



Educação, Informação Comunicação e Saúde: Proteções contra a DESINFORMAÇÃO

**SEMINARIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE:
PROTEÇÕES CONTRA A DESINFORMAÇÃO**

**EIXO TEMÁTICO: DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE
ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE**

**DISSEMINAÇÃO CIENTÍFICA E O ENGAJAMENTO PÚBLICO DA CIÊNCIA
COMO ESTRATÉGIAS DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE**

**SCIENTIFIC DISSEMINATION AND PUBLIC ENGAGEMENT OF SCIENCE AS
STRATEGIES TO COMBAT DESINFORMATION IN HEALTH**

ADALTON DOS ANJOS FONSECA; Centro de Integração de Dados e
Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia)¹

JÉSSICA GUANABARA FERNANDES; Centro de Integração de Dados e
Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia)

RAÍZA TOURINHO LIMA; Centro de Integração de Dados e Conhecimentos para
Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia)

VICTÓRIA DAILLY ALVES MINEIRO; Centro de Integração de Dados e
Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia)

WALISSON ANGÉLICO DE ARAÚJO; Centro de Integração de Dados e
Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia)

Modalidade: texto completo

Resumo: Este artigo parte do objetivo de verificar como as estratégias de disseminação científica e engajamento público da ciência desenvolvidas no Centro de Integração de Dados e Conhecimento para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia) contribuem para o combate à desinformação em saúde. Para isso, utilizamos a metodologia do relato de experiência, discutindo um conjunto de ações realizadas nos últimos anos em articulação com diferentes públicos: jornalistas, comunidades, gestores e pesquisadores. Dentro dos resultados, temos como eixo norteador a comunicação científica, comprometida com a escuta, a participação social e a acessibilidade da informação.

Palavras-chave: comunicação da ciência; desinformação; divulgação científica; engajamento público; disseminação científica.

¹ Adalton dos Anjos Fonseca, Cidacs/Fiocruz Bahia, adalton.fonseca@fiocruz.br
Jéssica Guanabara Fernandes, Cidacs/Fiocruz Bahia, jessica.fernandes@fiocruz.br
Raíza Tourinho Lima, Cidacs/Fiocruz Bahia, raiza.lima@fiocruz.br
Victória Dailly Alves Mineiro, Cidacs/Fiocruz Bahia, victoria.mineiro@fiocruz.br
Walisson Angélico de Araújo, Cidacs/Fiocruz Bahia, walisson.araujo@fiocruz.br

Abstract:

Keywords: science communication; disinformation; scientific dissemination; public engagement; science dissemination.

1 Introdução

Diante dos desafios contemporâneos impostos pela desinformação em saúde, torna-se ainda mais relevante refletir sobre as estratégias de comunicação científica e engajamento público desenvolvidas em ambientes de pesquisa. O objetivo deste artigo é analisar como as ações de disseminação de informações científicas e de diálogo com a sociedade conduzidas pela equipe de comunicação do Centro de Integração de Dados e Conhecimentos para Saúde (Cidacs/Fiocruz Bahia) têm contribuído para o enfrentamento da desinformação em saúde no Brasil.

Fundado em 2016, o Cidacs é um laboratório de pesquisa que utiliza grandes bases de dados para investigar determinantes sociais e ambientais da saúde no Brasil. Com um trabalho voltado para a saúde e a ciência em combate às iniquidades em saúde, o Centro busca promover uma ciência que dialogue com a sociedade e contribua para a superação de desigualdades estruturais. Para isto, uma equipe multidisciplinar e uma infraestrutura robusta para o armazenamento e tratamento de dados com rígidos protocolos de segurança foi montada.

Uma das preocupações do Cidacs é o desenvolvimento de estratégias que permitam que seus diversos projetos de pesquisa estejam em diálogo constante com a sociedade. Assim, uma equipe de comunicação tem atuado de forma transversal em múltiplos projetos, contribuindo com a produção de conteúdos acessíveis, campanhas, materiais audiovisuais, postagens em redes sociais e estratégias inovadoras de aproximação entre ciência e sociedade.

Para este artigo, partimos da pergunta: “Como as estratégias de disseminação científica e engajamento público da ciência desenvolvidas no Cidacs contribuem para o combate à desinformação em saúde?”. Utilizamos a metodologia do relato de experiência e analisamos um conjunto de ações realizadas em articulação com diferentes públicos: jornalistas, comunidades, gestores e pesquisadores.

Produzimos uma reflexão crítica sobre o papel das instituições científicas na construção de uma comunicação responsável, ética e colaborativa, especialmente em contextos marcados por vulnerabilidades sociais e circulação de desinformação (Allcot & Gentzkow, 2017). A intenção é compartilhar aprendizados e caminhos percorridos

que evidenciam o potencial transformador de uma comunicação científica comprometida com a escuta, a participação social e a acessibilidade da informação.

1.1 Os desafios da desinformação em saúde no Brasil

A desinformação é um fenômeno consequente do compartilhamento de notícias falsas (*fake news*) ou descontextualizadas deliberadamente, com intuito de enganar (Allcot & Gentzkow, 2017). Este movimento é datado de muito antes da internet e rede sociais, como a propaganda nazista de difamação dos judeus durante a Segunda Guerra Mundial (Soll, 2016), mas ganhou força com o uso desenfreado do termo “*fake news*” pelo presidente Donald Trump, na eleição que o elegeu em 2016, como evidenciado em estudos de análise das redes sociais nesse período (Bovet & Makse, 2019).

A celeridade que a internet proporciona ao acesso ao conteúdo faz com que o imediatismo tome o lugar dos processos antes comuns ao se deparar com uma notícia. O terreno, então, se torna fértil para que a desinformação se prolifere sem preocupação com a veracidade, partindo de quem produz, como também de quem a recebe, movido por motivações variadas.

É possível ver o resultado dessa onda de desinformação quando um recente estudo mostra que quase 90% dos brasileiros admitem já ter acreditado em *fake news* (Agência Brasil, 2024). Outro dado importante da pesquisa mostra que 62% das notícias falsas que os entrevistados acreditam tratavam de políticas públicas, como a vacinação, um quadro que expõe como a saúde é diretamente afetada pelo excesso de informações circulando, muitas vezes sem a devida verificação.

Levando a sério o desafio de contornar esse problema, pesquisadores da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), com apoio de parceiros, elaboraram um guia de combate às informações falsas que prejudicam a saúde e bem-estar físico, mental e coletivo das populações. No documento “Desinformação sobre saúde: vamos enfrentar esse problema?” (Sacramento *et al.*, 2024) são trazidos para a discussão os conteúdos que disseminam falsos medicamentos, campanhas anti-vacinas e tratamentos ou receitas sem comprovação científica, como exemplos de *fake news* que se espalham rapidamente pelas redes sociais e que têm o potencial de impactar negativamente a sociedade.

A desinformação no campo da saúde é entendida, sobretudo, como um fenômeno que causa perturbação à vida das pessoas (Moreira *et al.*, 2024), podendo

levar a erros e confusões, o que acaba por dificultar respostas a crises sanitárias. Nesse sentido, as populações ficam vulneráveis a um acesso desigual à informação e, na prática, à baixa participação social na saúde, como na utilização do Sistema Único de Saúde (SUS). Enquanto isso, de outra maneira, as comunidades de profissionais, cientistas, autoridades sanitárias e porta-vozes das instituições de pesquisa são grupos que convivem com as consequências da desinformação, ao terem sua credibilidade reduzida e sua reputação ameaçada.

Para romper com o avanço da desinformação, a comunicação científica tem um papel de diálogo e prevenção com os públicos através da produção de informações de confiança (Sacramento, Falcão, Monari; 2024). Nesse sentido, jornalistas e comunicadores voltados à divulgação da ciência devem orientar o público sobre o que é verdade ou mentira, por meio de práticas proativas, como a checagem de fatos. O jornalismo vem absorvendo e aprimorando a atividade da checagem de fatos, destinando profissionais “checadores” ou equipes inteiras para o trabalho de curadoria de informações com tendência à desinformação.

Após verificadas, essas informações são divulgadas em formatos acessíveis ao público, em especial, para os grupos que estão facilmente propensos à lógica da desinformação, a exemplo das populações que ficam em regiões afastadas dos grandes centros urbanos (Martins, 2020). É comum que iniciativas de checagem de fatos, educação midiática e combate à desinformação estejam presentes em mídias sociais ou plataformas de tecnologia, caso do *Spotify*, que abarca podcasts científicos (Araújo *et al*, 2023) e é empregada para disseminar conhecimento, utilizando o áudio como possibilidade criativa para envolver o usuário na narrativa que está sendo escutada.

Outra possibilidade, emergida com o avanço da inteligência artificial (IA) e a automatização, une a verificação de fatos ao aprendizado de máquina para a detecção automática do que é *fake*. Iniciativas de cunho científico-social (Melo *et al*, 2021) são um exemplo disso, investindo em monitores dentro de plataformas de redes sociais, como o WhatsApp, que conseguem distinguir entre os grupos abertos de usuários aquelas mensagens que contenham desinformação e falsidades. Ação que auxilia a busca por um ambiente informacional mais equilibrado, em que os jornalistas podem encontrar os conteúdos mais relevantes a serem checados. Assim como também, auxiliam os profissionais a trabalharem com um volume de informações maior, em diferentes cenários e com alto desempenho.

2 Desenvolvimento

2.1 A importância da disseminação científica e do engajamento público da ciência e o modelo desenvolvido no Cidacs

No Brasil, a comunicação em instituições científicas frequentemente prioriza a imagem institucional e a divulgação pontual de resultados para a mídia, negligenciando um diálogo contínuo com a sociedade (Dias, 2017). A esta consideração, acrescentamos ainda a ideia de que a comunicação científica, ainda que produzida em âmbito institucional, não deve se restringir a ser apenas um discurso sobre a ciência. Compreendemos que a comunicação é estratégica também para o processo de pesquisa e, transbordando a concepção da epistemologia do jornalismo científico de Scott Brennen (2018), também continua a cadeia de conexões gerada no campo científico, alterando o campo de significação a partir das adições, subtrações e traduções que o comunicólogo realiza.

Outra importante tarefa desta área é divulgação científica de resultados de pesquisa, ou seja, um esforço para a produção de uma comunicação capaz de permitir a circulação de conhecimentos científicos para além da comunidade de pesquisadores (BUENO, 1985; OLIVEIRA, 2006). Segundo Bueno (1985), a disseminação científica está voltada à transferência de informações científicas para especialistas, enquanto a divulgação científica se destina ao público geral. Já a difusão científica englobaria ações de disseminação e divulgação.

Esta visão holística da cultura científica oferecida por Vogt (2003), com o modelo sobre a “espiral da cultura científica”, representa a dinâmica e a relação entre os diferentes níveis e públicos da cultura científica, o conceito se organiza em quatro quadrantes. Cada quadrante corresponde a um espaço de circulação do conhecimento científico:

- O primeiro quadrante refere-se à produção e disseminação da ciência entre pares, ou seja, a comunicação entre cientistas e pesquisadores, por meio de artigos e eventos científicos.
- O segundo quadrante envolve o ensino formal e a formação de novos cientistas, abrangendo universidades, escolas e professores, além do processo de ensino-aprendizagem em diferentes níveis.
- O terceiro quadrante abrange o ensino para a ciência em espaços não formais, como museus e feiras, voltado principalmente para estudantes e o público jovem.

· O quarto quadrante corresponde à divulgação científica para a sociedade em geral, por meio de mídias, jornalismo científico e atividades que buscam ampliar o acesso ao conhecimento científico.

A espiral indica que, a cada ciclo, o conhecimento retoma para um determinado ponto, mas em um patamar mais apurado, refletindo o crescimento e a ampliação da participação social e do conhecimento científico. Cada quadrante tem públicos, objetivos e dinâmicas próprias, mas estão interligados, formando um processo contínuo e ascendente de circulação da ciência.

O modelo da espiral da cultura científica é uma das influências para a metodologia desenvolvida pela equipe de comunicação e disseminação científica do Cidacs para dialogar com seus públicos. No Cidacs, desde sua criação em 2016, há diversos públicos específicos com os quais trabalhamos, com ênfase nos profissionais da gestão pública e nas pessoas e instituições que possibilitem alcançar objetivos relacionados à melhoria da qualidade de saúde das pessoas e avaliação de políticas públicas a partir das evidências, específicas de cada projeto.

Uma das principais vantagens desse modelo é destacar a variedade de categorias de públicos e a necessidade de adaptar as mensagens científicas para cada perfil, promovendo uma comunicação mais efetiva e democrática. Por outro lado, não enfatiza a influência mútua da interação entre ciência e sociedade, na medida que destaca as impressões subjetivas dos sujeitos em relação às mensagens emitidas pelos cientistas, uma espiral que parte sempre de um mesmo lugar, o primeiro quadrante.

3 Metodologia

3.1 Ampliando a espiral da cultura científica

Em um contexto contemporâneo, os atores e atrizes que falam sobre ciência não são mais apenas profissionais especialistas com acesso a espaços de mídia ou que as assessorias conseguem vender a pauta. Com influenciadores digitais de diversos contextos, a informação também alcança uma disseminação que se espalha pela diversidade de mídias, produzindo sentidos que excedem a forma tradicional de falar sobre conhecimentos em saúde. Ou seja, nesse sentido, baseado em Kunsch (1995), há uma necessidade de superar a abordagem fragmentada da cultura científica, defendendo um modelo estratégico que integre disseminação (para especialistas), divulgação (para o público geral) e difusão científica (holística),

garantindo que a ciência dialogue com múltiplos atores sociais e vá além da produção de comunicados científicos para circular na imprensa como forma de aproximar ciência e sociedade.

O Núcleo de Comunicação e Disseminação Científica (NCD) do Cidacs expande o modelo ao incorporar uma visão sobre a comunicação de forma dialógica e polifônica, com sentidos sociais processados e produzidos em cada ação comunicativa (Araújo e Cardoso, 2003). Esse olhar demandou anos de construção e um processo inovador de perceber como pesquisadores da comunicação e das ciências sociais podem auxiliar no planejamento, desenvolvimento, compartilhamento das evidências em saúde, além de aprimorar os impactos de projetos científicos.

A comunicação é antes sobre construir pontos de conexão para desenvolver diálogo entre o que parece comum e o que não é, e não é diferente no contexto entre a ciência e o que se estuda. Muitas vezes sem escutar as pessoas que fazem parte das pesquisas ou que serão afetadas de algum modo pelos projetos, a cultura científica pode contribuir para a ampliação das desigualdades com a falta de diversidade e de inclusão de outras vozes necessárias, é o que apresentamos em artigo anterior sobre metodologia inclusiva em saúde em um centro de grandes bases de dados para conhecimentos em saúde (dos Anjos Fonseca et. al., 2025).

A matéria-prima primordial das pesquisas realizadas no Cidacs é o conjunto de dados administrativos coletados pela gestão público, deste modo, o deslocamento entre os dados e à realidade sobre os quais estes versam, poderia ser ampliado. É neste contexto que a equipe do NCD atua. Uma vez que, aliado à condução de pesquisas de excelência, buscamos incluir a experiência e os saberes da participação social nos diversos níveis, como no próprio âmbito de interação entre pesquisadores e profissionais da área de saúde que estão na linha de frente.

3.2 O modelo do Núcleo de Comunicação e Disseminação Científica do Cidacs

Ao compreender a inovação a partir de Echeverría (2017), como processos interativos capazes de criar “algo novo” e que geram valor em um sistema, destacam-se dois tipos de transformações nos modelos tradicionais de produzir mensagens sobre ciência para a sociedade que o Cidacs tem desenvolvido, que perpassam por uma posição colaborativa entre pesquisadores, comunicólogos⁴ e sociedade.

O primeiro deles está relacionado a uma participação ativa de comunicólogos ao longo de todo o processo de produção da pesquisa – desde a formulação dos

projetos. Este acompanhamento permite uma maior integração da comunicação com a pesquisa e a formulação de planos de disseminação do conhecimento específicos, o mapeamento de públicos de interesse para produção de *mailings* e estratégias direcionadas, o desenvolvimento de ações e produtos comunicacionais, além de atividades e materiais especiais e inovações, bem como a sensibilização e treinamento de pesquisadores em divulgação científica. Este acompanhamento pode se dar na participação de comunicólogos em reuniões científicas recorrentes ou de encontros específicos agendados com a equipe de pesquisa.

Para atender a estas demandas, a equipe de Comunicação do Cidacs possui três frentes principais: a Comunicação Interna e Institucional, a Disseminação do Conhecimento (DC) e a área de Engajamento Público com a Ciência. Os projetos científicos são acompanhados a partir do seu grau de complexidade/necessidade comunicacional, sendo categorizados a complexidade pelo tempo de desenvolvimento e a pela relação com as entregas, produzindo assim variações na forma de acompanhar, podendo se dar também no formato de acompanhamentos eventuais. Nesse sentido, o comunicólogo articula processos de pensamento crítico para o planejamento, produção e circulação de informação científica nos diferentes contextos e públicos, a depender dos atores e atrizes a serem alcançados para que a evidência se transforme em tomada de decisão, individual ou coletiva.

A participação no cotidiano da pesquisa permite maior acurácia na produção dos materiais de comunicação, bem como a identificação preliminar de necessidades e oportunidades comunicacionais. Essa inserção também proporciona um relacionamento mais próximo com os pesquisadores, o que facilita a coprodução de peças e ações de comunicação, bem como sua disseminação. Aqui compreendemos a coprodução na qual os públicos, como pesquisadores, profissionais e em algumas ocasiões, a sociedade organizada, trabalham juntos, compartilhando escolhas e responsabilidade ao longo do projeto e produção de conhecimentos (NIHR, 2021).

Esta metodologia que pode ser aplicada tanto nos produtos de disseminação científica como nos produtos científicos em si, é permeada de tensionamentos e de uma sinergia em busca da melhor forma de produzir e circular informações científicas a serem aplicadas em tomadas de decisões coletivas e individuais. Assim, a estratégia desenvolvida pelo Cidacs busca criar condições para ampliar essa influência mútua entre ciência e sociedade e promover inovações no processo de comunicação

científica, atribuindo valor ao processo científico e atuando com comunicação baseada em evidências para entregar informações em saúde com maior acurácia e integridade.

O segundo tipo de inovação está relacionado à incorporação de discussões sobre a difusão científica nos processos de participação social e engajamento público da ciência com representantes de diferentes segmentos sociais. Esses processos também são conduzidos no âmbito do NCD do Cidacs e seus processos estão intimamente relacionados aos de disseminação científica⁵. Fonseca et al. (2020) defendem que experiências de envolvimento de públicos durante o processo de desenvolvimento de uma pesquisa são capazes de promover impactos positivos nas decisões tomadas por cientistas sobre a investigação e nas formas de comunicação dos resultados, como um maior potencial de aplicabilidade do conhecimento gerado.

Uma das consequências do diálogo com representantes de categorias de públicos que podem se beneficiar do conhecimento produzido pelo Cidacs é o desenvolvimento de produtos e ações de difusão científica mais assertivos. Nestes encontros, busca-se aferir os canais, formatos, linguagens e até mesmo enquadramento de mensagens mais eficazes para determinado segmento social.

Esse modelo que estamos articulando tem um potencial de aprimorar o conhecimento científico enquanto traz oportunidades de trocas de experiências entre pesquisadores e representantes de segmentos sociais com impactos diretos em resultados aplicáveis e maior assertividade nos produtos de disseminação e divulgação científicas. As ações e produtos gerados a partir dessa interação estão sistematizadas abaixo, na Figura 1:



Figura 1 – Sistematização do fluxo de trabalho de comunicação no Cidacs

Fonte: Elaboração própria

Nesse sentido, cooperamos frente ao contexto de desinformação também produzindo conteúdos que são disseminados baseados em evidências e buscando chegar aos públicos de forma estratégica, atuando frente ao contexto de fragilidade da integridade da informação, como está posto no tópico abaixo.

4 Estratégias aplicadas no Cidacs que para combate à desinformação em saúde

4.1 Um mediathon para divulgação do Índice Brasileiro de Privação (IBP)

O IBP é resultado de um projeto de pesquisa realizado por pesquisadores do Cidacs e da Universidade de Glasgow, na Escócia, e lançado em 2020. Trata-se de uma medida de abrangência nacional capaz de auxiliar na identificação do nível de privação material em diferentes áreas geográficas no Brasil – setores censitários ou municípios (ALLIK et al. 2020). Uma das possibilidades de uso do IBP é a de ajudar na tomada de decisões relativas ao planejamento e avaliação de políticas públicas, nos âmbitos da saúde, educação, habitação, saneamento básico e outras áreas.

Para acionar a imprensa de um modo inovador e educativo, a equipe de comunicação do Cidacs adaptou o formato de mediathon e reuniu 15 jornalistas de 13 veículos nacionais e locais, oito pesquisadores, um especialista em visualização de dados e dois comunicólogos em uma iniciativa realizada remotamente ao longo de duas semanas, que combinou atividades síncronas (webinários, oficinas) e assíncronas (produção de reportagens).

A iniciativa permitiu a construção de um relacionamento bastante aproximado entre jornalistas, pesquisadores e os comunicólogos, com múltiplos contatos para entrevistas e consultorias que ajudaram na produção das reportagens. As peças publicadas pelos meios também foram bastante diferentes entre si: da apresentação do índice, com a identificação das áreas de maior privação nos respectivos estados e municípios, até a correlação das desigualdades sociais mensuradas pelo índice com temáticas como uso de agrotóxicos para a violência doméstica ou ainda à privação material com a violência mental.

A articulação estruturada entre jornalistas e pesquisadores durante o mediathon demonstrou-se uma estratégia eficaz para mitigar a desinformação em saúde ao promover reportagens baseadas em evidências científicas e contextualizadas regionalmente. A apropriação crítica do IBP pelos profissionais

permitiu a tradução de dados complexos em narrativas acessíveis, reduzindo riscos de simplificação ou distorção comum em coberturas superficiais. A produção de matérias hiperlocais – como a correlação entre privação material e exposição a agrotóxicos no interior do Brasil ou a mortalidade infantil em áreas periféricas – ofereceu contranarrativas a discursos genéricos sobre desigualdades.

4.2 A coprodução de um documentário durante a pandemia de Covid-19

A pandemia de Covid-19 expôs desigualdades históricas no Brasil, exigindo respostas científicas alinhadas às demandas sociais. Nesse contexto, o Índice de Desigualdades Sociais na Covid-19 (IDS-COVID-19) foi desenvolvido por uma equipe multidisciplinar e com a participação de representantes de grupos de comunidades, gestores e pesquisadores. O processo envolveu a realização de atividades virtuais para um trabalho em colaboração que assegurou que o índice refletisse não apenas dados epidemiológicos, mas as complexidades vividas por populações vulnerabilizadas. O diálogo permitiu que a equipe de pesquisa tomasse decisões sobre o Índice e estratégias de disseminação influenciadas pelas experiências dos participantes.

Um dos resultados foi a coprodução do documentário “Além do distanciamento: Diálogos para entender as desigualdades sociais na pandemia de COVID-19”, cuja ideia foi proposta pelo próprio grupo de participantes. A peça de 57 minutos e mais de 30 entrevistas humanizou os dados e o próprio processo de produção científica ao revelar os bastidores, dilemas e desafios enfrentados pela equipe de pesquisa no seu desenvolvimento. Os relatos de participantes também foram importantes para contextualizar e lançar um olhar sensível sobre a pandemia de Covid-19. A linguagem audiovisual também foi importante para tornar acessível o processo e resultados do projeto de pesquisa, contribuindo para disseminação de informação científica qualificada para a sociedade. Mais de duas mil visualizações foram registradas desde o lançamento do documentário em 2023.

4.3 Um Comitê Consultivo de Engajamento Público na pesquisa sobre determinantes sociais e ambientais da saúde

Um Comitê Consultivo de Engajamento Público da Ciência foi formado para o projeto Unidade de Pesquisa em Saúde Global do National Institute for Health and Care Research (NIHR) sobre Determinantes Sociais e Ambientais das Desigualdades

em Saúde (SEDHI). Composto por representantes de comunidades tradicionais, ONGs, gestores públicos e profissionais de saúde do Brasil, o grupo de cerca de 20 pessoas permite a integração entre ciência e sociedade na abordagem de desigualdades em saúde.

Ao incorporar experiências e perspectivas de grupos vulnerabilizados ou que tomam decisões sobre esta população, o Comitê garante que as pesquisas sobre determinantes sociais e ambientais partam de questões e demandas reais dos diferentes segmentos sociais. Além disso, o trabalho junto ao Comitê combate a desinformação e fortalece a confiança nas instituições. Participantes explicam, em suas comunidades, como as pesquisas são realizadas e quais os seus resultados. Adicionalmente, os integrantes do Comitê têm trazido orientações sobre as estratégias mais adequadas para divulgação dos resultados científicos.

Essa construção compartilhada de conhecimento acaba se refletindo ainda em outros projetos e iniciativas do Cidacs, que puderam ser desenvolvidas a partir do relacionamento com determinados integrantes e instituições do Comitê, de acordo com a *expertise* de cada um. Os integrantes também são sempre inseridos em outras atividades do Centro, como eventos e webinários, de modo a assegurar a diversidade das perspectivas sobre os temas em que nos debruçamos.

4.4 A coprodução de estratégias de disseminação em achados sobre determinantes sociais da sífilis gestacional e congênita

O projeto “Determinantes de ocorrência da sífilis gestacional e seus efeitos adversos sobre o conceito e impacto de políticas sociais sobre estes problemas de saúde. Brasil, 2001-2018”, desenvolvido pelo Cidacs/Fiocruz Bahia em parceria com instituições nacionais e internacionais como Drexel University, ENSP/Fiocruz, LSHTM e UFBA, teve como objetivo analisar os determinantes sociais e o impacto direto e indireto de políticas públicas na sífilis gestacional e congênita no Brasil, com financiamento do CNPq. Dentre as atividades que permitiram o diálogo com os públicos, foram desenvolvidas webinários, posts em redes sociais e um website com todas as informações sobre o projeto. Destaca-se a coprodução de estratégias de disseminação dos achados.

O processo de coprodução envolveu representantes de comunidades e gestores públicos, totalizando aproximadamente 15 participantes. Este grupo contribuiu para pensarmos a disseminação dos resultados a partir da definição de

canais de comunicação mais estratégicos, o uso de linguagem acessível e orientações para evitar mensagens estigmatizantes ou passíveis de má interpretação. Foram desenvolvidos produtos em formatos de vídeo e áudio, submetidos à validação pelo grupo antes da disseminação. Contou-se também com o apoio do grupo na circulação dos materiais. Essa abordagem garantiu que as escolhas refletissem as necessidades e contextos dos públicos-alvo, fortalecendo a relevância e o alcance das mensagens.

Os impactos dessa estratégia incluem a redução de desinformação em saúde, com decisões mais assertivas por parte da equipe de pesquisa quanto aos formatos, canais e conteúdos prioritários para a sociedade. A participação dos públicos não apenas impactou a qualidade dos produtos finais, mas também ampliou a visão da própria equipe de comunicação para novas iniciativas.

5. Considerações finais

As experiências relatadas demonstram que a construção de um relacionamento positivo entre ciência e sociedade é um processo dinâmico e contínuo, que exige escuta, flexibilidade e disposição para aprender com os públicos. As interações estabelecidas com os diversos grupos envolvidos nas pesquisas do Cidacs têm gerado aprendizados relevantes, contribuindo para transformar o modo como o conhecimento científico é produzido, interpretado e disseminado.

O engajamento público, quando tratado como parte integrante do processo de pesquisa, permite espaço para inovações metodológicas e comunicacionais. As iniciativas desenvolvidas no Cidacs revelam que é possível criar estratégias de disseminação mais responsivas e alinhadas às realidades das populações envolvidas, contribuindo para o enfrentamento da desinformação em saúde.

Ainda assim, os desafios são muitos. Isso exige sensibilidade e capacidade de adaptação para contemplar esses múltiplos pontos de vista, respeitando contextos e singularidades. A preparação da equipe de pesquisa também é um aspecto importante neste processo para lidar com demandas como a tradução do conhecimento e uso de uma linguagem acessível para uma comunicação eficiente. Assim, realizamos treinamentos periódicos em comunicação científica, realizando anualmente um evento com divulgações científicas elaboradas por cada pesquisador/a. Além disso, pode ser necessária uma sensibilização sobre uma mudança de postura do pesquisador, forjado em uma perspectiva de interação hierarquizada com públicos não acadêmicos,

que precisa se colocar em posição horizontal com participantes, praticar escuta ativa e ter habilidades no relacionamento interpessoal.

O futuro aponta para o fortalecimento e diversificação das ações de engajamento público e comunicação científica no Cidacs, com o desenvolvimento de produtos baseados nas demandas específicas de cada projeto e a busca por integrar de forma mais orgânica os diferentes públicos dos diversos estudos realizados no centro. O desafio, portanto, é estruturar essa articulação de modo contínuo e sustentável, garantindo que a ciência cumpra seu papel de bem público acessível, confiável e socialmente relevante.

6. Referências

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**. Palo Alto, Califórnia. Spring. 2017: v. 31, n. 2, p. 211-236. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 16 de maio. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. **Quase 90% dos brasileiros admitem ter acreditado em fake news, diz pesquisa**. 2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2024/04/01/quase-90-dos-brasileiros-admitem-ter-acreditado-em-fake-news.htm>. Acesso em: 15 maio. 2025.

ARAÚJO, Joana Ferreira de; SILVA, Alzira Karla Araújo da; AUTRAN, Marynice de Medeiros Matos; TELMO, Flávia de Araújo. Divulgação Científica e Podcast: disseminação do conhecimento científico na Ciência da Informação. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, Marília, SP, v. 17, p. e023046, 2023. DOI: 10.36311/1981-1640.2023.v17.e023046. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/14219>. Acesso em: 19 maio. 2025.

ARAÚJO, Inesita Soares; CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

BRENNEN, Scott J. Magnetologists on the Beat: The Epistemology of Science Journalism Reconsidered. **Communication Theory** 28 (2018): 424-443.

BOVET, Alexandre; MAKSE, Hernan A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communication**, Londres, Inglaterra. 2 jan. 2019: v. 10, n. 7, p. 1-14. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-07761-2>. Acesso em: 18 maio. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceitos e funções. **Ciência e Cultura**, v.37, n. 9, p. 1420–1427, 1985.

DOS ANJOS FONSECA, A., Martufi, V., de Araújo, W.A. et al. Public engagement with science: an inclusive approach to innovate in health research with real-world data. **BMC Med Res Methodol** 25, 88 (2025). <https://doi.org/10.1186/s12874-025-02530-4>

DUARTE, Jorge. Os desafios da comunicação pública. **Comunicação e Crise, Brasília**, v. 4, 2016.

**SEMINÁRIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE: PROTEÇÕES CONTRA A
DESINFORMAÇÃO**

SALVADOR – 29, 30 e 31 de julho de 2025

ECHEVERRÍA, Javier. **El arte de innovar: naturalezas, lenguajes, sociedades**. Madrid: Plaza y Valdés, 2017.

FONSECA, Adalton et al. Public Involvement & Engagement in health inequalities research on COVID-19 pandemic: a case study of CIDACS/FIOCRUZ BAHIA. **International Journal of Population Data Science**, v. 5, n. 4, 2020.

FONSECA, Adalton, LIMA, Luciellen ; TOURINHO, Raíza; Saraiva, Raquel . Entre jornalistas e cientistas: o trabalho da Rede CoVida na disseminação científica sobre a pandemia. In: Elen Gerales; Gisele Pimenta; Katia Belisário; Rafaela Pinto; Ruth Reis. (Org.). **Comunicação e Ciência na era Covid-19**. 1ed.São Paulo: Intercom, 2021, v., p. 1-245.

FONSECA, ADALTON DOS ANJOS; LIMA, R. T. R. S. ; Ichihara, M. Y. ; PINTO JUNIOR, E. P. ; BARRETO, M. L. . **Mediathon: uma aplicação inovadora na divulgação científica sobre saúde**. Salvador: 13º Congresso Brasileiro de Saúde Coletiva. 2022.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Divulgação científica: missão inadiável da universidade. **Logos**, v. 3, n. 1, p. 46-47, 1996.

MARTINS, Helena. Comunicações em tempos de crise. **Expressão Popular**, 2020.

MELO, Philipe; BENEVENUTO, Fabrício; KANSAON, Daniel; MAFRA, Vitor; SÁ, Kaio. Monitor de WhatsApp: Um Sistema para Checagem de Fatos no Combate à Desinformação. In: WORKSHOP DE FERRAMENTAS E APLICAÇÕES - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB (WEBMEDIA), 27. , 2021, Minas Gerais. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021 . p. 79-82. ISSN 2596-1683. DOI: https://doi.org/10.5753/webmedia_estendido.2021.17617.

NIHR - National Institute for Health Research. **Guidance on Co-Producing a Research Project**. Abril, 2021. Disponível em <https://www.learningforinvolvement.org.uk/wp-content/uploads/2021/04/NIHR-Guidance-on-co-producing-a-research-project-April-2021.pdf> Acesso em 20 nov 2024.

SACRAMENTO, Igor; FALCÃO, Hully; MONARI, Ana Carolina. **(Des) informação em Saúde: na Perspectiva da Informação**. Mauad Editora Ltda, 2024.

SOLL, J. **The long and brutal history of fake news**. Politico, <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>. 2016. Acesso em: 16 de maio. 2025.

SACRAMENTO, I., ALBUQUERQUE, A. D., ARAÚJO, K., PAES, A., SEIXAS, F., GOMES, L. G.; MOREIRA, T. (2024). **Desinformação sobre saúde: vamos enfrentar esse problema?**. 2024. Disponível em: <<https://www.fiocruzbrasil.br/fiocruz.br/desinformacao-sobre-saude/>>. Acesso em: 19 de mai de 2025.

VOGT, Carlos. A espiral da cultura científica. **ComCiência: Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, v. 45, 2003.