

Comunicação e Prevenção de Aids em Moçambique

Nélia Vera Fordiani Taimo*

Moçambique, situado na costa oriental da África, foi colônia portuguesa de 1498 a 1975, quando conquistou a independência pela luta armada de libertação nacional levada a cabo pela FRELIMO (Frente de Libertação de Moçambique).

A população atual é estimada em 15 milhões de habitantes, com uma taxa de analfabetismo em torno de 75%.

A língua oficial é a língua portuguesa, falada aproximadamente por 25% da população.

O país tem grande diversidade lingüística e ainda há muita polêmica entre os lingüistas quanto ao número de línguas existentes. Estima-se a existência de 13 grandes grupos lingüísticos, sendo que em cada grupo há inúmeras variações.

A guerra de desestabilização que afeta o país há 15 anos torna a comunicação via terrestre muito difícil e às vezes impossível o que provoca o isolamento das populações em diversas áreas.

Este conjunto de dificuldades exige um esforço redobrado no estudo de formas eficientes de comunicação para que os programas de desenvolvimento social alcancem os seus objetivos.

As pesquisas sobre a percepção de mensagens e os pré-testes de materiais a serem utilizados ganham então uma importância muito maior em relação a outros países ou regiões onde existe uma certa unidade cultural e o conjunto da população domina pelo menos uma língua.

O objetivo deste artigo é o de mostrar em linhas gerais as pesquisas que têm sido realizadas em Moçambique na área da Comunicação Social pelo Instituto de Comunicação Social, organismo subordinado ao Ministério da Informação.

Moçambique sofre, desde sua independência, em 1975, de uma desestabilização militar que tem provocado forte instabilidade político-econômica no país. Em virtude desta situação, não há dados estatísticos fidedignos sobre a atual situação da comunicação social no país, tanto no que diz respeito aos aspectos quantitativos, como, por exemplo, o número de aparelhos de rádio existentes, quanto aos aspectos qualitativos, como o perfil dos destinatários dos meios de comunicação social.

* Socióloga formada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Trabalha desde 1988 como assessora técnica do Departamento de Pesquisa e Avaliação do Instituto de Comunicação Social em Moçambique.

Apesar desta situação, são realizados alguns tipos de pesquisas na área de comunicação social. O Instituto de Comunicação Social tem realizado basicamente quatro tipos de pesquisa;

1. Levantamento sobre o acesso que a população tem aos meios de comunicação de massa e aos meios de comunicação interpessoal;
2. Pesquisas sobre a compreensão dos materiais de comunicação, com o objetivo de verificar se os códigos culturais e a linguagem utilizada correspondem ao público alvo.
3. Pesquisas sobre o conhecimento que a população tem sobre determinado(s) tema(s) com o objetivo de definir e elaborar melhor as mensagens que devem ser difundidas.
4. Pré-teste dos materiais de comunicação. Este diferencia-se do tipo de pesquisa citada no item 2 apenas por ser realizada antes do material ser levado à arte final. O objetivo é interferir para que o material seja feito a fim de ser efetivamente entendido.

Acesso aos Meios de Comunicação

Há atualmente no país inúmeros projetos de desenvolvimento, especialmente nas áreas de saúde e agricultura, que para efetivamente serem bem sucedidos necessitam de trabalhos na área de comunicação, quer para a difusão de novas informações necessárias às mudanças de hábitos e atitudes, quer para um maior envolvimento da comunidade na resolução de seus problemas.

Para uma atuação mais efetiva nesta área, esses projetos têm solicitado pesquisas que auxiliem quanto aos meios mais eficientes a serem utilizados e quanto ao tipo de informação necessária à comunidade. Citarei neste artigo o exemplo deste tipo de pesquisa na área de saúde.

Campanha de Prevenção à AIDS

Existe no país o Centro de Coordenação do AIDS, que tem como tarefa principal a coordenação dos programas de prevenção a esta doença. Em janeiro de 1990, o Centro solicitou ao Instituto de Comunicação Social uma pesquisa em um bairro rural, em uma das províncias do norte do país, onde havia sido constatado um caso de morte provocado pela AIDS. O Centro pretendia desenvolver um trabalho de informação e prevenção, mas desconhecia as características da população residente no bairro, principalmente pelo fato de 50% de seus habitantes serem constituídos por pessoas vindas de diferentes zonas do país afetadas pela guerra. Assim, a pesquisa tinha dois objetivos principais:

- 1) verificar como a população daquele bairro obtinha informação;
- 2) identificar quais os conhecimentos, as atitudes e as práticas existentes em relação à AIDS.

Os resultados da pesquisa mostraram que o bairro era bastante carente em meios de comunicação de massa. Quanto ao rádio, por exemplo, a maioria dos entrevistados havia deixado para trás quando fugiam da guerra. Os meios de comunicação mais utilizados foram identificados como os meios de comunicação interpessoal, como as reuniões entre as autoridades políticas, sanitárias e a população.

Em Moçambique, usa-se outra sigla – SIDA – Síndrome de Imuno Deficiência Adquirida. A própria preferência da população recaiu neste meio de comunicação. Perguntados sobre o qual o meio que preferiam para se informar, 46,5% das pessoas consultadas afirmaram preferir informar-se através das reuniões, justificando ser este o meio mais rápido para obtenção de informação.

Especificamente sobre os meios de informação pelos quais tem sido transmitida educação sexual à população constatou-se que esta é feita pela sociedade tradicional camponesa, onde as mulheres mais velhas (tias ou avós paternas) são as pessoas que transmitem este tipo de informação às meninas. Quanto aos meninos, verificou-se que neste bairro os laços com a sociedade tradicional estão mais rompidos, pois 58% afirmaram ter aprendido sozinhos.

Quanto às atitudes e práticas existentes em relação à AIDS, verificou-se que 18,6% desconheciam a existência da doença e 18% desconheciam formas de prevenção e contaminação.

As recomendações da pesquisa foram no sentido de que se instrumentalizassem as tias e avós paternas, assim como os líderes que têm conduzido as reuniões junto às populações com conhecimentos básicos sobre AIDS, o que é, como se transmite e como se previne. Ao mesmo tempo, recomendou-se que se desse continuidade à campanha através dos meios de comunicação de massa, mas conscientes de que, para este bairro, só isto não chega para prevenir a doença.

Pesquisas Sobre o Nível de Conhecimentos

Existe no país um Programa de Apoio Nutricional que atua em 32 bairros suburbanos da capital do país, onde vivem 180 mil pessoas. O Programa trabalha com temas diversificados tais como a fertilidade da terra, a conservação de sementes, a alimentação da criança de 0 a 5 anos de idade, o tratamento e a prevenção da diarreia e o controle do crescimento da criança.

Os bairros em que o projeto atua são também bastante diversificados, alguns com características marcadamente rurais e outros com características semi-urbanas. Por toda esta diversidade, o projeto precisava saber como as pessoas se informavam nestes bairros, quais as lideranças existentes e qual o nível de conhecimento que a população local tinha sobre os temas divulgados pelo projeto.

Os resultados da pesquisa mostraram que a população, em sua maioria, obtinha informação através de rádio e de reuniões. Sendo ainda que a emissão mais ouvida era em uma das línguas nacionais do sul e não a emissão em língua portuguesa, que é a língua oficial. Neste caso, a

recomendação da pesquisa foi de que os temas a serem divulgados pela rádio deveriam ser transmitidos pela emissão em língua nacional.

Quanto às lideranças e às reuniões, constatou-se que a população ia com maior frequência à reunião na escola e que o professor era o elemento de maior credibilidade e prestígio junto à comunidade. A maioria dos entrevistados conhecia o nome do professor e afirmou frequentar as reuniões na escola. O mesmo não ocorreu, por exemplo, com os monitores da Casa Agrária e com os enfermeiros.

Neste caso, a pesquisa recomendou que o programa intensificasse suas ações junto aos professores, o que foi seguido pelo projeto. Posteriormente foi realizada uma segunda pesquisa junto aos alunos, comparando escolas onde o projeto atuou, escolas onde o projeto atuou pouco e escolas onde o projeto não atuou. Descobriu-se que, nas escolas onde o projeto atuou, o nível de conhecimentos dos alunos sobre os temas com os quais o projeto vinha trabalhando era surpreendentemente maior do que o nível de conhecimentos dos alunos das demais escolas.

Nesta segunda pesquisa também, comparou o nível de conhecimento dos adultos com o das crianças e o resultado foi o de que o nível de conhecimento das crianças era muito maior do que o dos adultos, o que confirmou o resultado da primeira pesquisa, de que os professores tinham credibilidade e prestígio junto à comunidade.

Quanto ao nível de conhecimento que a população tinha sobre os temas com os quais o Programa vinha trabalhando, verificou-se que sobre alguns temas era preciso começar-se da estaca zero e que em outros algumas mensagens poderiam ser suprimidas, pois já eram de conhecimento da população. Por exemplo, não havia necessidade de ficar explicando para a população o porquê de se enterrar capim, pois ela já sabia que esta prática servia para fertilizar o solo. No entanto, quanto à preparação do soro de rehidratação oral (S.R.O.), era necessário explicar como se preparava, pois a maioria, apesar de conhecer o SRO, não conseguiu reproduzir a maneira de prepará-lo.

Pesquisas deste tipo representam economia de tempo e respeito aos conhecimentos que a população tem, uma vez que não se corre o risco de falar sobre o que as pessoas já sabem.

Pré-teste de Materiais de Comunicação

Anualmente são produzidos no país centenas de materiais de comunicação em apoio aos projetos de desenvolvimento. São cartazes, pequenos manuais, álbuns seriados, *spots* para rádio e TV. O pré-teste é realizado com o objetivo de economizar dinheiro e garantir que a mensagem seja compreendida pelo público alvo a que se destina. Foram feitos pré-testes para muitos cartazes que deveriam ser utilizados na campanha de prevenção ao AIDS e para um pequeno manual de prevenção às Doenças de Transmissão Sexual (D.T.S.). Na maioria das vezes, constatou-se que o principal problema destes materiais é a utilização de códigos culturais distantes do público alvo. No manual sobre D.T.S., por exemplo, a maioria dos desenhos com intenção humorística

não foi entendida pelo público alvo e não era por falta de senso de humor dos entrevistados, mas sim pelo fato do código de humor apresentado estar representado por símbolos estranhos ao público alvo. O desenho abaixo não foi entendido por nenhum dos entrevistados que perguntavam sempre o porquê das flores.

Ora, no código cultural do Ocidente flor pode simbolizar demonstração de amor, de estar apaixonado. No código cultural moçambicano, não. Faltou ao se conceber o desenho utilizar o código cultural existente na sociedade para demonstrar que se está apaixonado.

Outra constatação desta pesquisa foi a de que quanto mais realista um desenho, maior era o número de pessoas que o compreendia e o escolhia como um desenho educativo e que lhe agradava mais.

No caso da pesquisa sobre os cartazes, um deles apresentava um semáforo (adaptação do símbolo europeu STOP AIDS), o que implicava que a mensagem, para ser efetivamente compreendida, o entrevistado deveria identificar o semáforo, o que ocorreu somente com 12% dos entrevistados. Também havia um jogo de palavras "VIDA OU SIDA, DECIDA". O jogo de palavras funcionou ao contrário do que se esperava: em vez de ajudar, dificultou a compreensão, pois a maioria dos entrevistados não entendia o que era uma "VIDA DE SIDA" e todos os entrevistados conheciam e sabiam o significado do verbo decidir.

O cartaz utilizado na campanha de vacinação de 1988 é um bom exemplo de material de comunicação que foi amplamente entendido, pois era bastante realista e apresentava elementos bem conhecidos da população: uma criança, uma enfermeira e uma mãe. 100% dos entrevistados, mesmo os não alfabetizados, compreenderam que o cartaz estava pedindo para as mães levarem as crianças a serem vacinadas no Centro de Saúde.

S I D A ou V I D A DECIDA

