

# gestão

LIVRO INÉDITO EXPÕE AÇÕES E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO EM CÂNCER E SUGERE DELIMITAÇÃO DE CAMPO DE PESQUISA

## Experiência partilhada

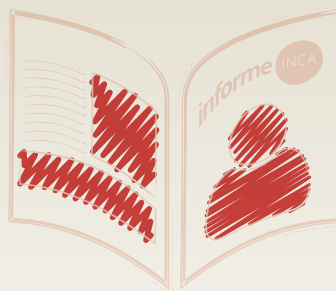
O câncer é uma doença biológica e socialmente complexa. Se, por um lado, é um desafio à inteligência de médicos e pesquisadores, de outro, inspira medo e, não raramente, submete seus portadores a estigmas. Por tudo isso, é consenso no âmbito das políticas públicas internacionais que deve ser enfrentado a partir de uma abordagem multidisciplinar e que tem na prevenção um de seus carros-chefes. Essa necessidade explica o porquê de as ações de controle do câncer terem de andar de mãos dadas com as estratégias de comunicação para esclarecer a população e alinhar procedimentos, principalmente na área de políticas públicas.

Infelizmente, ações de comunicação em câncer nem sempre são catalogadas, o que impede que uma avaliação mais precisa daquilo que deu certo, do que pode ser melhorado e do que deve ser descartado possa ser feita. Há cerca de dois anos, porém, a equipe de Comunicação Social do INCA entendeu que esse passo precisava ser dado. E nada mais natural que a instituição do Ministério da Saúde responsável pelo desenvolvimento e coordenação das ações integradas para a prevenção e o controle do câncer no Brasil fosse a responsável pela tarefa. O Instituto conta com uma qualificada equipe de profissionais de comunicação – quase todos com pós-graduação corporativa e/ou acadêmica –, que



decidiu reunir, de maneira sistematizada, algumas de suas mais bem-sucedidas ações de controle do câncer no livro *Comunicação como estratégia para a política de controle do câncer: a experiência do INCA*, lançado em novembro passado, durante a semana em que se celebra o Dia Nacional de Combate ao Câncer. Primeira do gênero no País, a publicação traz artigos, ensaios acadêmicos e relatos de casos, atravessando áreas como o jornalismo, as relações públicas e a comunicação digital.

“Em determinado momento, percebemos que não podíamos apenas reagir aos fatos, numa época em que a disputa por atenção nas mídias, principalmente nas digitais e acerca da temática da saúde,



“cresce de maneira exponencial”, relata o idealizador do projeto, o professor e jornalista do INCA Nemézio Amaral Filho. “Ante a receptividade que o livro teve no meio acadêmico, nos órgãos de comunicação e dentro do próprio Instituto, onde tivemos espaço para construí-lo, vimos que nossa aposta fora acertada e que essa sistematização era uma demanda reprimida”.

Equilibrar o trabalho do dia a dia e a construção de um livro acadêmico não foi uma tarefa fácil: a equipe da Comunicação é procurada por órgãos de saúde e de imprensa de todo o Brasil (e às vezes até do exterior) em busca de informações sobre abordagens comunicacionais na área oncológica. “Mas os autores estavam bem cientes de suas responsabilidades – sabiam que o livro é um legado importante para se pensar, por exemplo, estratégias de prevenção e até de combate às mentiras sobre o câncer, eufemisticamente chamadas de *fake news*”, relata Amaral Filho.

## PASSADO, PRESENTE E FUTURO

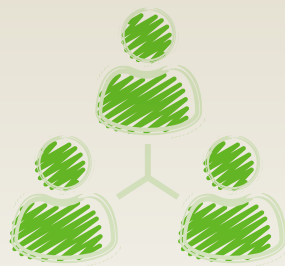
A leitura da obra permite constatar que, de fato, a preocupação com a comunicação para o enfrentamento da doença no Instituto remonta ao seu embrião, nos anos 1930: o Serviço Nacional de Controle do Câncer, que teve entre seus dirigentes o lendário Mário Kröeff. Ele e outros médicos, associados a profissionais de imprensa, elaboraram as primeiras campanhas de prevenção e alerta, iniciando o processo de desconstrução do câncer como doença incurável.

O livro permite um salto no tempo e deixa ver que a ideia de Kröeff foi comprada pelas gerações seguintes: o INCA construiu pontes com veículos de comunicação impressos, radiofônicos e digitais, o que auxiliou na visibilidade do problema do câncer sem estigmatização e charlatanismo. Mais do que isso: tornou-se evidente que a comunicação em câncer, de qualidade e em sentido amplo, é um direito do cidadão-contribuinte. Por isso mesmo, a comunicação interna, a que cria senso de pertencimento entre a força de trabalho do Instituto, direta e indiretamente

“O livro é um legado importante para se pensar, por exemplo, estratégias de prevenção e até de combate às mentiras sobre o câncer, eufemisticamente chamadas de *fake news*”

**NEMÉZIO AMARAL FILHO**, professor e jornalista do INCA





voltada para o enfrentamento do câncer, tem um peso central na estratégia do INCA – conecta os profissionais, assim, com um projeto ainda maior.

“Durante décadas, muito antes de nós, o Instituto lutou pelo esclarecimento público, enfrentou discursos enviados e, não raramente, foi criticado por isso. Mas manteve seu pioneirismo e sua credibilidade, mesmo em meio às críticas que, muitas vezes, o serviço público em saúde costuma receber”, analisa a chefe do Serviço de Comunicação Social do INCA, autora de um dos artigos da publicação e incentivadora de

primeira hora do projeto, Mônica Torres. “O livro mostra as estratégias que usamos para as vitórias discursivas que vimos tendo até aqui. São textos acadêmicos, com referências científicas relevantes para comunicação e saúde, mas que partiram de projetos práticos, de diferentes temas e de destaque para o Instituto.”

Fartamente ilustrada, a obra mostra os fundamentos práticos e teóricos de estratégias de comunicação que se valeram de fotografias, exposições, atividades artísticas, vídeos, oficinas, materiais gráficos; e como isso envolveu uma gama de colaboradores que vai do cientista, passa pela celebridade e atinge, comove e faz agir a população. Nesse ponto, o livro desmonta a ideia produzida pelo senso comum sobre a comunicação como elemento meramente acessório ou limitado ao aspecto lúdico. Na prática, o trabalho não é nada simples, principalmente por tratar de ações que terão impacto decisivo na vida das pessoas e podem levá-las a mudar seus hábitos e comportamentos, além das próprias ideias e conceitos sobre o câncer. As discussões sobre as melhores estratégias são intensas, duras, calcadas em informações científicas, negociadas com as áreas técnicas e depois traduzidas ao grande público de maneira clara e, ao mesmo tempo, sem redução de profundidade.

No lançamento do livro, em debate transmitido ao vivo no canal do Instituto no YouTube, reunindo profissionais de saúde e de comunicação e acadêmicos, a diretora-geral do INCA, Ana Cristina Pinho, pediu aos autores da obra que não parassem por ali. Atualmente, aliás, a equipe conta com dois de seus profissionais investigando, em nível de doutorado, as relações entre a temática do câncer e a comunicação. “Não sabemos ainda como nem quando daremos o próximo passo”, admite Amaral Filho. “Mas sabemos que esse livro foi apenas o início”. ■



A publicação registra imagens históricas e momentos recentes do Instituto



Acesse a versão digital do livro na área Publicações do portal do INCA na Internet ([www.inca.gov.br](http://www.inca.gov.br)) ou pelo endereço: <https://bit.ly/2V3kdpu>.

# debate

NÚMERO CADA VEZ MAIOR DE ESTUDOS CIENTÍFICOS PUBLICADOS É SINÔNIMO DE EVOLUÇÃO NA PESQUISA?

## Quantidade x qualidade

**E**m entrevista concedida no ano passado, John Ioannidis, professor de Medicina da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, provocou alguma polêmica ao afirmar que a maioria dos estudos científicos publicados, até mesmo em revistas sérias, é fraca. Ele diz que muitas pesquisas utilizam amostras pequenas demais para alcançar conclusões generalizáveis e que tais estudos continuam sendo publicados em consequência da pressão sobre os pesquisadores, da concorrência entre as revistas e do apetite dos meios de comunicação por trabalhos que anunciem “revoluções” ou grandes descobertas.

No Brasil, a opinião dos especialistas ouvidos pela REDE CÂNCER não é tão veemente, até porque, com o número cada vez maior de estudos publicados, fica mais difícil avaliar toda essa produção. Andreia Melo, chefe da Divisão de Pesquisa Clínica e Desenvolvimento Tecnológico do INCA, diz concordar parcialmente com Ioannidis. “Para um ensaio clínico ser publicado em uma revista de alto impacto, precisa ser inovador e, de certa forma, gerar alguma hipótese ou mudar uma conduta”, observa. “Ter um estudo com um resultado no qual você pode confiar é sempre o mais desejado. Mas diante

do cenário mundial atual, com a concorrência entre as revistas e a dificuldade de publicar em um veículo de alto impacto, esse tipo de situação pode acontecer. São inúmeros os periódicos não indexados às grandes bases de dados, com baixo ou nenhum fator de impacto, com uma revisão precária do conteúdo a ser publicado e que cobram altos valores para publicação”, acrescenta.

Para ela, é preciso atenção ao tipo de publicação que divulga o estudo. Mas ressalta que, para as revistas de maior credibilidade e impacto na comunidade científica, o trabalho deve estar registrado em alguma plataforma on-line, como



a ClinicalTrials.gov, uma iniciativa do Instituto Nacional de Saúde (NHI, na sigla em inglês), dos Estados Unidos.

O próprio Ionnadis comenta que algumas revistas exigem dos autores a divulgação dos dados brutos e a publicação prévia de seu protocolo, uma medida de transparência para evitar alterações de métodos.

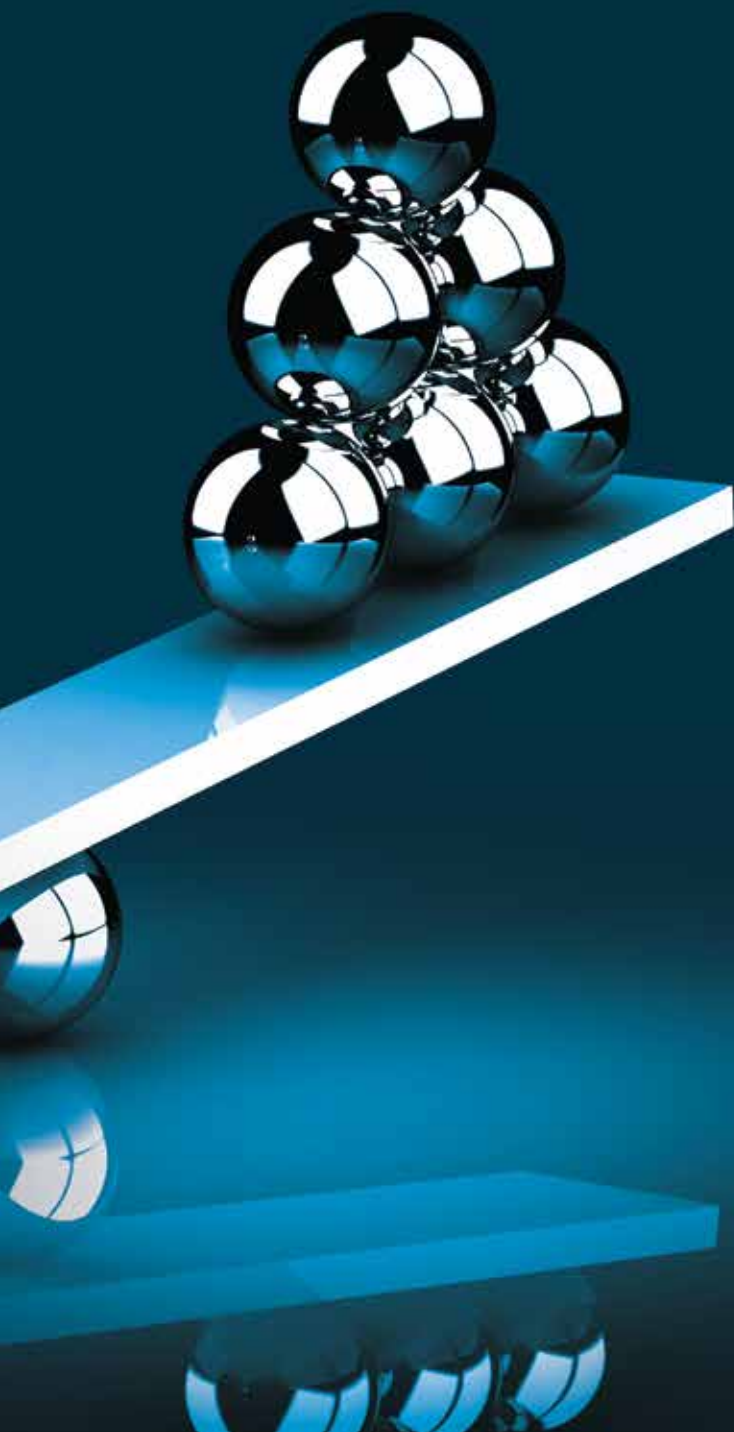
Rui Seabra Ferreira Jr., pesquisador e presidente da Associação Brasileira de Editores Científicos (Abec), recorda que a preocupação do professor de Stanford tem mais de uma década: “John Ionnadis é um estudioso das métricas científicas. Ele já vem há algum tempo avisando

sobre como a ciência tem caminhado para uma direção equivocada, como pode ser visto em seu artigo divulgado, em agosto de 2005, na prestigiada revista *Plos Medicine*. Naquele texto, Ionnadis apresenta uma preocupação crescente de que as descobertas publicadas mais recentemente sejam falsas, apontando problemas para a condução dos estudos e interpretação das pesquisas, ou seja, de seus resultados”.

Luiz Henrique Araújo, oncologista e pesquisador do INCA e do grupo Americas Oncology, atual presidente da Sociedade Brasileira de Oncologia Clínica – regional Rio de Janeiro (Sboc-RJ), discorda de Ionnadis quanto à qualidade dos estudos publicados. “Acho que os pesquisadores, em sua maioria, são pessoas extremamente sérias e muito dedicadas. São eles que, de fato,

“Esse mercado bilionário [de periódicos científicos] fez aparecer algumas revistas chamadas ‘predatórias’, que prometem uma rápida publicação. Elas realmente publicam pesquisas de baixa qualidade e resultados questionáveis, muitas vezes porque o processo de revisão por pares, o que ainda nos é garantia de qualidade, não foi realizado adequadamente”

**RUI SEABRA FERREIRA JR.**, pesquisador e presidente da Abec



# Pronon em detalhes

Desde 2013, pessoas físicas e jurídicas podem destinar até 1% do valor do imposto de renda (IR) devido a iniciativas em oncologia, a exemplo de incentivos fiscais que já existiam para esporte, cultura e lazer. Instituído pela Lei 12.715/2012, o Pronon permite que entidades beneficentes de assistência social (Ebas), organizações sociais (OSs) ou organizações da sociedade civil de interesse público (Oscips) apresentem projetos para viabilizar ações e serviços de atenção oncológica com recursos captados desses doadores. Para ser aprovado, cada projeto é submetido à análise técnica e, posteriormente, à deliberação colegiada do Comitê Gestor do Pronon.

O valor global máximo das deduções, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, é fixado, anualmente, por ato conjunto dos ministérios da Economia e da Saúde – para 2019, o montante não havia sido definido até o fechamento desta edição. A portaria interministerial também limita o quantitativo de recursos a ser utilizado nos projetos, que devem se enquadrar em uma destas três categorias: prestação de serviços médico-assistenciais; formação, treinamento e aperfeiçoamento de recursos humanos em todos os níveis; e realização de pesquisas clínicas, epidemiológicas e experimentais.

Segundo o MS, as instituições, até agora, deram preferência à primeira – de 2013 a 2018, quase 70% das 776 propostas apresentadas visavam à ampliação de serviços médico-assistenciais.

## COMO PARTICIPAR

### INSTITUIÇÕES



A entidade interessada em viabilizar seus projetos deve se cadastrar no Ministério da Saúde



É possível tentar a captação de recursos para até três projetos em cada ano



O requerimento solicitando o credenciamento no Pronon deve ser encaminhado ao MS entre 1º de junho e 31 de julho de cada ano



É necessário anexar documentos comprovando que a entidade é constituída como fundação ou associação privada sem fins lucrativos e certificada como Cebas, OS ou Oscip



O período para apresentação de projetos varia ano a ano. O prazo tem início com a publicação da portaria interministerial que estabelece os valores do programa e se encerra em 45 dias



Os projetos aprovados têm o desenvolvimento acompanhado e avaliado pelo MS



Para mais informações, consulte o Anexo LXXXVI da Portaria de Consolidação nº 05, de 28 de setembro de 2017, no link: <https://bit.ly/2FI120Q>

# O que caracteriza um estudo confiável?



## REVISTAS DE ALTO IMPACTO

As revistas científicas de todo o mundo são avaliadas pelo fator de impacto (FI), que contabiliza as citações recebidas.

O cálculo do fator, feito anualmente, é a soma de todas as citações recebidas nos dois anos anteriores dentro da coleção de revistas Web of Science – como *Arts & Humanities Citation Index*, *Science Citation Index Expanded*, *Social Sciences Citation Index* e *Emerging Sources Citation Index* –, dividido pelo total de artigos publicados no mesmo período.

Os defensores do método afirmam que ele possibilita uma pesquisa de mercado, porque o FI apresenta dados quantitativos que indicam o prestígio acadêmico das publicações.

fazem as transformações que nós temos hoje em nosso dia a dia. Todas elas advêm de pesquisa e desenvolvimento em diferentes setores, seja no acadêmico, no governamental e no privado também”, defende.

Segundo Araújo, é interesse do investigador que seu estudo seja publicado em uma revista prestigiada. “O grande pesquisador tem dois sonhos: transformar o meio em que vive, com uma descoberta que seja utilizada pelas pessoas, e alcançar o próprio desenvolvimento profissional. É óbvio que se ele publica mais artigos, sobretudo em revistas importantes, isso impacta positivamente em sua carreira”, constata.

Gilberto de Castro Jr., médico assistente do Serviço de Oncologia Clínica do Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp) e oncologista do Hospital Sírio-Libanês (HSL), ressalta a relevância das pesquisas realizadas no País: “O Brasil tem uma participação importante em estudos clínicos internacionais, especialmente em câncer”.

“A quantidade de periódicos sobre os mais diversos assuntos na área da ciência é cada dia maior. Com isso, também cresce o número de artigos publicados, tanto na pesquisa básica como na clínica e translacional. Para uma pessoa acompanhar toda essa literatura é impossível. Quanto maior o fator de impacto da revista, muito maior será o crivo de revisão”

**ANDREIA MELO**, chefe da Divisão de Pesquisa Clínica e Desenvolvimento Tecnológico do INCA

## AMOSTRAGEM REPRESENTATIVA

Os pesquisadores brasileiros consultados pela REDE CÂNCER discordam do professor de Stanford na questão da amostragem, pois consideram que, apesar de sua relevância, nem sempre é o principal item de uma investigação. “A causa amostral é parte fundamental do estudo, mas outras características são importantes, como os objetivos dele e os critérios de inclusão e exclusão”, afirma Andreia Melo, para quem, em casos de doenças raras, poucas vezes é possível fazer uma pesquisa com um grande número de pacientes. De acordo com a pesquisadora, em trabalhos envolvendo tumores de baixa incidência na população, a melhor evidência científica vem de estudos de fase 2, com um número limitado de pacientes.

“A pesquisa vai desde as fases de descoberta até as de validação e implementação. Isso não quer dizer que uma seja mais importante que a outra”, acrescenta Araújo.

Para Castro Jr., “o mais importante é o desenho do estudo, que inclui não só o número de participantes, mas uma série de características do ponto de vista estatístico, para poder dizer se a conclusão a que chegamos é verdadeira ou não”.

“O número de participantes nos estudos sempre traz alguns pontos relevantes para refletirmos. Há todas as questões de ética e, no caso de animais, também de bem-estar, aliadas aos custos de uma pesquisa com maior número de participantes. Assim, os pesquisadores se valem de análises estatísticas para ajudar a validar as suas hipóteses. Logicamente, muitas dessas pesquisas são realizadas em ambientes e situações controlados e, quando levadas a campo ou ao ‘mundo real’, não se reproduzem. Mas a pesquisa controlada é indispensável para compreendermos diversos fatores e minimizarmos os vieses”, opina Seabra.

## COMPETIÇÃO E MERCADO

Luiz Henrique Araújo, no entanto, concorda com Ioannidis no que diz respeito ao “apetite” por grandes descobertas, que, segundo o médico, alimentam mudanças. E reconhece que algumas publicações querem “revoluções”.

Ele diz que as revistas desejam estudos positivos porque uma pesquisa com milhares de pacientes pode ter um resultado negativo, o que “não é atraente, não vende”. “A própria revista quer publicar coisas positivas e bombásticas, porque isso vai atrair mais leitores e fazer com que alcance maior repercussão em outros meios de comunicação.



“O mais importante é o desenho do estudo, que inclui não só o número de participantes, mas uma série de características do ponto de vista estatístico, para poder dizer se aquela conclusão a que chegamos é verdadeira ou não”

**GILBERTO DE CASTRO JR.**, médico assistente do Icesp e oncologista do HSL

Embora sejam de um segmento específico, as publicações científicas têm interesses comerciais como qualquer veículo”, observa.

Ao mesmo tempo, ele destaca que as revistas mais sérias, como *Science* e *Nature*, têm editores altamente renomados. Os estudos publicados em tais periódicos frequentemente são acompanhados por um editorial o menos enviesado possível, para tentar apresentar uma leitura imparcial do tema.

“A pesquisa, a produção científica, está cada vez mais competitiva. A quantidade de periódicos sobre os mais diversos assuntos na área da ciência é cada dia maior. Com isso, também cresce o número de artigos publicados, tanto na pesquisa básica como na clínica e translacional. Para uma pessoa acompanhar toda essa literatura é impossível. Quanto maior o fator de impacto da revista, muito maior será o crivo de revisão”, concorda Andreia Melo.

“Todos temos conhecimento do grande negócio que se apresenta em volta da publicação de livros e revistas científicas mundialmente”, afirma Rui Seabra. “Esse mercado bilionário fez aparecer algumas revistas chamadas ‘predatórias’, que prometem uma rápida publicação. Elas realmente publicam pesquisas de baixa qualidade e resultados questionáveis, muitas vezes porque o processo de revisão por pares, o que ainda nos é garantia de qualidade, não foi realizado adequadamente. Normalmente, quem procura essas revistas são pesquisadores experientes, que se veem muitas vezes pressionados pela necessidade de publicar”, completa.

Para Seabra, é preciso “mudar radicalmente nosso sistema de avaliação, que atualmente é baseado em números e índices. Falando “como pesquisador, e não presidente da Abec”, ele deixa uma sugestão para seus colegas: “Cada um, em seus relatórios, poderia apontar quais as 10 produções mais relevantes que produziu naquele período. Assim, teria a chance de evidenciar a real significância da ciência por ele produzida”.

## DIÁLOGO ABERTO COM O PACIENTE

A conversa com o médico é sempre uma maneira de filtrar as pesquisas que, atualmente, são divulgadas em diversos meios e podem chegar de maneira não adequada ao paciente. Para ele, Andreia Melo orienta a consulta a ferramentas on-line, como a já citada ClinicalTrials.gov, para ter acesso a estudos recentes e como forma de esclarecer dúvidas.

A importância da interação com o especialista é frisada por Castro Jr.: “É preciso perguntar a opinião do médico. Afinal, a maioria dos pacientes não tem formação que permita dizer se o tratamento A é melhor que o tratamento B”. ■

“A própria revista quer publicar coisas positivas e bombásticas, porque isso vai atrair mais leitores e fazer com que alcance maior repercussão em outros meios de comunicação. Embora sejam de um segmento específico, as publicações científicas têm interesses comerciais como qualquer veículo”

**LUIZ HENRIQUE ARAÚJO**, oncologista, pesquisador do INCA e atual presidente da Sbec-RJ