A campanha "Alimento Seguro" do Ministério da Agricultura e Pecuária, no contexto da Saúde Única. Resultados preliminares

Maria Thereza Bonilha Dubugras[1], Evelise Oliveira Telles[2], Andressa da Costa Lira Thomaz de Aquino[2], Simone de Carvalho Balian [2]

[1.] Instituto de Saúde - Secretaria Estadual de Saúde, São Paulo, Brasil
[2.] Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil

Como noticiou em seu *site* oficial, o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) lançou, em dezembro de 2023, a campanha publicitária *Alimento Seguro*, para “reforçar”, junto à população brasileira, a percepção de segurança no consumo de carnes de aves e ovos inspecionados e “reafirmar que a gripe aviária, que ingressou no país em maio de 2023 afetando aves silvestres, não é transmitida pelo consumo desses alimentos”. O presente trabalho teve como objetivos analisar essa campanha, em relação à abordagem dos riscos, aos elementos da comunicação em saúde efetiva e ao conceito da saúde única. Foram coletados materiais disponibilizados pelo MAPA na página *web* da campanha (https://www.gov.br/agricultura/pt-br/campanhas/alimento-seguro) e nas redes sociais Instagram (mapa_brasil, mapa_suasa); YouTube (@MinAgriculturaBrasil); X (https://x.com/Mapa_Brasil); Facebook (https://www.facebook.com/MinAgricultura); Spotify (https://spoti.fi/2YQ4vG4); LinkedIn (https://www.linkedin.com/company/mapa-brasil). As peças foram avaliadas para a identificação dos objetivos comunicacionais, das temáticas abordadas e das mensagens principais. Os conteúdos foram examinados em relação à objetividade, à clareza, à relevância, à abordagem dos riscos sanitários e ao conceito de Saúde Única. Constatou-se que os materiais têm recursos de acessibilidade. Com o *slogan* “Alimento inspecionado. Tá na mesa, tá seguro”, o MAPA está divulgando, para a população, informações sobre a importância da inspeção sanitária realizada pelos serviços oficiais para a inocuidade da carne de aves e de ovos. Os materiais informam sobre o significado e a obrigatoriedade da existência dos selos de inspeção federal, estadual e municipal (SIF, SIE, SIM e Sisbi) nos produtos de origem animal, comercializados no Brasil. Adicionalmente estão sendo veiculados conteúdos direcionados para os produtores rurais, com orientações sobre as medidas de biosseguridade para a prevenção da gripe aviária e sobre a notificação ao Serviço Veterinário Oficial de focos suspeitos. Com as novas tecnologias de informação e de comunicação, instituições como o MAPA podem divulgar informações em seus próprios canais, não apenas na mídia tradicional. A Internet abre diferentes espaços para múltiplos canais e para vários discursos, por isso, a concorrência pela atenção do público é alta, sendo que geralmente as pessoas estão divididas em bolhas de informação. Apesar de ser um desafio atingir o grande público na era digital, a presença das instituições governamentais nas redes é fundamental. A temática da campanha *Alimento Seguro* é de alta relevância, sendo que as mensagens divulgadas podem contribuir para a promoção da cultura do consumo de produtos inspecionados e para a redução da ocorrência de criações e de abates clandestinos.

Agradecimentos: Agradecemos ao Dr. Renato Barboza, Diretor do Núcleo de Práticas de Saúde do Instituto de Saúde (IS/SES-SP) pelo apoio à realização deste estudo.