v.27, n.4, p. 197-204, July/Aug. 1976.

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 1993.

\_\_\_\_\_. Os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana. In: \_\_\_\_\_. *A construção social da realidade*. Tratado de sociologia do conhecimento. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 1993. Cap.1.

BERINSTEIN, Paula. Moving multimedia: the information value in images. *Searcher*, Medford, v.5, n.8, p.40-46 e 48-49, Sept. 1997.

BIDARRA, Rafael. *Video.grafias*. <http://www.univ-ab.pt/~bidarra/hyperscapes/video-grafias-195.htm>. Acesso em: 19 ago. 2001.

BOLETIN sobre reducción de desigualdades en salud. (mensagem institucional). *E-mail* recebido em: 14 jun. 2001. [equidad@lisserv.paho.org](mailto:equidad@lisserv.paho.org).

BOSI, Alfredo. Fenomenologia do olhar. In: O OLHAR. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 65-87.

BOULDING, Kenneth. *The image: knowledge of life in society*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1973.

BRAGA, Gilda Maria; CHRISTOVÃO, Heloísa Tardin. *Socialização da informação: desenvolvimento de metodologias para a sua efetivação*. Estudo aplicado às áreas de Ciência da Informação e de Saúde. Rio de Janeiro: [s.n.], 1996. (Projeto integrado de pesquisa)

BRASIL. Ministério da Saúde. *As Cartas da promoção da Saúde*. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. [http://www.saude.gov.br/bvs/conf\\_tratados.html](http://www.saude.gov.br/bvs/conf_tratados.html). Acesso em: 03 maio 2003.

BROOKES, Bertram Claude. The foundation of Information Science. part 1 – philosophical aspects. *Journal of Information Science*, London, n.2, p.125-133, 1980.

\_\_\_\_\_. The fundamental equation of Information Science. In: CHERNYI, Arkadii Ivanovich (Org.). *Problems of Information Science*. Moscow: Viniti, 1975. p. 115-130. (FID 530).

BRUNO, Fernanda. Diet'ética: a saúde na mídia. *ECO*, Rio de Janeiro, v.1, n.5, p.69-82, 1994.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceitos e funções. *Ciência e Cultura*, São Paulo, v.37, p. 1420-1427, Set. 1995.

BUSS, Paulo Marchiori. Uma introdução ao conceito de promoção da saúde. In: CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde. Conceitos, reflexões, tendências*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 15-38.

\_\_\_\_\_. Promoção da saúde e qualidade de vida. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v.5, n.1, p. 163-177, 2000.

CANDOTTI, Enio. Ciência na educação popular. In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002. p.15-23.

CAPURRO, Rafael. Foundations of Information Science. Review and perspectives. In; VAKKARI, Pertti; CRONIN, Blaise (Eds.). *Conceptions of Library and Information Science. Historical, empirical and theoretical perspectives*. London: Taylor Graham, 1992. p. 82-96.

CENTRO DE INFORMAÇÕES CIENTÍFICAS E TECNOLÓGICAS. Departamento de Comunicação e Saúde. *Relatório de atividades – 2003*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2004.

CENTRO de Intervenção Social (CIS). <http://www.cis.iste.pt/documentos/relcis00.final.pdf>  
Acesso em: 18 abr. 2002.

CHARTIER, Roger. *A história cultural. Entre práticas e representações*. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia. O discurso competente e outras falas*. São Paulo: Moderna, 1982.

CHERNYI, Arkadii Ivanovich (Org.). *Problems of Information Science*. Moscow: Viniti, 1975. (FID 530).

CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002.

COLLINS, Harry. Humans, machines, and the structure of knowledge. *Stanford Humanities Review*, Stanford, v.4, n.1, p.67-84, 1995.

\_\_\_\_\_; KUSCH, Martin. *The shape of actions. What humans and machines can do*. Cambridge: MIT, 1999.

\_\_\_\_\_. Methods and principles. In. \_\_\_\_\_. *The shape of actions. What humans and machines can do*. Cambridge: MIT, 1999. Cap.2, p.7-53.

CONFERÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE, 7, 1986, Brasília. *Anais ...* Brasília: Ministério da Saúde, 1986.

CONGRESO INTERNACIONAL DE DOCUMENTACION, 21-24 Set., 1970. *Proceedings...* Buenos Aires: FID, 1970.

CONSTRUINDO a 12ª Conferência Nacional de Saúde: a importância da comunicação na democratização da informação. *Canal Saúde*, Rio de Janeiro, v.4, n.19, p. 6-9, Maio/Jun. 2003.

CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. *Informação e movimento*. Uma ciência da arte filmica. Rio de Janeiro: Madgráfica, 2000.

\_\_\_\_\_. *Representação integrada da documentação filmica: critérios e princípios de análise da informação*, 1998. 1 v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Maria Nélida González de Gómez.

CZERESNIA, Dina. O conceito de saúde e a diferença entre prevenção e promoção. In: \_\_\_\_\_; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde*. Conceitos, reflexões, tendências. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 39-53.

\_\_\_\_\_; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde*. Conceitos, reflexões, tendências. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003.

DEBRAY, Régis. *Manifestos midiológicos*. Petrópolis: Vozes, 1995.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. Estratégias teóricas para persuasão. In: \_\_\_\_\_ . *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993. p. 290-312.

\_\_\_\_\_. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.

DEMO, Pedro. *Conhecimento moderno*. Sobre ética e intervenção do conhecimento. Petrópolis, Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Metodologia científica em Ciências Sociais*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

DONDIS, Donis A. *A sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

ENGESTROM, Yrjo. Activity theory and individual and social transformation. In: \_\_\_\_\_; MIETTINEN, Reijo; PANAMAKI, Raija-Leena (Eds.). *Perspectives on activity theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. p. 19-38.

\_\_\_\_\_; MIETTINEN, Reijo; PANAMAKI, Raija-Leena (Eds.). *Perspectives on activity theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. p. 19-38.

ESSEX-LOPRESTI, Michael. The medical film 1897-1997: part I. The first half-century. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, London, v.2, n.1, p.7-12, Mar. 1998.

\_\_\_\_\_. The medical film 1879-1997: part 2. The second half-century. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, London, v.21, n.2, p.48-55, Jun. 1998.

FARIAS, Yaracylda Oliveira (Org.). *O discurso publicitário*. Instrumentos de análise. Recife: UFPE, 1995.

FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, n.27, Jul.1992.

\_\_\_\_\_. O presidente da televisão. *Comunicação e Política*, São Paulo, v.9, n. 11, p. 7-27, Abr./Jun. 1990.

FERNANDES, Geni Chaves. *O que é Ciência da Informação: identificação através de relações conceituais a partir de três visões*. 1993. 1 v. Dissertação ( Mestrado em Ciência da

Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993. Orientadoras: Profª. Maria Nélide González de Gómez e Profª. Rosali Fernandez de Souza.

FID/ET TECHNICAL MEETING, 8-11 June 1976, Madrid. *Common features of training of information specialists*. Frankfurt am Main: Deutsche Gesellschaft für Dokumentation, 1977. (FID/ET Occasional Paper 3).

FIELD, Syd. *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

\_\_\_\_\_. *História da Sexualidade*. Rio de Janeiro: Graal, 1984. v.2 – O uso dos prazeres.

\_\_\_\_\_. *Microfísica do poder*. 18.ed. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

\_\_\_\_\_. Sobre a genealogia da ética. Uma revisão do trabalho. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FREIRE, Isa Maria. Da construção do conhecimento científico à responsabilidade social da Ciência da Informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v.12, n.1, 2002. <http://www.informacaoesociedade.ufpb.br>. Acesso em: 20 jan. 2003.

FREIRE, Paulo. *Education for critical consciousness*. New York: Continuum Press, 1983.

FREITAG, Bárbara; ROUANET, Sérgio Paulo. *Habermas*. São Paulo: Ática, 1980. p. 100-118. (Sociologia, 15).

FREITAS, Carlos Machado de. A vigilância da saúde para a promoção da saúde. In: CZERESNIA, Dina; FREITAS, Carlos Machado de (Orgs.). *Promoção da saúde*. Conceitos, reflexões, tendências. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2003. p. 141-159.

FROHMANN, Bernd. Taking information policy beyond Information Science applying the actor network theory. In: ANNUAL CONFERENCE OF CANADIAN ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE, 23., 1995, Edmonton. *Proceedings...* Alberta, [s.n., 1995?].

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (Fiocruz). <http://www.fiocruz.br>. Acesso em: 12 maio 2001.

FURTH, Hans G. *Piaget e o conhecimento*. Fundamentos teóricos. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1974.

GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GONÇALVES, Antônio Cláudio Brasil. *Os novos paradigmas da imagem em movimento: em busca de metalinguagem de representação visando a recuperação do conteúdo semântico*. 2003. 1 v. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Orientadores: Prof. Aldo de Albuquerque Barreto e Profª. Rosali Fernandez de Souza.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. Além do estado e do mercado: a busca de novos parâmetros de institucionalização da informação. *Revista do Serviço Público*, Rio de Janeiro, v.118, n.3, p. 143-151, Set./Dez. 1994.

\_\_\_\_\_. O caráter seletivo das ações de informação. *Informare*, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p.7-30, Jul./Dez. 1999.

\_\_\_\_\_. Dos estudos sociais da informação aos estudos do social desde o ponto de vista da informação. In: AQUINO, Mírian de Albuquerque (Org.). *O campo da Ciência da Informação*. Gênese, conexões e especificidades. João Pessoa: UFPB, 2002. p. 25-47.

\_\_\_\_\_. A informação: dos estoques às redes. *Ciência da Informação*, Brasília, v.24, n.1, p.77-83, Jan./Abr. 1995.

\_\_\_\_\_. O papel do conhecimento e da informação nas formações políticas ocidentais. *Ciência da Informação*, Brasília, v.16, n.2, p. 157-167, Jul./Dez. 1987.

GRUPO TEMMA. *Análise documentária: a análise da síntese*. Brasília: Ibict, 1987.

HABERMAS, Jürgen. O conceito de poder de Hannah Arendt. In: FREITAG, Bárbara; ROUANET, Sérgio Paulo. *Habermas*. São Paulo: Ática, 1980. p. 100-118. (Sociologia, 15).

\_\_\_\_\_. *Conhecimento e interesse*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

\_\_\_\_\_. *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

\_\_\_\_\_. *O discurso filosófico da modernidade*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

HELP for health trust. <http://www.hfht.or.chiq/Chiq%20checklist.paf> Acesso em: 05 nov. 2001.

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisas em comunicação. In: \_\_\_\_\_; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 187-240.

\_\_\_\_\_. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: \_\_\_\_\_; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 61-98.

\_\_\_\_\_; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

HOLLAND, James Gordon; SKINNER, Burrhus Frederick. *A análise do comportamento*. São Paulo: EPU, 1975.

HOVLAND, Carl I.; JANIS, Irving L.; KELLEY, Harold H. *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. Westport: Greenwood Press, 1982.

INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS (ISA). Medford, Information Today, v.4, 1969-v.37, 2002. Mensal.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Norma de apresentação tabular*. 3. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 1993.

INTERDISCURSOS da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem. Rio de Janeiro; Brasília: Ibict, 2000.

JACOB, Elin K.; SHAW, Debora. Sociocognitive perspectives on representation. *Annual Review of Information Science and Technology*, Medford, v.33, p.131-185, 1998.

JÜRGEN Habermas: 60 anos. *Revista Tempo Brasileiro*, Rio de Janeiro, n. 98, Jul./Set. 1989.

KOCH, Ingedore Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 1999.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (Org.). *Imagem e memória*. Ensaios em antropologia visual. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.

LALONDE, Marc. El concepto de “campo de la salud”: una perspectiva canadiense. In: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). *Promoción de la Salud*: una antología. Washington: OPAS, 1996.

LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: UNESP, 2000.

\_\_\_\_\_. *A esperança de Pandora*. Bauru: EDUSC, 2001.

LÉVY, Pierre. Fundamentos da economia do conhecimento. *Exame Negócios*, São Paulo, 2001. [http://www.uol.com.br/negociosexame/revista/revista0015\\_7.html](http://www.uol.com.br/negociosexame/revista/revista0015_7.html). Acesso em: 12 out. 2003.

\_\_\_\_\_. *A inteligência coletiva*. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

\_\_\_\_\_. *O que é o virtual?* São Paulo, Ed.34, 1996.

\_\_\_\_\_. *As tecnologias da inteligência*. O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LIBRARY & INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS (LISA). Westgrimstead, England, Bowker-Saur, n. 1969 - . Mensal.

LONDON Guildhall University information strategy <http://www.lgu.ac.uk/aro/Infostrat.html>. Acesso em: 05 nov. 2001.

LOPES, Luís Carlos. Representação e significação nos fenômenos comunicacionais. *Ciberlegenda*, Niterói, n.5, 2001. <http://www.uff.br/mestcii/lcllop5.htm>. Acesso em: 19 ago. 2001.

MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1997.

MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. Uma história de amor e ódio. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MARTELETO, Regina Maria. Conhecimento e sociedade: pressupostos da antropologia da informação. In: AQUINO, Míriam de Albuquerque (Org.). *O campo da Ciência da Informação*. Gênese, conexões e especificidades. João Pessoa: UFPB, 2002. p. 101-115.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Os exercícios de ver*. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? *In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). Teorias da comunicação. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p.11-25.*

\_\_\_\_\_. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. *In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). Teorias da comunicação. Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 27-38.*

MASSARANI, Luísa. *A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20. 1998. 1v. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Orientadores: Profª. Lena Vania Ribeiro Pinheiro e Prof. Ildeu de Castro Moreira.*

MELO, José Marques de. *Comunicação: direito à informação. Campinas: Papirus, 1986.*

MILLER, George Armitage; GALANTER, Eugene; PRIBRAM, Karl H. *Plans and structure of behaviour. New York: Holt, 1960.*

MONTEIRO, José Renato; BRANDÃO, Sérgio. Ciência e TV: um encontro esperado. *In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum de Ciência e Cultura, 2002. p.89-105.*

MONTERO LAGO, Grisel. Prevenção é para o ano todo. *Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 10 Mar. 2002. p. 13. Entrevista concedida a Luiz Ernesto Magalhães.*

MORAES, Alice Ferry de. *Jornal – fonte de pesquisa. O uso da informação jornalística por pesquisadores para produção de conhecimento na Universidade. 1995. 1 v. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995. Orientadora: Profª. Maria Nélide González de Gómez.*

MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARANI, Luísa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. *In: CIÊNCIA e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, Fórum da Ciência e Cultura, 2002. p.43-64.*

\_\_\_\_\_. A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 1920. *História, Ciências, Saúde: Manguinhos, Rio de Janeiro, v.7, n.3, p.627-651, Nov.2000/Fev.2001.*

MOREIRO GONZALEZ, José A. Significantes y significados en el análisis documental de la imagen. *In: PINTO MOLINA, Maria (Ed.). Catalogación de documentos: teoría y practica. 2.ed. Madrid: Síntesis, 2001. p. 395-418.*

MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1978.*

MUELLER, Conrad. *Luz e visão. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1972.*

NEISSER, Ulric. *Cognition and reality. San Francisco: Freeman, 1976.*

\_\_\_\_\_. *Cognitive psychology. New York: Meredith, 1967.*

NIEMEYER FILHO, Aloysio. *Ver e ouvir. Brasília: UNB, 1997.*

NORTON, Melanie Jay. Communication. In: \_\_\_\_\_. *Introduction concepts in Information Science*. Medford: Information Today, 2001. Chapter 3, p. 39-50. (ASIS monograph series).

\_\_\_\_\_. *Introduction concepts in Information Science*. Medford: Information Today, 2001. Chapter 3, p. 39-50. (ASIS monograph series).

OFICINA VIDEOSAÚDE, 2., 2001, Rio de Janeiro. Notas de aula.

O OLHAR. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). *Promoción de la Salud: una antología*. Washington: OPAS, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. *A linguagem e seu funcionamento*. As formas do discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PASQUALI, Antonio. *Compreender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila, 1978.

PECHEUX, M. *Les verités de la Palice*. Paris: Maspero, 1975.

PEIXOTO, Clarice Ehlers. Memória em imagens: uma evocação do passado. In: KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (Org.). *Imagem e memória*. Ensaios em antropologia visual. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. p. 173-186.

PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas. *Luz, câmera ... tecnociência em ação, natureza e sociedade em fabricação*. 1997. 1 v. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Sociologia) - Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. Orientador: Prof. Simon Schwartzman.

PÉREZ REYNA, Carlos. Vídeo & pesquisa antropológica: encontros & desencontros. *Biblioteca on line em ciências da comunicação*. <http://bocc.ubi.pt/pag/texto.ph3?html2=reyna-carlos-video-pesquisa.html>. Acesso em: 13 abr. 2002.

PIAGET, Jean. *A epistemologia genética; sabedoria e ilusões da filosofia; problemas de psicologia genética*. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Os pensadores, 12).

PIAULT, Marc Henri. Real e ficção: onde está o problema? In: KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (Org.). *Imagem e memória*. Ensaios em antropologia visual. Rio de Janeiro: Garamond, 2001. p. 151-171.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. *A Ciência da Informação entre sombra e luz: domínio epistemológico e campo interdisciplinar*. 1997. 1 v. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. Orientadora: Profª. Gilda Maria Braga.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In: INTERDISCURSOS da Ciência da Informação: Arte, Museu e Imagem. Rio de Janeiro; Brasília: Ibict, 2000. p. 7-17.

\_\_\_\_\_; LOUREIRO, José Mauro Matheus. Traçados e limites da Ciência da Informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v.24, n.1, 1995. <http://www.ibict.br/cionline>. Acesso em 21 fev. 2001

- PINTO, Milton José. *A imagem e seus mitos*. <http://www.facom.ufba.br/pretextos/pinto.html>. Acesso em: 19 ago. 2001.
- PINTO MOLINA, Maria (Ed.). *Catalogación de documentos: teoria y practica*. 2.ed. Madrid: Sintesis, 2001.
- PITTA, Áurea M. da Rocha (Org.). *Saúde & comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995.
- POPPER, Karl. *A lógica das ciências sociais*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- PORTOCARRERO, Vera (Org.). *Filosofia, história e sociologia das ciências I: abordagens contemporâneas*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994.
- \_\_\_\_\_. Foucault: a história dos saberes e das práticas. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Filosofia, história e sociologia das ciências I: abordagens contemporâneas*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994. p. 43-65.
- PRADO, Geraldo Moreira. Da ordem presente à razão futura. Alguns pontos de vista sobre o tema: Ética na produção científica do IBICT (1972-1996). *Ciência da Informação*, Brasília, v.25, n.3, p. 1-17, 1996. <http://www.ibict.br/cionline>. Acesso em: 21 fev. 2001.
- RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- \_\_\_\_\_. As redes e o poder. In: \_\_\_\_\_. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- RIBEIRO, Leila Beatriz. *Narrativas informacionais: cinema e informação como invenções modernas*. 2003. 1 v. Projeto de qualificação (Doutorado em Ciência de Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Regina Maria Marteleto.
- ROBERTS, Norman. A search for information man. *Social Science Information Studies*, Guildford, v.2, p.93-104, 1982.
- \_\_\_\_\_. Social consideration towards a definition of Information Science. *The Journal of Documentation*, London, v.32, n.4, p. 249-257, Dec. 1976.
- RODRIGUES, Bichat de Almeida *Fundamentos da administração sanitária*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1967.
- \_\_\_\_\_. *Fundamentos da administração sanitária*. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1979.
- RODRIGUES, José Carlos. *O corpo na história*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999.
- ROGERS, Everett Mitchell. *Diffusion of innovation*. New York: Free Press, 1995.
- RONDELLI, Elizabeth. Mídia e saúde: os discursos se entrelaçam. In: PITTA, Áurea M. da Rocha (Org.). *Saúde & Comunicação*. Visibilidades e silêncios. São Paulo: Hucitec: Abrasco, 1995. p. 38-47.
- SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfred. *Imagem*. Cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as ciências*. 12 ed. Porto: Afrontamento, 2001.

SCHRADER, Alvin M. The domain of Information Science: problems in conceptualization and in consensus-building. *Information Service & Use*, Amsterdam, n. 6, p. 169-205, 1986.

SCHRAMM, Wilbur Lang. *Investigación de la comunicacion en los Estados Unidos*. [http://mailweb.uplap.mx/~jpriante/investigacion\\_usa.html](http://mailweb.uplap.mx/~jpriante/investigacion_usa.html) . Acesso em: 11 nov. 2001.

\_\_\_\_\_. *Men, messages, and media: a look at human communication*. New York: Harper & Row, 1973.

SEMINÁRIO MULHER & MÍDIA: UMA PAUTA DESIGUAL? , 1997, São Paulo. [Relatório...] São Paulo: CFEMEA: Rede Saúde, 1997.

SIRIHAL, Adriana Bogliolo; LOURENÇO, Cíntia de Azevedo. Informação e conhecimento: aspectos filosóficos e informacionais. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v.12, n.1, p.67-92, Jan./Jun. 2002.

SMIT, Johanna. A análise da imagem: um primeiro plano. In: GRUPO TEMMA. *Análise documentária: a análise da síntese*. Brasília: Ibict, 1987.

\_\_\_\_\_; DIAS, Eduardo Wense; SOUZA, Rosali Fernandez de. Contribuição da pós-graduação para a Ciência da Informação no Brasil: uma visão. *DataGramaZero*, Rio de Janeiro, v.3, n.6, Dez. 2002. <http://www.dgzero.org.br>. Acesso em: 20 jan. 2003.

SOUZA, Isabela Cabral Félix de. Sucesso e fracasso numa experiência de educação em saúde. *Revista de Educação e Ensino – USF*, Bragança Paulista, v.4, n.1, p.39-44, Jan./Jun. 2001.

SOUZA, Tânia C. Clement de. Discurso e imagem: perspectiva de análise do não-verbal. *Ciberlegenda*, Niterói, n.1, 1998. <http://www.uff.br/mestcii/>. Acesso em: 19 ago. 2001.

STACHTCHENKO, Sylvie; JENICEK, Milos. Conceptual differences between prevention and health promotion: research implications for Community Health Programs. *Canadian Journal of Public Health*, Ottawa, v.81, n.1, p.53-59, 1990. p.55.

UNIVERSITY OF LINCOLN. *What is an information strategy?* <http://www.ulh.ac.uk/ls/staff/jeb/infstrat.htm> . Acesso em: 05 jan. 2001

VAKKARI, Pertti; CRONIN, Blaise (Eds.). *Conceptions of Library and Information Science*. Historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992.

VALLA, Victor Vincent. Educação e saúde do ponto de vista popular. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Saúde e educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000. p. 11-32.

\_\_\_\_\_. País ignora discurso e modo de vida das classes populares. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 25 Jun. 2000. Cad. Educação & Trabalho, p.1. Entrevista concedida a Eliane Bardanachvili.

\_\_\_\_\_. (Org.). *Saúde e educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

VERNET, Marc. Cinema e narração. In: AUMONT, Jacques; BERGALA, Alain; MARIE, Michel et al. *A estética do filme*. Campinas: Papyrus, 1995.

VERON, Eliseo. *Construire l'événement*. Paris: De Minuit, 1981.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós, 1983.

VIRILIO, Paul. *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1994.

WALLERSTEIN, Nina; BERNSTEIN, Edward. Empowerment education: Freire's ideas adapted to health education. *Health Education Quarterly*, New York, v.12, n.4, p.379-394, Winter 1988.

WERSIG, Gernot. Communication theory and user analysis. The communication theory frame of reference. *In: CONGRESO INTERNACIONAL DE DOCUMENTACION*, 21-24 Set., 1970. *Proceedings...* Buenos Aires: FID, 1970. p.1-13.

\_\_\_\_\_. Information consciousness and information propaganda. *In: FID/ET TECHNICAL MEETING*, 8-11 June 1976, Madrid. *Common features of training of information specialists*. Frankfurt am Main: Deutsche Gesellschaft für Dokumentation, 1977. p.46-52. (FID/ET Occasional Paper 3).

\_\_\_\_\_. Nova visão de "redução de incertezas". *Informe. Boletim do PPGCI*, Rio de Janeiro, v.1, n.2, p.1-4, Nov./Dez. 1988. Entrevista concedida a Luísa Massarani.

\_\_\_\_\_; NEVELING, Ulrich. The phenomena of interest to Information Science. *The Information Scientists*, London, v.9, n.4, p. 127-140, 1975.

\_\_\_\_\_; WINDEL, Günther. Information Science needs a theory of "information actions". *Social Science Information Studies*, Guildford, v.5, p. 11-23, 1985.

XAVIER, Ismail. Cinema: revelação e engano. *In: O OLHAR*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p. 367-383.

## ANEXO I

### Quadro geral dos títulos, duração, anos e formatos dos vídeos selecionados na III Mostra

	<b>Título dos vídeos</b>	<b>Min.</b>	<b>Ano</b>	<b>Formato dos vídeos</b>
1	Aborto: desafio da legalidade	26	1995	Betacam/NTSC
2	Aborto legal	32	1994	Betacam/NTSC
3	Alcoolismo	27	1998	Betacam/NTSC
4	Aleitamento materno? Um direito de todos	10	1996	Betacam/Pal-M
5	Animais peçonhentos	32	1996	SVHS/NTSC
6	Antes que seja tarde	15	1997	Betacam/NTSC
7	Atendimento ao hipertenso	14	1998	SVHS/NTSC
8	Atualização em terapia anti-retroviral	28	1997	Betacam/NTSC
9	Bom conselho, Um	30	1997	Betacam/NTSC
10	Combate à raiva	10	1997	Betacam/NTSC
11	Conselho de saúde: a história de Conceição	12	1997	Betacam/NTSC
12	Controle da Doença de Chagas	14	1996	Betacam/NTSC
13	Controle das leishmanioses	14	1995	Betacam/NTSC
14	<i>Crack</i>	4	1997	Betacam/NTSC
15	IEC em saúde: Cultura popular	7	1997	Betacam/NTSC
16	Dengue: fim do mosquito, fim da doença	10	1997	Betacam/NTSC
17	Desface, o rosto da exclusão	17	1997	Betacam/NTSC
18	Diabetes: informe-se	28	1993	SVHS/NTSC
19	Doenças hereditárias do sangue	8	1998	Betacam/NTSC
20	Doenças transmitidas pelo sangue	6	1998	Betacam/NTSC
21	E agora, Aurora?	21	1998	Betacam/NTSC
22	E por falar de vida	32	1994	Betacam/NTSC
23	Ecologia para crianças	16	1993	SVHS/NTSC
24	Equipe de acolhimento	21	1997	VHS/NTSC
25	<i>Esquistossomose mansoni</i> : os parasitas	6	1997	SVHS/NTSC
26	Falando de boca limpa	13	1996	SVHS/NTSC
27	Gente não quer só remédio, A	20	1998	VHS/NTSC
28	Gravidez na adolescência: que brincadeira é essa?	12	1998	SVHS/NTSC
29	Infecções hospitalares: conceitos e definições	19	1998	SVHS/NTSC
30	Kamenã	4	1995	Betacam/NTSC
31	Malária: uma nova estratégia de controle	20	1995	Betacam/NTSC
32	Mundança: trem dos mendigos	13	1998	Hi-Eight/NTSC
33	Não entre em crise: aprenda a conviver com a asma	20	1997	VHS/Pal-M
34	Onde está Franco?	34	1997	U-Matic/NTSC
35	Ousadia de fazer diferente, A	13	1998	VHS/NTSC
36	Parteiras: a magia da sobrevivência	16	1993	Betacam/NTSC
37	Peso de estar acima do peso, O	19	1998	SVHS/NTSC
38	Por que cesária?	22	1995	Betacam/NTSC
39	Práticas populares de saúde	25	1997	Betacam/NTSC

40	Prevenção	18	1998	Betacam/NTSC
41	Quebranto	15	1998	VHS/NTSC
42	Queimaduras: como evitá-las	8	1998	Betacam/NTSC
43	Quem é o agente?	23	1997	Betacam/NTSC
44	Quem faz sexo, faz prevenção	8	1994	Betacam/NTSC
45	Raul Cruz: o pintor de almas	24	1994	U-Matic/NTSC
46	Saúde: direito de poucos	21	1996	SVHS/NTSC
47	Saúde do adolescente	6	1998	Betacam/NTSC
48	Saúde e trabalho	12	1994	SVHS/NTSC
49	Sertanejas: <i>Opus</i> n.º 1	25	1995	Betacam/NTSC
50	Sexo, giz e apagador	30	1994	Betacam/NTSC
51	Sol e saúde (Câncer de pele)	4	1998	Betacam/NTSC
52	Tabagismo, tô fora	11	1998	Betacam/NTSC
53	TV Pínel 7	30	1997	SVHS/NTSC
54	TV Saúde 10	10	1998	Betacam/NTSC
55	TV Saúde 11	11	1998	Betacam/NTSC
56	Vamos acabar com a diarreia	11	1996	Betacam/NTSC
57	Vezinha só, Uma	15	1996	Betacam/NTSC
58	Ventre livre	48	1994	Betacam/NTSC
59	Viramundo: reciclagem também é vida	10	1998	SVHS/NTSC
60	Visitantes indesejados	8	1997	Betacam/NTSC
61	Vulnerabilidades, vulneradolescente	16	1997	Betacam/NTSC

## ANEXO II

### Quadro geral dos diretores dos vídeos selecionados na III Mostra

	Nomes dos diretores
1	Angela Freitas
2	Reginaldo Bianco
3	Stella Maris Saldanha
4	Raquel da Rocha Pereira
5	Raquel Rizzo
6	Torquato Joel, Marcus Vilar
7	Anamaria Dândrea Corbo, Eliane Ministro
8	Júlio César Carvalho
9	Argemiro F. de Almeida, Osmar Koxne
10	Paulo Costa
11	Mari Travassos
12	André Charles Gérard
13	André Charles Gérard
14	Coletiva do Programa de Aprendizizes
15	Pola Ribeiro
16	Paulo Costa
17	Odila Fonseca, Milton Jesus
18	João Carlos Otta
19	Sérgio Cobello
20	Sérgio Cobello
21	Reginaldo Bianco
22	Alfredo Alves
23	Cátia Acauan
24	Liliane Tannús, João Gomes
25	Dora Lazzarotti
26	Raquel Rizzo
27	Luiz Vidal
28	Ademir Junior, David Protti
29	Aida Marques
30	Wilson Lazaretti, Mauricio Squarisi
31	Breno Kuperman
32	Alexandra Lima
33	Juba
34	Luís Antonio Baptista
35	Ione Aparecida da Silva, Rubia P. Barra
36	Angela Mascelani
37	Karyna Roberta Silveira Pereira
38	Angela Mascelani

39	Elza Ramalho
40	Galileu Garcia
41	Tatiana Lee
42	Sérgio Cobello
43	Cao Hamburger
44	Angela Freitas
45	Berenice Mendes
46	Ivan José Maciel, Luíza França, Renato Maurício de Oliveira
47	Sérgio Cobello
48	Décio Antunes
49	Angela Freitas
50	Reginaldo Bianco
51	Isaar de França
52	Sidney Agra
53	Equipe da TV Pínel
54	Francisco Sant'Anna
55	Francisco Sant'Anna
56	Paulo Costa
57	Marcus Ribeiro
58	Ana Luiza Azevedo
59	Kellen Junqueira, Antonio Marchiori
60	Sérgio Cobello
61	Joel Zito Araújo

### ANEXO III

#### Quadro geral de produtores e locais de produção dos vídeos selecionados na III Mostra

	Produtores de vídeos	Local
1	S.O.S. Corpo-TV Viva	PE
2	ECOS	SP
3	UFPE	PE
4	Maternidade Darcy Vargas-SES/SC	SC
5	ESPP/PR -SES/PR-EMATER-SEA/PR	PR
6	PAIAD-PRAC/COEX/UFPB	PB
7	CEDAPS-SMS/Rio de Janeiro/RJ-Depto.Cinema e Vídeo/UFF	RJ
8	NUTES/UFRJ	RJ
9	Pastoral da Criança/CNBB	PE
10	SES/PE-FNS/PE	PE
11	Liceu de Artes e Ofícios da Bahia-MS	BA
12	SES/PE-FNS/PE	PE
13	SES/PE-FNS/PE	PE
14	Liceu de Artes e Ofícios da Bahia-MS	BA
15	Liceu de Artes e Ofícios da Bahia-MS	BA
16	SES/PE-FUSAM	PE
17	Odila Fonseca-Oficina de Vídeo Olho da Rua	SP
18	João Carlos Otta	SP
19	Fundação Hemocentro de Brasília-SS/DF	DF
20	Fundação Hemocentro de Brasília-SS/DF	DF
21	SES/SP-Três Laranjas Comunicação	SP
22	ABIA-IBASE Vídeo	RJ
23	Central de Vídeo/SESI/RS	RS
24	SMS/Uberlândia/MG	MG
25	Instituto Metodista Izabela Hendrix	MG
26	ESPP/PR -SES/PR-EMATER-SEA/PR	PR
27	Médicos Sem Fronteiras	RJ
28	Depto. Comunicação Social/UFES	ES
29	MP2 Produções	RJ
30	Núcleo de Cinema e Animação/UNICAMP	SP
31	NUTES/UFRJ	RJ
32	Imaginário Produção	SP
33	Sociedade Brasileira de Asmáticos-Promeeting	RJ
34	La Palazzina-CAPEs-UFF	RJ
35	SMS/Uberlândia/MG	MG
36	Curumim Produções	PE
37	Karyna Roberta Silveira Pereira	SC

38	Curumim Produções	PE
39	CPCE/UNB	DF
40	Fundação Zerbini-Sequência 1-Casa da AIDS	SP
41	Tatiana Lee	SC
42	Fundação Hemocentro de Brasília-SS/DF	DF
43	Made to create-MS	DF
44	S.O.S. Corpo-TV Viva-Vídeoteipe-Studio Line-Truques	PE
45	Lu Rufalco	PR
46	Depto.Saúde Coletiva/Depto.Comunicação Social/UFGO	GO
47	Fundação Hospitalar do DF-SS/DF	DF
48	Assessoria de Imprensa/FIERGS	RS
49	S.O.S. Corpo-TV Viva	PE
50	Três Laranjas Comunicação	SP
51	Sulamita da Silva	PE
52	SES/AL	AL
53	TV Pinel/Instituto Philippe Pinel-SMS/Rio de Janeiro/RJ	RJ
54	Coord.Comunicação Social/SS/DF	DF
55	Coord.Comunicação Social/SS/DF	DF
56	SES/PE-FNS/PE	PE
57	ECOS	SP
58	Casa de Cinema de Porto Alegre	RS
59	DEXTRU/CATI-SAASP	SP
60	Fundação Hospitalar do DF-SS/DF	DF
61	Tapari Vídeo-Depto. Medicina Preventiva/FMUSP	SP

<b>ANEXO IV</b>	
<b>Quadro geral dos temas dos vídeos selecionados na III Mostra</b>	
	<b>Temas dos vídeos</b>
1	aborto
2	aborto
3	alcoolismo
4	aleitamento
5	animais peçonhentos
6	alcoolismo
7	hipertensão
8	AIDS
9	desemprego
10	raiva
11	conselho de saúde
12	doença de Chagas
13	leishmaniose
14	<i>crack</i>
15	cultura popular
16	dengue
17	direitos humanos
18	diabetes
19	doenças hereditárias do sangue
20	doenças transmitidas pelo sangue
21	DST
22	AIDS
23	ecologia
24	saúde pública
25	esquistossomose
26	cárie dentária
27	AIDS
28	gravidez na adolescência
29	infecção hospitalar
30	saúde indígena
31	malária
32	mendigos
33	asma
34	saúde mental
35	saúde pública
36	parteiras

37	obesidade
38	cesariana
39	práticas populares de saúde
40	AIDS
41	práticas populares de saúde
42	queimaduras
43	agente comunitário de saúde
44	câncer ginecológico
45	AIDS
46	saúde pública
47	saúde do adolescente
48	saúde do trabalhador
49	saúde da mulher
50	educação sexual
51	câncer de pele
52	tabagismo
53	saúde mental
54	saúde
55	saúde
56	diarréia
57	gravidez na adolescência
58	saúde reprodutiva
59	reciclagem de lixo
60	lixo
61	AIDS