

Na mira do câncal: o papal da mídia brasileira

Targeting cancer: the role of Brazilian media

Claudia Jurberg ¹; Maria Emmerick Gouveia ²; Camila Belisário ³

Resumo

Este estudo procura traçar um panorama sobre o tema câncal na mídia brasileira *on-line* e impressa. Foram analisadas 195 reportagens de 54 diferentes jornais das regiões Norte, Nordeste, Sudeste, Centro-Oeste e Sul, entre os anos 2003 e 2005. Vários aspectos foram observados durante a análise, dentre os quais foram verificados: se as produções das reportagens foram realizadas por jornalistas brasileiros ou se eram originárias de agências de notícias internacionais; quais os tumores malignos foram mais noticiados; qual o enfoque principal das matérias: prevenção, diagnóstico, tratamento, epidemiologia e/ou cura; o uso de fenômenos de linguagem como as analogias para explicar determinados processos; a seriedade no tratamento dos temas *versus* os erros mais freqüentes cometidos por jornalistas; e a referência a periódicos internacionais e nacionais nos estudos divulgados.

Palavras-chave: Neoplasias, Mídia, Brasil.

Abstract

This study provides an overview of the subject of cancer in the electronic and printed Brazilian media. We analyzed 195 stories from 54 different newspapers in the North, Northeast, Southeast, Central-West, and South of Brazil from 2003 to 2005. Several key aspects were observed during the analysis: whether the stories were produced by Brazilian journalists or originally by international news agencies; which malignant tumors received the most coverage; the main focus of the stories, whether prevention, diagnosis, treatment, epidemiology, and/or cure; the use of linguistic devices such as analogies to explain certain processes; serious analysis of topics versus the most frequent mistakes made by journalists; and reference to international and domestic newspapers in the published studies.

Key words: Cancer, Brazilian media.

¹ Doutora em Difusão em Biociências pela Universidade Federal do Rio de Janeiro; Jornalista da Fundação Oswaldo Cruz; Coordenadora do Núcleo de Divulgação do Programa de Oncobiologia, da UFRJ. Endereço para correspondência: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Av. Bahuínia, s/nº Ilha - Cidade Universitária. Prédio do CCS, Bloco H2 sala 003. Cep 21.941.590 - Rio de Janeiro - e-mail cjurberg@bioqmed.ufrj.br.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Neuroimunologia da Universidade Federal Fluminense.

³ Bolsista de Iniciação Científica da Faperj no Programa de Oncobiologia/UFRJ.

Trabalho realizado no Núcleo de Divulgação do Programa de Oncobiologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Endereço para correspondência: Laboratório de Imunologia Tumoral - Núcleo de Divulgação - UFRJ - Av. Bahuínia, s/n - Prédio CCS, Bl H2/sala 3 - Cep:21941-590 - Rio de Janeiro - RJ. E-mail: cjurberg@bioqmed.ufrj.br.

INTRODUÇÃO

O Ministério da Saúde estima que, em 2005, haverá quase 500 mil novos casos de câncer, sendo que 1/3 irão a óbito. A incidência e a mortalidade por câncer têm crescido no país em virtude do aumento da expectativa de vida e do controle de doenças infecto-contagiosas. Nas últimas décadas, as autoridades sanitárias do país observaram um aumento em 43% nos óbitos por câncer. Segundo estimativas do Instituto Nacional do Câncer (INCA)¹, para ambos os sexos são esperados cerca de 200 mil novos casos e aproximadamente 60 mil óbitos. Os especialistas acreditam que o tipo que mais acometerá a população brasileira será o câncer de pele não melanoma (mais de 80 mil casos novos), seguido pelas neoplasias malignas da mama feminina (cerca de 40 mil casos novos), próstata (35 mil casos novos), pulmão (22 mil casos novos) e estômago (20 mil casos novos).

O câncer é uma doença que pode ter cura, porém para um bom prognóstico é necessário um diagnóstico precoce. Alguns hábitos também têm estreita correlação com o aparecimento da doença: o fumo, a vida sedentária, a dieta rica em alimentos gordurosos ou pobres em vegetais e frutas que, associados a fatores genéticos, podem levar ao desenvolvimento do câncer. Além disso, vírus como o da hepatite B (contra o qual existe vacina) e o vírus do Papiloma Humano (HPV) também estão ligados ao aparecimento do câncer. Como esses vírus são transmissíveis e evitáveis por meio de medidas simples, o acesso à informação de qualidade pode transformar-se num importante aliado.

Os resultados e os avanços nas pesquisas em câncer são objetivos principais da área biomédica. Este é o motivo pelo qual cada reportagem sobre o tema suscita um grande interesse por parte da mídia. Por outro lado, às vezes, a banalização cometida pela falta de conhecimento gera uma série de expectativas e falsas esperanças no seio de uma sociedade. Por isso, deve ficar muito claro para a imprensa que a mediação entre a ciência e a sociedade deve transmitir esperanças, mas nunca fazer propaganda².

Jurberg et al. (2005)³ investigaram o conhecimento em relação ao câncer no Rio de Janeiro e em São Paulo. Os autores entrevistaram 108 indivíduos divididos em três grupos: um de pessoas leigas, um de jornalistas que escrevem exclusivamente sobre ciência e um de estudantes de jornalismo.

Numa outra análise, Jurberg et al. (2005)³ ainda mostraram que foram publicadas mais matérias sobre câncer do que sobre malária e Aids entre novembro de 2003 e abril de 2004 nos jornais no eixo Rio-São Paulo.

No Brasil, assim como em outros países, a divulgação em câncer, através das diversas ferramentas de

comunicação, é uma forma de contribuir - ou deveria ser - para diminuir o número de casos da doença. Nesse sentido, alertar a população com informações precisas, através dos meios de comunicação, sobre a importância da prevenção e diagnóstico precoce é uma importante medida para redução dos números de morbimortalidade em câncer. Como a prevenção e o diagnóstico precoce são os fatores mais poderosos para se evitar os óbitos por câncer, que medidas têm sido empreendidas no sentido de informar à população e transformá-la numa importante aliada no combate à doença?

OBJETIVO

Considerando que a informação é a abordagem mais adequada para prevenir e evitar o aparecimento de novos casos de câncer, e diante dos números expostos acima, este projeto procurou averiguar de que forma a imprensa brasileira trata o tema câncer: quais são as principais fontes de informação (pesquisadores e centros de pesquisas nacionais ou oriundas de agências de notícias); quais as abordagens mais veiculadas; quais os tipos de tumores que recebem mais espaço de divulgação na mídia; se os temas abordados nas reportagens recebem ou não explicações corretas; em que medida as notícias procuram respaldo técnico-científico e se os erros são frequentes. Com essas diretrizes, foram analisados diversos aspectos, que serão discutidos ao longo deste artigo.

A busca de resposta para nossos questionamentos, através de pesquisa oriunda de material publicado pela mídia brasileira, procurou respaldar a visão crítica sobre o jornalismo científico empreendido em nosso país.

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

IMPrensa e INFORMAÇÃO EM Câncer

Por que um evento conquista o mérito da notícia enquanto outro não? Uma divulgação sobre ciência, como qualquer outro tema, compete por espaço para ser publicada e a escolha está diretamente relacionada ao potencial de uma manchete e de um assunto alcançar o maior número de leitores, assim como o relacionamento entre os jornalistas e editores é fundamental para a sensibilização sobre a importância de um determinado assunto. Apesar de a escolha de uma notícia em detrimento à outra estar intimamente relacionada ao público leitor, não há como desprezar a influência e a intuição de um jornalista no processo⁴.

Neste sentido, fomos averiguar e investigar o conteúdo em câncer que tem sido priorizado pela imprensa brasileira. Foram analisadas 195 reportagens publicadas em todo o Brasil. O país foi dividido de

acordo com suas regiões Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste e, de cada uma das regiões, procuramos os jornais com edições *on-line* e algumas poucas reportagens foram selecionadas das versões impressas dos jornais. Nessas edições, investigamos as reportagens que continham a palavra câncer.

A razão desse levantamento foi traçar um panorama sobre os jornais que destacam reportagens sobre o assunto e assim identificar as tendências da divulgação científica em câncer, de acordo com as categorias eleitas em nosso estudo.

Analisamos os seguintes aspectos nas quase 200 reportagens publicadas entre os anos de 2003 e 2005: origem das matérias (nacional e internacional); tipo de abordagem (prevenção, tratamento, diagnóstico, cura e epidemiologia); uso de analogia que, segundo Leite Vieira (1999)⁵, é um elemento essencial de linguagem de divulgação científica, o qual torna concretos os conceitos abstratos e dá ao leitor uma base de comparação; entrevista com mais de uma fonte; citação do periódico onde os resultados foram divulgados; referência a moléculas ou estruturas biológicas, se a pesquisa e o experimento que resultaram na divulgação são explicitados. E ainda, se a reportagem cita mais de um tipo de tumor; se além disso, também faz referência a outra doença; se explica o câncer; detalha quais são os principais sintomas da doença. E, por último, se a reportagem continha idéias sensacionalistas, falsas esperanças e/ou erros científicos.

Na região Norte, os jornais investigados foram *Amazonas Jornal*, *Diário do Amazonas*, *Jornal do Comércio* (AM); *Correio Popular de Rondônia e Rondônia Agora* (RO); *Diário do Pará*, *Jornal Pequeno*, *O Imparcial e O Liberal* (PA); *Página 20 e A Tribuna* (AC); *Jornal O Dia e Folha do Amapá* (AM), totalizando 29 reportagens.

No Nordeste, a pesquisa analisou 32 matérias publicadas nos seguintes veículos: *A Tarde e Correio da Bahia* (BA); *Diário do Nordeste e O Povo* (CE); *Folha de Pernambuco*, *Diário de Pernambuco e Jornal do Comércio* (PE); *O Dia* (PI); e *O Norte* (PB).

Diante das facilidades encontradas para a seleção de notícias na região Sudeste, foram analisadas 76 reportagens de jornais *on-line* e impressos. Dentre os veículos selecionados dessa área estão o *Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Jornal Extra*, *O Dia*, *Tribuna da Imprensa* (RJ), *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo*, *Agência Estado*, *Folha on-line*, *Diário de São Paulo*, *Cruzeiro do Sul* (SP), *Hoje em Dia*, *Portal Uai* (MG) e *A gazeta* (ES).

As buscas na região Sul se concentraram nos jornais *A Notícia*, *Jornal de Santa Catarina*, *Jornal Independente do Sul e Diário Catarinense* (SC), *Zero Hora*, *Correio do Povo*, *A Razão e Pioneiro de Caxias do Sul* (RS); *Diário*

Popular, *Gazeta do Povo*, *Gazeta do Paraná e Paraná on-line* (PR), totalizando 27 reportagens.

Na região Centro-Oeste, 31 reportagens se inseriram e foram adquiridas nos seguintes jornais: *Correio do Estado* (MS); *Diário da Manhã* (GO), *Tangará da Serra*, *Diário de Cuiabá*, *Diário do Mato Grosso* (MT); *Jornal de Brasília*, *Correioweb* (DF).

Esses jornais tornaram-se objeto de análise, onde foram utilizadas, de acordo com a disponibilidade de cada um dos ambientes, ferramentas de busca sobre o tema "câncer". Em alguns, realizamos pesquisas estruturadas através do "formulário básico". Como descritor de assunto, utilizamos o termo "câncer". Além dessas matérias, procuramos realizar ainda uma análise em algumas reportagens selecionadas de um recorte de jornais editadas pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e que foram copiadas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

"Uma das principais razões de promoção do jornalismo científico no mundo é precisamente assegurar que, quando se escreve sobre ciência, se faz para informar com rigor"⁶.

Recentemente, investigamos³ em outro estudo o que a sociedade de duas grandes metrópoles brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo, conhecia em relação ao câncer. Um questionário foi aplicado com perguntas básicas sobre câncer numa amostra de 108 indivíduos residentes nessas duas localidades. A amostra foi subdividida em três grupos: pessoas leigas, jornalistas que escrevem exclusivamente sobre ciência, e alunos de uma faculdade de jornalismo.

O resultado do questionário mostrou dados semelhantes independente do grupo investigado. O seguinte questionamento foi levantado: o nível de conhecimento da população em relação à doença, comparado ao dos jornalistas que escrevem, exclusivamente, sobre ciência, e, ao dos alunos da faculdade de comunicação reflete o senso comum da sociedade brasileira ou a imprensa brasileira está formando a opinião de sua sociedade?

Numa segunda etapa, fomos averiguar como os principais jornais e revistas impressos do eixo Rio de Janeiro e São Paulo disponibilizam espaço para o tema câncer. Na busca de uma avaliação mais adequada, optamos por comparar a inserção do assunto câncer na mídia Rio/São Paulo com duas outras doenças: Aids e malária. A pesquisa analisou o material divulgado entre os meses de novembro de 2003 a abril de 2004.

Em relação à pesquisa com material divulgado pela imprensa, adotamos a classificação para o termo matéria,

uma notícia de médio ou grande porte escrita exclusivamente por jornalistas; notas também as classificamos como aquelas escritas exclusivamente por jornalistas, porém publicadas por colunistas em pequenos tópicos; e artigos escritos por pesquisadores (ou não) e delimitados às páginas de opinião de cada um dos jornais.

Verificamos que no período estudado, novembro de 2003 a abril de 2004, foram publicadas cerca de 20 notas sobre Aids e mais de 30 sobre câncer; sete artigos sobre Aids e três abordando o câncer. Em relação a matérias, foram publicadas mais de 20 sobre Aids; mais de 40 sobre câncer e nove sobre malária. Conclusões da análise mostraram que a imprensa brasileira está aberta à divulgação de temas em câncer. Porém, nem sempre os cientistas e médicos especialistas da área usufruem desse espaço.

"O conhecimento que está no cotidiano se forma, conecta-se com outros saberes, ampliando cada vez mais seu espaço de circulação no mundo. A forma de abordagem de determinado campo do conhecimento deve levar em conta as representações sociais dos indivíduos que buscam conhecimento."⁷

Diante do resultado acima, fomos averiguar, neste atual estudo, o conteúdo das matérias específicas sobre câncer publicadas pela mídia brasileira. Foram analisadas 195 reportagens. Deste total, 8,3% foram extraídas da mídia em 2003; 68% em 2004; e 22,5% em 2005. Subdividimos o país de acordo com suas regiões e extraímos dessas as reportagens que subsidiaram nosso estudo (figura 1).

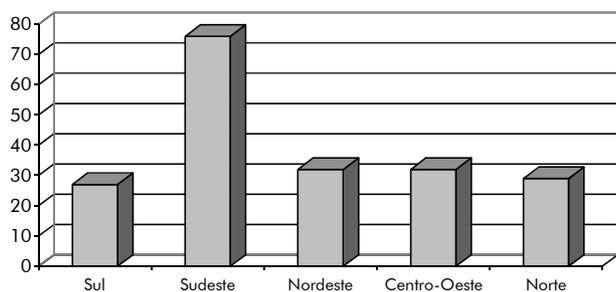


Figura 1. Total de reportagens analisadas conforme a região do país

Sendo um dos eixos a comparação entre o número de reportagens realizadas no país *versus* o quantitativo de matérias que repercutem notícias internacionais, encontramos mais da metade das reportagens oriundas de agências de notícias: 55% das notícias que citam o termo câncer publicadas na mídia brasileira tiveram sua origem no exterior e 38% foram produzidas em solo nacional, 6% utilizaram tanto fontes de informação no Brasil como do exterior.

Em todas as regiões do Brasil, exceto a Sudeste, o jornalismo científico impresso tem dado mais ênfase à produção intelectual nacional se comparada à divulgação dos resultados alcançados por pesquisadores internacionais (figura 2).

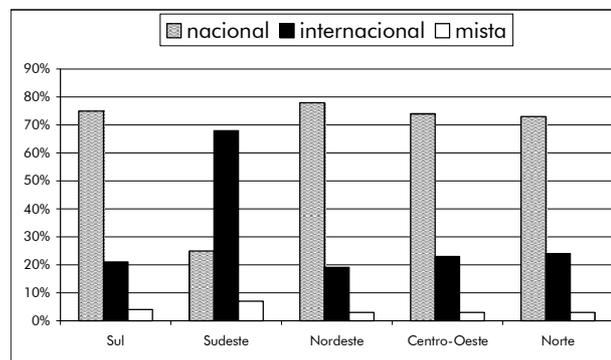


Figura 2. Análise das reportagens realizadas por jornalistas brasileiros versus jornalistas estrangeiros, conforme a região do país

Este resultado significativo expressa a valorização da comunidade científica pela mídia nacional, o que nos permite afirmar, com certa segurança, que a imagem positiva que a população brasileira demonstra pelos cientistas e o seu apreço pelas pesquisas realizadas em território nacional são oriundos dessa capacidade de aliar informação de qualidade com a imagem da pesquisa nacional.

Se a mídia do Sudeste destina mais espaço para a produção científica internacional em comparação com o que se produz no país, podemos refletir que a ciência nos diários vem sofrendo pressão da mídia digital (Internet), da eletrônica (televisões) e do rádio. Essa pressão é acrescida das restrições econômicas impostas pela crise da imprensa nas últimas décadas com a redução dos números de profissionais nas redações dos principais veículos de comunicação da região.

Philip Meyer (2004)⁸, professor da Universidade da Carolina do Norte, discute a questão da crise da imprensa escrita e a relaciona diretamente com alguns tópicos, dentre os quais: 1) relação direta entre poder de influir e a rentabilidade dos jornais; 2) dificuldades de compreensão por parte dos leitores, apenas 25% do que é lido é compreendido; 3) o corte dos custos na edição dos jornais cria um círculo vicioso; 4) os jornalistas cometem erros devido à pressa e à falta de pesquisas sobre o tema que será escrito.

Então, diante de redações com número insuficiente de repórteres e editores, o caminho mais adequado é a utilização de matérias produzidas por agências de notícias e sobre as quais é necessário apenas traduzir e adaptar o conteúdo à linha editorial do jornal.

Das 195 reportagens analisadas em todo o Brasil, constatamos que 124 abordavam o câncer. Das demais, 71 apenas citam a palavra câncer durante o texto, porém sua abordagem principal relaciona-se a outros temas, como tabagismo, alimentação, sol etc. Diante dos resultados apresentados (figura 3), podemos observar que na grande maioria das regiões brasileiras, excetuando a Sul, as reportagens são exclusivas sobre o câncer e não fazem associações com outras moléstias. Assim como verificamos que poucas são aquelas que não especificam um tipo de câncer e tratam o assunto de uma forma geral.

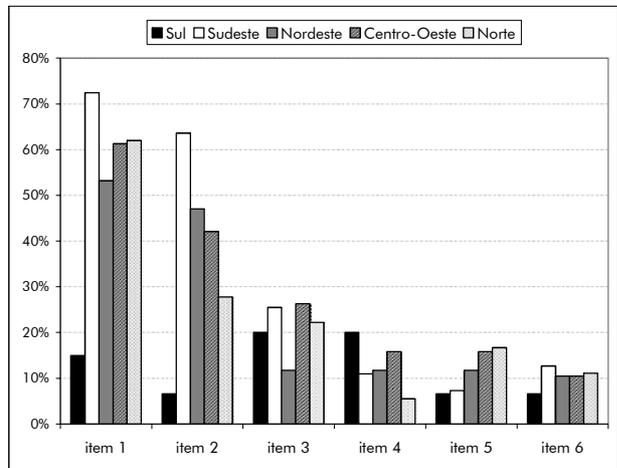


Figura 3. Abordagem utilizada nas matérias: (1) exclusivas sobre o câncer; (2) citam estruturas biológicas; (3) não especificavam o tipo de câncer; (4) explicam a doença; (5) citam outras doenças; (6) citam os sintomas

Dentre as 124 que tratam do câncer, verificamos em nosso estudo (figura 4) um espaço na mídia brasileira ocupado, principalmente, pelas reportagens sobre cânceres da mama, pele, próstata e pulmão. Exatamente, os principais tipos de tumores que acometem a população brasileira. Das matérias sobre câncer, 30 abordam o da mama, enquanto 20 o câncer de pele e sete o de pulmão. As demais variam entre os cânceres de boca, cérebro, colo do útero, colo-retal, estômago, esôfago, fígado, intestino, leucemia, mieloma, ósseo, ovário, próstata, rim e útero. Apenas o tumor de estômago, muito freqüente em nosso país, não recebeu divulgação proporcional na mídia. Vinte e oito reportagens não especificam nenhum tipo de câncer.

Por regiões, observamos que o câncer de pele é mais citado no Sul e Nordeste. Por outro lado, é pouco abordado no Sudeste. O da mama tem ampla divulgação nas regiões Sudeste, Centro-Oeste e Norte. Embora tenha espaço reduzido entre os mais citados, o câncer de próstata ainda é presente em matérias no Sudeste e Nordeste.

"A divulgação científica aproxima o cidadão comum

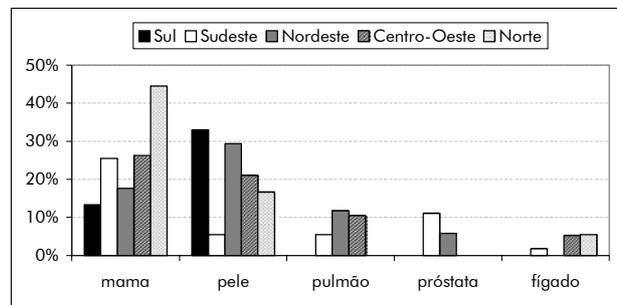


Figura 4. Tipos de câncer mais citados nas reportagens conforme a região do país

dos benefícios que ele tem o direito de reivindicar para a melhoria do bem-estar social."⁹

Em relação ao tipo de abordagem de cada reportagem, subdividimos em matérias sobre prevenção, tratamento, diagnóstico, cura e epidemiologia. O resultado em todo o território nacional, independente da região, mostrou que quase metade das reportagens (97) aborda a importância da prevenção. Entretanto, apenas 47 reportagens (24,1%) explicam métodos de prevenção, dentre as quais 12 sobre pele, cinco sobre mama, duas sobre intestino, duas sobre pulmão, uma sobre próstata e 27 não especificam o tipo de câncer, apenas falam sobre prevenção de uma maneira geral, citando principalmente a alimentação e o hábito de vida saudável como fatores que podem ajudar a prevenir a doença.

Porém, verificamos que, apesar do espaço destinado ao diagnóstico, a quase totalidade das reportagens (93,4%) não abordou quais são os principais sintomas em cada tipo de câncer. Assim como apenas 7,6% explicaram a doença. Ora, se a prevenção é a forma mais adequada de um país em desenvolvimento investir para se evitar o aumento do número de casos, como orientar a população nesse horizonte se não há esclarecimentos sobre os sintomas mais freqüentes? Exceções existem como as campanhas eficientes de prevenção do câncer da mama, do colo do útero, de próstata e de pele efetuadas pelo Ministério da Saúde e instituições de assistência e pesquisa.

Os temas "tratamento" e "epidemiologia" também são discutidos, respectivamente, em 22,05% e 31,79%. O tema "novas tecnologias para o diagnóstico" foi assunto em 16,41% das reportagens e apenas 6,3% trataram das possibilidades de cura para o câncer. Somente uma reportagem falou ao mesmo tempo de prevenção, diagnóstico e tratamento.

Numa análise por região (figura 5), verificamos que o tema prevenção é destacado de forma equânime em todas as regiões do país. Este item demonstra que num país em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, a compreensão pública da ciência ainda dá mais enfoque à prevenção como principal forma de se evitar o câncer,

uma vez que a tecnologia e a assistência de alta complexidade ainda são distantes da grande maioria da população. O tema "epidemiologia" também recebeu espaço de forma equilibrada, mostrando que em todo o país há a preocupação com os dados de morbimortalidade.

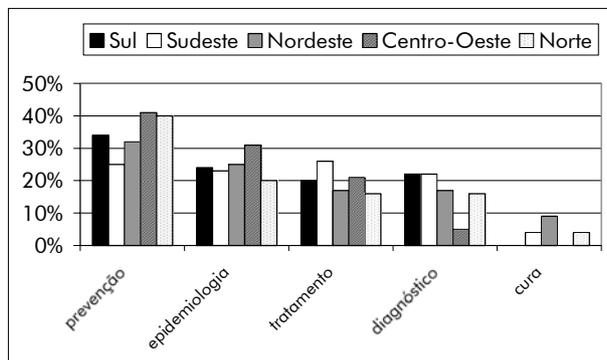


Figura 5. Enfoque das reportagens sobre o câncer por regiões

O "tratamento" é disseminado, quantitativamente de forma semelhante, sendo citado em 26% nas reportagens do Sudeste, 21% do Centro-Oeste, 20% do Sul, 17% do Norte e 16% do Nordeste.

O tema "cura" foi o menos difundido, sendo que no Sul e no Centro-Oeste nem recebeu espaço nos jornais dessas regiões. É curioso notar que, em nosso outro estudo³, a amostra (108 indivíduos subdivididos entre jornalistas, estudantes de jornalismo e a população) consultada sobre a possibilidade de cura em câncer mostrou-se bastante confiante (84,3%) nos avanços das pesquisas em andamento e da medicina.

A divulgação é realizada a partir de fontes de informações e as boas práticas do jornalismo recomendam que, ao se produzir uma reportagem, mais de uma fonte, ou seja, mais de um especialista no assunto deve ser consultado para confirmar avanços ou contrapor idéias e permitir ao leitor decidir e arbitrar, por exemplo, sobre questões polêmicas. Esta é uma das premissas básicas: sempre ouvir a opinião de mais de um entrevistado para melhor embasar o texto que será publicado, oferecendo ao leitor a oportunidade de formar sua opinião diante de idéias diferenciadas. Neste tópico, observamos que nos textos produzidos e analisados menos de um quinto (18,6%) possui mais de uma opinião sobre o assunto abordado. Ao verificar a utilização desse recurso por regiões, verificamos que, na região Sul, nenhuma das reportagens analisadas ouviu e transcreveu informações e depoimentos de mais de um especialista. Por outro lado, a região Sudeste foi a que mais empregou a técnica, ainda assim de maneira muito tímida. Apenas 17% das reportagens contrapunham idéias entre

diferentes entrevistados.

Por mais que necessite de informações básicas como desnutrição, saúde pública, mortalidade materna, doenças parasitárias, a população de um país em desenvolvimento, com o aumento da expectativa de vida, tem apresentado demanda também por informações sobre novas tecnologias e avanços em ciência e medicina.¹⁰ E para dar respaldo a esses conteúdos de ciência, tecnologia e saúde, os veículos de comunicação impressos têm procurado divulgar temas que já foram objeto de estudo e cujos resultados foram publicados em periódicos científicos internacionais. Nossos resultados, em relação à citação de periódicos nas reportagens em todo o país, mostraram que menos de um terço (24,01%) faz referência a publicações científicas. Embora os números sejam baixos, confirmam uma tendência na imprensa brasileira, já observada informalmente, de procurar respaldo dos periódicos científicos para divulgação de uma notícia. Pode parecer um índice ainda irrelevante, mas com certeza significa um avanço se comparado a anos anteriores. Novamente, a região Sudeste (figura 6) se sobressai das demais. Nela, 50% das reportagens citaram o periódico onde o estudo foi publicado, seguindo-se da região Centro-Oeste onde verificamos que 22% das matérias seguem o mesmo princípio.

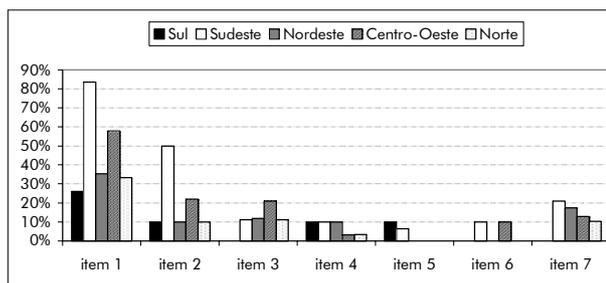


Figura 6. Diferentes abordagens utilizadas: (1) pesquisa; (2) referência a periódico; (3) erro; (4) sensacionalismo; (5) falsas esperanças; (6) analogia; (7) experimento

Verificamos que cerca da metade da amostra (48,71%) de todo o Brasil fez referência à pesquisa em andamento, em um terço destas ainda há explicações sobre o experimento e cerca de 40% esmiuçam temas como moléculas e estruturas biológicas como DNA, proteína e célula, mostrando que a biologia está cada vez mais presente nos meios de comunicação. A "vedete" do momento, as células tronco, só foram citadas em cinco reportagens. Das 195 reportagens analisadas, 25 (12,82%) citam o tabagismo. Esta tendência da imprensa brasileira demonstra o seu papel, além de informativo, também como veículo de educação continuada. Neste

item, o Sudeste (figura 6), mais uma vez, se sobressai de todo o restante do país com maior número de reportagens citando pesquisas (21%), experimentos (83,6%) e estruturas biológicas (63,3%).

Os erros científicos nas reportagens sobre câncer em todo o Brasil são escassos. Encontramos apenas 15 matérias com erro científico (7,69%) e verificamos (figura 7) a ocorrência do mesmo índice tanto na região Nordeste (10%) como na Sudeste (10%).

Se a questão acima demonstra um avanço na mídia nacional, a análise sobre o uso de recursos sensacionalistas também corrobora para modificar as idéias preconceituosas sobre a mídia, comumente expressas em décadas passadas¹¹. Apenas 7,8% do total de matérias analisadas em todo o país foram sensacionalistas. Por regiões (figura 7), verificamos que Sul, Sudeste e Nordeste são locais onde há mais esse tipo de subterfúgio para sensibilizar os leitores. O índice encontrado foi de 10%. No Norte e Centro-Oeste, respectivamente, 3,2% e 3,4%.

Neste sentido ainda (figura 7), apenas 3,4% dos jornalistas escreveram aos leitores dando falsas esperanças sobre tratamentos, cura e diagnóstico em seus conteúdos sobre câncer. Esses dados demonstram um amadurecimento da imprensa, que, atualmente, preocupa-se mais em relatar um fato do que simplesmente utilizar recursos pouco verdadeiros para sensibilizar os leitores e vender mais exemplares de jornais.

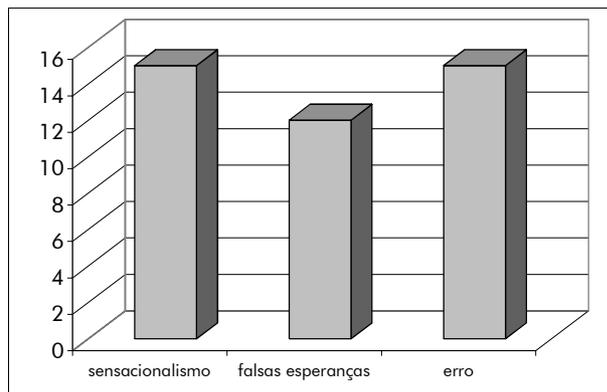


Figura 7. Panorama brasileiro sobre o uso de recursos sensacionalistas, falsas esperanças e o erro

Leite Vieira (1999)⁵ alerta os pesquisadores no sentido de, ao ser entrevistado, não dar falsas esperanças ao leitor - "ele pode ser portador do mal ou ter familiar ou conhecido nessa situação".¹²

"Curiosamente, a única maneira de o povo ter "ciência da ciência" é através dos meios de comunicação, numa facção denominada jornalismo científico, que rompe limitações que por séculos impediram o meio

científico de integrar-se com a sociedade e desmistifica a ciência como algo à parte da vivência social. A divulgação científica pelos meios de comunicação é de suma importância, pois desmascara a pseudociência e espalha o conhecimento, mostrando ao público os métodos e a história, seus erros e descobertas."¹²

CONCLUSÃO

Para concluir, este estudo procurou ampliar o conhecimento sobre qual o tratamento que a mídia impressa brasileira disponibiliza para o tema câncer e, neste sentido, permitir que os especialistas tivessem maior informação sobre a divulgação científica neste campo.

Desta forma, esperamos ter contribuído para esclarecer à comunidade científica em câncer sobre como usufruir do espaço existente na mídia e mostrar que ainda é possível ampliá-lo, e muito, para tornar a sociedade uma aliada na prevenção dessa doença. Esta que, ainda infelizmente, é a segunda causa de mortalidade em nosso país e tem taxas de morbidade estimadas, para 2005, em 500 mil novos casos.

AGRADECIMENTOS

As autoras gostariam de agradecer aos inestimáveis apoios das Dra. Vivian B. Rumjanek e Otília Affonso Mitidieri pela visão crítica e pelas sugestões ao manuscrito; e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro.

BIBLIOGRAFIA

1. Instituto Nacional de Câncer [homepage na Internet]. Rio de Janeiro: INCA, c1996-2006 [citado em 25 Ago. 2005]. Disponível em: <http://www.inca.gov.br>.
2. Jambrina JJ, Peregrín F. El País y el cancer: errores sin propósito de enmienda. Rev Quark. 2004; 34:98-110.
3. Jurberg C. Cancer: does common knowledge of the Brazilian population reflect what is currently published about the disease? In press 2005.
4. Desemir V. What's newsworthy. Lancet. 1994; 347:1163-7.
5. Vieira CL. Pequeno manual de divulgação científica. Rio de Janeiro: Editora Ciência Hoje; 1999. p. 45.
6. Dickson D. El periodismo científico debe mantener un espíritu crítico. Rev Quark. 2004; 34:117-22.
7. Nogueira LL. Educação a Distância. Rev Com Educação. 1996;2(5)34-9.
8. Meyer P. The vanishing paper. saving journalism in the information. Columbia: University of Missouri Press; 2004. p. 272.
9. Oliveira F. Jornalismo científico. São Paulo: Editora

Contexto; 2002. p. 89.

10. Lewenstein BA. Developing-world take on science literacy. Science and Development Network [periódico na Internet]. 2003 Jan [citado em 25 Ago. 2005]. Disponível em: <http://www.scidev.net/Features/index.cfm?fuseaction=readfeatures&itemid=99&language=1>.
11. Cavalcanti F. Jornalistas e cientistas: os entraves de um diálogo. In: Lopes B, Nascimento J, organizadores. Saúde & Imprensa: o público que se dane. Rio de Janeiro: Editora Mauad; 1996. p. 91-9.
12. Soto A, Soto J. O jornalismo científico criando tendências, norteando a indústria e fixando novos paradigmas. Anais do 6º Congresso de Jornalismo Científico; 2001; Florianópolis, SC. ; Florianópolis : [s.n.]; 2001.