

artigo

LUIZ ANTONIO TEIXEIRA

Historiador e pesquisador em história da saúde, da Casa de Oswaldo Cruz (Fiocruz)

As campanhas educativas e a prevenção do câncer: um pouco de História

As campanhas educativas de prevenção do câncer, tão comuns em nossos dias, desde muito tempo constituem um dos principais instrumentos da saúde pública para o controle da doença. A cada ano são elaboradas campanhas contra o fumo, de estímulo a hábitos alimentares saudáveis, de restrição à exposição ao sol em determinados horários e de incentivo à prática de exames ginecológicos periódicos. Essas ações objetivam mobilizar a sociedade para participar da prevenção e intervir de forma dinâmica em suas formas de vida a partir do questionamento e, conseqüentemente, a mudança de comportamentos.

Coordenadas e, em parte, executadas pelo Instituto Nacional de Câncer, as campanhas educativas partem da concepção de que o controle do câncer repousa sobre dois pilares: a prevenção, através da utilização de exames específicos para cânceres evitáveis e da adoção de hábitos saudáveis, que reduzem o risco de desenvolver a doença; e o diagnóstico precoce, pois, quanto mais cedo a doença for diagnosticada, maiores serão as chances de êxito no tratamento. A noção de prevenção está ligada ao câncer desde o século XVIII, quando as ações relacionadas ao meio



ambiente, às condições de trabalho e a hábitos saudáveis foram consideradas centrais para diminuir o risco de desenvolver a doença. No século XIX e início do XX, a inexistência de tratamentos eficazes fez com que as medidas de prevenção e diagnóstico precoce permanecessem como as únicas formas de proteção contra a doença.

As primeiras ações educativas sistemáticas em relação ao câncer surgiram na década de 1940, quando médicos como Mario Kroeff e Antônio Prudente transformaram essa atividade na razão de suas vidas. Kroeff ficou imortalizado na história da nossa medicina por ter criado e por muito tempo dirigido o Centro de Cancerologia, hoje Instituto Nacional de Câncer. Prudente foi presidente da Associação Paulista de Combate ao Câncer e criador do Hospital AC Camargo. Os dois foram responsáveis por diversas campanhas contra a doença no Rio (então Distrito Fe-

deral) e em São Paulo, fazendo largo uso de material gráfico e exposições. Também vieram a dirigir o Serviço Nacional de Câncer, onde utilizaram o que havia de mais moderno no campo da comunicação e da informação, como o rádio, o cinema e a imprensa, para divulgar as noções médicas de prevenção à doença.

Naquele momento, as campanhas educativas buscavam incutir no público as noções de proteção contra a doença através do medo e da preocupação. O caranguejo, símbolo do câncer e uma das imagens mais usadas, era apresentado aterrorizando suas vítimas. Imagens bélicas, relacionadas ao clima de guerra dos anos 40, também eram muito utilizadas. Várias peças de propaganda faziam da prevenção uma batalha contra a doença, comparando o trabalho dos médicos ou do organismo às atividades dos soldados durante um combate. Várias fotografias de doentes e suas mazelas eram usadas para estimular a população a consultar os médicos.

Outro aspecto interessante dessas campanhas é a frequente representação das mulheres. Nesse período, elas eram o público-alvo para os exames de prevenção ao câncer do colo do útero, efetuados nos consultórios e postos ginecológicos. Entretanto, eram sempre mostradas como vítimas impotentes e aterrorizadas, não apresentando nenhuma ação no sentido de se proteger contra a doença, o que refletia o papel a elas definido por uma sociedade com princípios de cidadania ainda pouco inclusivos.

A propaganda relacionada ao câncer também tinha o objetivo de ampliar as doações a entidades filantrópicas que mantinham centros de tratamento, pois poucas instituições públicas lidavam com a doença. Apesar da característica amedrontadora dessas campanhas, entre o final da década de 1930 e os anos 1950, a ação dos cancerologistas em relação à divulgação da doença e das formas de se proteger dela foi fundamental para a criação de uma tradição de uso das campanhas educativas em nossa saúde pública.

Nos anos 1960, as campanhas de educação em saúde ganharam novas formas. Em lugar do medo,



passaram a levar ao público informações sobre tratamento e para a prevenção. As ações nesse sentido ainda eram poucas, pois a prevenção tinha um papel secundário frente às ações curativas efetuadas na rede hospitalar. Nesse período, a medicina previdenciária tinha nos tratamentos cirúrgicos e radioterápicos as principais formas de tratar o câncer, e a saúde pública, com recursos escassos, pouco podia fazer no campo da prevenção.

Nos anos 1990, essa situação começou a mudar. O movimento pela saúde, que levou à criação do SUS e à noção de saúde como obrigação do Estado e direito do cidadão, trouxe para o centro dos programas de saúde a ideia da prevenção,

mostrando como pode ser mais barato e eficaz evitar uma doença que tratá-la. Nesse contexto, as campanhas educativas relacionadas a cânceres detectáveis precocemente por exames ou evitáveis por mudanças de hábitos passaram a ser os principais alvos da saúde pública. Aliada de ações de prevenção realizadas em datas específicas, como o Dia Mundial sem Tabaco (29 de agosto), ou de campanhas para a realização de exames preventivos de câncer do colo do útero, a propaganda educativa teria papel de destaque na conscientização do público.

No início do século XXI, a noção de saúde se ampliou, passando a englobar novos elementos, como padrões saudáveis de alimentação e nutrição; formas adequadas de habitação e saneamento; trabalho em condições dignas; acesso à educação; limpeza ambiental; acesso a serviços de saúde de qualidade etc. Enfim, condições dignas de sobrevivência e um estilo de vida responsável passaram a ser vistos como fatores determinantes para boas condições de saúde. As ações educativas em relação ao câncer incorporaram estratégias que procuravam envolver indivíduos e coletividades na busca por melhores condições de vida e na responsabilidade de conduzi-la de uma forma saudável. Alimentação saudável, ambientes livres da poluição ambiental do cigarro e agenda de exames em dia, passam à ordem do dia dessa nova propaganda. Definitivamente, o medo deu lugar à valorização da vida. ■