

O “MILAGRE” DA PÍLULA: OS EFEITOS DA MÍDIA NA OPINIÃO PÚBLICA SOBRE O CASO DA FOSFOETANOLAMINA SINTÉTICA

Ana Carolina Pontalti Monari¹; Cláudio Bertolli Filho²

¹Mestranda em comunicação do programa de Mestrado em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP). E-mail: capmonari@gmail.com

²Orientador dessa pesquisa. Livre-docente, doutor e professor do programa de Mestrado em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: cbertolli@faac.unesp.br

RESUMO

A fosfoetanolamina sintética ganhou notoriedade na mídia brasileira após pacientes com câncer ingressarem com pedidos judiciais para que a Universidade de São Paulo (USP) fornecesse cápsulas do medicamento que, supostamente, poderia combater a doença. Por toda a repercussão que a situação alcançou, esta pesquisa propõe analisar o agendamento noticioso promovido pelo *GI São Carlos e Araraquara* na cobertura do caso da também conhecida como “pílula do câncer”. O recorte temporal concentra-se durante os meses de agosto de 2015 a agosto de 2016, abrangendo desde o início dos rumores sobre os benefícios do medicamento até os primeiros resultados dos estudos clínicos promovidos pelo Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp). O intuito é reconhecer as práticas e técnicas do jornalismo, bem como suas pretensões na proteção dos interesses públicos, e verificar o processo de agendamento de pacientes e usuários de redes sociais promovido pelo site durante a cobertura do caso. A pesquisa também irá investigar o alcance nacional obtido pelo portal regional, por meio da internet, com as reportagens sobre o composto e debater os efeitos da mídia no público.

Palavras-chave: Agenda-setting. Mídia. Saúde Pública. Pílula do Câncer.

INTRODUÇÃO

A missão da mídia é atuar no reforço da cidadania, tanto que o seu ponto de partida para escolher uma informação deve ser o interesse público. Os jornalistas, ao elencar, um assunto como interesse público, no entanto, buscam atender seus próprios anseios – na área da saúde, o câncer pode ser um desses tópicos. Desenvolvida em 1990 pelo Instituto de Química de São Carlos (IQSC) da USP, a fosfoetanolamina sintética ganhou repercussão nos veículos de comunicação pela promessa de melhorar os sintomas do câncer – e possivelmente, oferecer a cura. Em todos esses anos, entretanto, não foram documentados testes clínicos em humanos e, portanto, não há registro sanitário na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Em 2014, o IQSC, proibiu sua distribuição, o que gerou revolta nos pacientes, que decidiram entrar na Justiça para conseguir o item, abrindo o debate para todo o Brasil sobre o que, de fato, era pílula do câncer, por meio da mídia e das redes sociais. O *GI São Carlos e Araraquara* foi o pioneiro na cobertura, descobrindo os primeiros processos jurídicos.

OBJETIVOS

Busca-se investigar o agendamento noticioso do caso da fosfoetanolamina sintética e verificar sua repercussão nas redes sociais, por meio da pesquisa de reportagens do portal de notícias *GI São Carlos e Araraquara*, no período de agosto de 2015 a agosto de 2016, e da análise dos grupos de *Facebook Relatos sobre a Fosfoetanolamina Sintética no Tratamento do Câncer, Fosfoetanolamina – A Luta pela Cura do Câncer, A Cura por Fosfoetanolamina e Luta pela Fosfoetanolamina*. Com o estudo, espera-se conhecer os efeitos da mídia sobre a opinião pública e o alcance nacional que é possível ser conquistado por um veículo regional. O projeto também pretende reconhecer as concepções de interesse público e desvender os anseios ocultos dos jornalistas no momento de produzir uma reportagem.

METODOLOGIA

Será feita uma análise de conteúdo, tendo como referência principal Bardin (2016), adotando o estudo de caso, uma vez que a metodologia permite uma apreciação profunda e detalhada do objeto. Haverá também levantamento bibliográfico de autores que abordem teorias de comunicação, *agenda setting* e *gatekeeping*. Posteriormente, será feito um fichamento das notícias e suas relações com os grupos do Facebook. Por meio disso, será possível observar a influência do agendamento promovido pelo veículo nas redes sociais.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

Embora a pesquisa esteja no início, é notável que o *GI São Carlos e Araraquara* é pioneiro na cobertura do caso da fosfoetanolamina sintética. Com os levantamentos preliminares, é possível perceber que o portal fez parcerias com outros veículos até mesmo dentro do próprio *GI*, gerando conteúdo para as afiliadas do grupo. De certo modo “o webjornalismo privilegia o local [...] Os jornais consideram que o jornalista local tem mais conhecimento de sua localidade ou região do que um enviado especial.” (ADGHIRNI; RIBEIRO, 2001, p.10-11)

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fosfoetanolamina sintética trouxe o tema mídia e saúde pública para o Brasil. A cobertura do *GI São Carlos e Araraquara* escamoteou os gêneros científico e investigativo, uma vez que o medicamento era doado aos pacientes há mais de 20 anos, porém, só veio à tona para o público há cerca de dois anos, com o ingresso de ações judiciais de pessoas que não tiveram mais acesso ao item. Diante dessa relevância, se faz necessário compreender como um portal regional conseguiu agendar demais mídias e desmistificar o interesse público, que é um dos principais critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas na construção das notícias.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Z. L.; RIBEIRO, G. S. N. R. Jornalismo online e identidade profissional do jornalista. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 10., 2001, Brasília. **Anais...** Brasília, 2001.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

Universidade do Sagrado Coração

Rua Irmã Arminda, 10-50, Jardim Brasil – CEP: 17011-060 – Bauru-SP – Telefone: +55(14) 2107-7000

www.usc.br