

Comunicação do INCA faz pesquisa de opinião na comunidade do Borel

Para falar e ser ouvido é importante, primeiro, conhecer as necessidades do público-alvo. Foi com este pensamento que a Divisão de Comunicação Social (DCS) do INCA decidiu fazer a *Pesquisa Qualitativa de Opinião sobre Câncer do Colo do Útero* com moradoras de uma favela na cidade do Rio de Janeiro para produzir materiais informativos e planejar ações de prevenção da doença. Este tipo de câncer é tratável, curável, mas ainda são elevadas as taxas de incidência e mortalidade pela doença no país.

Na construção do projeto básico da pesquisa, a equipe usou alguns dados da tese de mestrado da assistente social Célia da Silva Ulysses de Carvalho, *Condições de vida de mulheres com câncer do colo do útero avançado em tratamento no Hospital do Câncer II, do INCA*. O trabalho mostra o perfil dessas mulheres: a maioria trabalha em casa, tem baixa escolaridade, renda familiar entre um e dois salários mínimos e idade acima de 40 anos. O projeto de pesquisa foi aprovado pelo ciclo 2007 do SISPLAN e licitado este ano.

Os analistas de comunicação do INCA Claudia Lima, Rodrigo Feijó e Claudia Gomes construíram a pesquisa em parceria com os profissionais da empresa Microbank Brasil – Instituto de Desenvolvimento, Informação e Pesquisa, vencedora da licitação. O Morro do Borel, na Tijuca, foi escolhido para a realização do trabalho. "A escolha foi feita em função da experiência da antropóloga Patrícia Gouveia, que já tinha desenvolvido um programa voltado para a saúde com os moradores do Borel", explica Claudia Lima. Uma moradora da comunidade, estudante de Ciências Sociais da UERJ, trabalhou como agente de campo para selecionar as mulheres entrevistadas.

Ao todo, 50 mulheres participaram da pesquisa, divididas em seis grupos de três faixas etárias: de 25 a 35 anos, de 36 a 49 anos e de 50 a 65 anos. A metodologia usada foi o grupo focal, uma entrevista coletiva semi-dirigida para construção de informações qualitativas. Esse tipo de pesquisa é eficaz para estudos que buscam entender atitudes, preferências, necessidades e sentimentos. No fim da reunião, foram apresentados os folhetos da série *A informação pode salvar vidas*, produzidos pela DCS e avaliados pelas entrevistadas.

O relatório desta primeira etapa foi entregue na segunda quinzena de julho e



Os encontros foram realizados na própria comunidade...



... com moradoras de 25 a 65 anos



Os dados foram coletados em conversas informais, que duravam duas horas

será apresentado para discussão com as áreas técnicas. A partir desse documento, a equipe vai produzir um plano de comunicação para divulgar informações sobre a prevenção do câncer do colo do útero na comunidade. "Tivemos boa aceitação da pesquisa. Ainda este ano, voltaremos à comunidade para promover a avaliação do plano de comunicação com outros seis grupos focais", finaliza Claudia Lima. **¶**