

social

TEMA É POUCO ABORDADO PELAS EMISSORAS DE TELEVISÃO NOS FINAIS DE SEMANA E FERIADOS, QUANDO PRIORIZAM ASSUNTOS MAIS AMENOS

Câncer: só de segunda a sexta-feira

Uma pesquisa norte-americana, divulgada este ano, comprovou que o estilo de vida é diretamente responsável por grande parte dos casos de câncer em todo o mundo. De acordo com o levantamento, com alimentação saudável, peso controlado e prática de exercícios seria possível reduzir em mais de 85% a ocorrência de tumores malignos. O estudo foi destaque na imprensa brasileira, inclusive em alguns dos principais telejornais do País. Mas apesar de serem veiculadas em horário nobre, reservado às notícias mais relevantes, dificilmente reportagens sobre câncer vão ao ar aos domingos e feriados – dias reservados a temas mais amenos.

Isso é o que aponta levantamento feito pela jornalista Cláudia Jurberg, da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e do

Instituto de Bioquímica Médica (IBqM), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e pela microbiologista Marina Verjovsky, doutoranda do IBqM. A pesquisa, que analisou 51 reportagens veiculadas por 12 emissoras brasileiras em novembro e dezembro de 2006 e em abril e maio de 2007, demonstra que o câncer ainda é tratado com restrição, sobretudo por ser associado à dor e à morte.

Aproximadamente 60% das matérias analisadas foram exibidas em dias úteis, durante o horário nobre – das 20h às 22h. Já nos telejornais matutinos e vespertinos, que são maioria nas grades de programação, notícias relacionadas ao câncer encontram menos espaço. Em dezembro, a abordagem do tema é



SEGUNDA

Cigarro é a companhia de muitos adolescentes

TV Globo - SP
Jornal Nacional
29/08/2011 - 20:37



TERÇA

INCA lança campanha para aumentar a doação de sangue durante o carnaval

TV Brasil - RJ
Programa Repórter Rio
01/03/2011



QUARTA

Anvisa proíbe venda de cigarros aromatizados no mercado brasileiro

Globo News - RJ
Jornal da GloboNews
14/03/2012 - 03:07



QUINTA

Rio: robô é usado para tirar tumores

TV Bandeirantes - RJ
Jornal da Band
24/05/2012 - 20:15



SEXTA

Prevenção ao câncer

TV Futura - RJ
Programa Conexão Futura
13/01/2011 - 15:00



SÁBADO

Filmes
Novelas
Humorísticos



DOMINGO

Filmes
Futebol
Programas de Auditório



restrita em todos os horários. Apesar de ser o início do verão, quando aumenta a incidência de radiação solar, fator de risco para o câncer de pele, o período remete prioritariamente às festas de fim de ano, quando os programas televisivos evitam assuntos considerados tristes ou negativos demais.

“Acredito que falte um pouco de criatividade aos profissionais de comunicação para tornar o câncer um assunto mais interessante para a televisão. Também é papel dos jornalistas, produtores e assessores de imprensa contribuir para ultrapassarmos as barreiras erigidas pela própria mídia. Por que não veicular o tema aos domingos, baseando-se no princípio de que os telespectadores dominicais só gostam de assistir às boas notícias? Será mesmo que não podemos dar boas notícias sobre o câncer?”, provoca Cláudia.

Mas a jornalista reconhece que outros fatores influenciam esse cenário, como especialistas nem sempre disponíveis para entrevistas e a dificuldade de encontrar os chamados “personagens” para ilustrar as reportagens – pacientes e familiares dispostos a falar sobre suas experiências na televisão. “É importante lembrar que jornalistas sobrevivem de fatos novos, por isso, para gerar uma notícia, é essencial criar novidades, mesmo para falar de um assunto já conhecido. A divulgação do câncer ainda é bastante tímida, pois nem sempre o tema gera novas notícias”, afirma a pesquisadora.

Em geral, para serem divulgados pela grande imprensa, os fatos selecionados pelos jornalistas devem atender a uma série de critérios, chamados “valores-notícia”. Entre eles estão o peso social do assunto em questão, o número de pessoas afetadas pelo acontecimento e o grau de novidade da pauta.

Para Diana Luiza da Silva Moura, produtora da TV Band Rio, assuntos ligados ao câncer costumam obedecer a esses padrões e, portanto, não haveria uma orientação contra a veiculação de reportagens sobre o tema nos fins de semana. “Por serem matérias que prestam um serviço à população, há a preferência de elas irem ao ar o mais rápido possível, independentemente do dia da semana. Mas talvez pelo fato de as assessorias de imprensa e dos institutos de pesquisa em câncer funcionarem apenas durante a semana, há menos novidades aos sábados e domingos. A cobertura da televisão está muito ligada aos fatos do dia a dia”, considera.

É o que também afirma Andresa Feijó, assessora de imprensa do Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA). Para ela, temas relacionados à prevenção, ações educativas e eventos para a comunidade têm boa aceitação nas redações das emissoras de rádio e de TV. “Esses veículos, por falarem com as grandes massas, optam por trabalhar bastante com

pauta de utilidade pública. Além disso, em datas comemorativas, como o Dia das Mães e o Natal, os jornalistas buscam temas relacionados às práticas de humanização hospitalar e experiências que demonstrem como é enfrentar uma doença complexa como o câncer durante essas festividades”, explica a jornalista.

Andresa conta que, no fim de ano, principalmente perto do Natal, unidades hospitalares, como as do INCA, recebem a visita de artistas e atletas, o que costuma gerar interesse na imprensa. Para ela, com a popularização do tema, cada vez mais debatido, a tendência é a intensificação da veiculação de matérias sobre câncer pelas emissoras de televisão também nos fins de semana.

“Ao contrário do passado, quando as pessoas nem pronunciavam a palavra ‘câncer’, a doença é hoje amplamente discutida em reuniões de família. As pessoas procuram informações sobre hábitos que podem reduzir as chances do desenvolvimento de tumores malignos”, completa a assessora de imprensa.

ABORDAGENS

Entre as diversas abordagens do câncer, as principais registradas pelo estudo foram epidemiologia (33%), diagnóstico (27%) e prevenção (20%). A pesquisa aponta que resultados de investigações científicas ainda são pouco explorados pelas TVs, que priorizam campanhas institucionais e reportagens sobre dramas particulares. Além disso, mais de 30% das matérias abordaram fatores de risco para a doença e 50% mencionaram formas de prevenção ao câncer. O resultado mostra que nem todas as matérias de prevenção citam quais são os fatores de risco.

Para Cláudia, a televisão poderia contribuir mais para a disseminação de hábitos saudáveis e formas de prevenção. “Como podemos desejar que as pessoas se previnam se nem sempre têm informações e desconhecem fatores associados ao câncer?”, questiona. A jornalista cita uma pesquisa realizada por ela com jovens sobre o Papilomavírus Humano (HPV), que concluiu que pouquíssimos sabiam o que era o agente infeccioso. “Eles não se conscientizam da importância da proteção, pois desconhecem a correlação entre o HPV e alguns tipos de câncer”, conclui.

O jornalista Wilson da Costa Bueno, especialista em jornalismo científico e em comunicação e saúde, é ainda mais incisivo e classifica a cobertura da imprensa sobre os fatores de risco do câncer como “precária”. Segundo ele, o principal fator abordado pela mídia é o tabagismo. Mas isso aconteceria, ao menos em parte, pelo fato de a indústria ser proibida por lei, desde 2000, de veicular propaganda em meios de comunicação de massa.

“A mídia mais confunde do que esclarece. A imprensa fecha os olhos para fatores de risco importantes, como a alimentação rica em gordura e o uso de defensivos agrícolas. O Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos em todo o mundo e a exposição a essas substâncias está entre as principais causas de câncer relacionado ao trabalho. No entanto, pouco se fala sobre isso – afinal, as redes de *fast food* e a indústria agroquímica ainda são grandes anunciantes”, afirma Bueno.

ESPAÇO PARA ENTREVISTAS

Outro aspecto que chama a atenção na pesquisa de Cláudia Jurberg e Marina Verjovsky é a preferência das emissoras de televisão em abordar temas que despertem aproximação emocional com o público, em comparação a assuntos mais densos, considerados de difícil entendimento, como pesquisas científicas. “Verificamos que quase todas as reportagens cedem mais tempo para entrevistas com leigos — pacientes, familiares e público em geral — do que com especialistas. Nas matérias analisadas, foram entrevistados 103 leigos no assunto câncer, contra 64 profissionais de saúde”, compara Cláudia.

Por outro lado, a produtora de TV Diana Moura avalia que há, sim, um esforço por parte dos jornalistas para levar assuntos técnicos ao grande público – mas que na televisão o tempo disponível é muito curto. Ao contrário do jornalismo impresso, que permite a veiculação de conteúdos mais complexos, na televisão as matérias podem durar apenas um ou dois minutos. “É pouco tempo para explicar os assuntos, empregando-se uma linguagem acessível. Enquanto a população não estiver mais íntima dos termos técnicos, precisamos ir estimulando aos poucos, para que esses assuntos se popularizem”, opina.

Andresa concorda. Para ela, a imprensa tem a função de “traduzir” termos técnicos, possibilitando a melhor compreensão do tema pelo público em geral. “Além de permitirem o aprofundamento do conhecimento sobre uma doença que antes era considerada uma sentença de morte, as reportagens sobre câncer também contribuem para o fortalecimento da esperança de pacientes e familiares, ao demonstrar a melhoria na qualidade de vida, medicamentos mais eficazes e, por que não arriscar, na própria cura”, avalia a assessora de imprensa. ■

