



O resgate da cidadania através da informação para mulheres com câncer de mama¹

Elaine JAVORSKI²

Resumo

Este trabalho pretende relatar as experiências dos estudantes do curso de Jornalismo da UniBrasil com a prestação de assessoria de imprensa para a Associação Amigas da Mama, de apoio à mulher com câncer. A parceria entre a faculdade e a instituição sem fins lucrativos sediada em Curitiba resultou na produção de diversos produtos informativos para as mulheres e seus familiares que passam pela doença. Entre eles estão uma revista semestral, *spots* gratuitos para emissoras de rádio, acompanhamento de redes sociais, vídeo institucional, cobertura e divulgação de eventos. Com essas ações pretende-se resgatar a cidadania através do conhecimento de questões jurídicas, de saúde pública e novos tratamentos, bem como promover a auto-estima das pacientes.

Palavras-chave

Cidadania; Câncer de mama; Assessoria de imprensa; ONG; Jornalismo

Introdução

O projeto de extensão que desenvolve um plano de assessoria de imprensa para a Associação Amigas da Mama é produzido por alunos integrantes da Agência Experimental de Jornalismo Midiabólicos, da UniBrasil, em Curitiba. A proposta teve início com a produção de uma revista informativa para mulheres que passam pela doença e seus familiares. Depois de criada a equipe e produzida a primeira edição, surgiram outras demandas e o grupo se organizou para prestar um serviço mais completo de assessoria. A partir desse momento os acadêmicos envolvidos passaram a elaborar outros conteúdos como vídeos institucionais, cobertura de eventos e alimentação das redes sociais, do site e blog da instituição.

A Associação, que atua em Curitiba e região metropolitana, foi fundada em agosto de 2001 por um grupo de mulheres que haviam vivenciado o câncer de mama e se conheceram através do convívio durante o tratamento da doença. Hoje, as voluntárias reverterem a experiência que tiveram na ajuda a outras mulheres que passam pelo mesmo problema. Além do apoio jurídico e psicológico, a entidade oferece um suporte social com atividades em grupo

¹ Trabalho apresentado na modalidade Relato de Experiência na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Doutoranda pela Universidade de Coimbra, Professora Pesquisadora das Universidades Integradas do Brasil - UniBrasil. E-mail: elainejavorski@hotmail.com.



como artesanato e coral. Como se trata de uma organização social sem fins lucrativos e que depende de doações e subsídios governamentais, a aliança com entidades de ensino na realização dos projetos é fundamental. No caso do apoio de assessoria de imprensa, a parceria com o curso de Jornalismo da UniBrasil foi importante para que se pudesse divulgar o grupo e também informar a comunidade e as próprias associadas sobre suas atividades e campanhas.

Produção da revista Amigas da Mama

A revista abrange atualmente acadêmicos dos cursos de Jornalismo e Design da Faculdades Integradas do Brasil – UniBrasil. O pedido partiu da AAMA que necessitava de ajuda na confecção do seu informativo porém não disponibilizava de recursos econômicos para subsidiar uma equipe de produção. A Amigas da Mama já contava com uma revista semestral, em formato magazine, que circulou durante os anos de 2004 e 2005. Nos outros anos, como não havia verba destinada a essa publicação, a revista foi tirada de circulação. A retomada aconteceu em 2011 com a parceria entre o curso de Jornalismo da UniBrasil e a Associação. A primeira medida era reformular a revista e encontrar um formato mais adequado, bem como repensar a parte gráfica. Na parte editorial, também foram feitos ajustes e adequações. A questão visual ficou sob responsabilidade de um aluno do curso de Design, que diagramou a revista como parte do estágio profissional. De acordo com as necessidades da publicação, o melhor formato encontrado foi o tamanho pocket/bolso, 13cmx21cm, tendo em vista que é um formato que cabe em uma bolsa feminina. Com oito páginas, a publicação é colorida e impressa em papel reciclado. Já os alunos do curso de jornalismo, juntamente com as professoras Maura Martins e Elaine Javorski, pensaram a parte informativa com a intenção de esclarecer o leitor de forma objetiva sobre a problemática do câncer de mama, porém sempre com vistas à humanização das reportagens.





Com base no jornalismo científico, o objetivo é levar informação sobre temas de saúde como forma de difundir conhecimento sobre as novidades da ciência de forma clara e objetiva. Para tanto, a revista conta com material informativo e opinativo e está dividida em editorias que não são fixas e podem ser modificadas de acordo com a edição. Entretanto, há sempre duas páginas dedicadas a contar uma história de vida que mostre a superação da doença, onde o aluno pode praticar, inclusive, técnicas de jornalismo literário. As matérias informativas se dedicam à explorar temas que sejam importantes para as pessoas que estão passando pelo câncer como técnicas cirúrgicas e formas alternativas de combater ou tratar a doença. Colunistas como médicos, fisioterapeutas e advogados têm espaço destinado a esclarecer questões pertinentes a essas áreas. O texto de todos esses colaboradores passa por uma edição para tornar o conteúdo mais claro e acessível. A produção fotográfica também é pensada de forma harmônica com o texto e, em alguns casos, propõe-se o uso de ilustrações para facilitar a compreensão de aspectos que precisem de um tom mais didático. As escolhas gráficas para a diagramação da revista associam-se à identidade visual adotada pela organização Amigas da Mama, de forma a criar uma rápida compreensão da temática. Os tons de rosa, por essa razão, são priorizados na arte gráfica – visto que a associação utiliza a mesma cor em sua marca e o fato de o câncer de mama atingir, em grande maioria, as mulheres.

Outros produtos midiáticos

Além de revista, os alunos envolvidos no projeto participam também de outras atividades de assessoria de imprensa exclusiva para a Associação Amigas da Mama. A cobertura de eventos, como jantares beneficentes e concursos de artes plásticas, faz parte do planejamento de apoio, bem como sua divulgação para a imprensa. Depois de fotografar e recolher informações, os alunos colocam o material no *site*, no *blog* e também nas contas das redes sociais como *Facebook* e *Twitter*. Além de material próprio, são postados links que direcionam o leitor também para outras notícias sobre câncer de mama. Um vídeo institucional produzido pelos alunos ilustra as atividades da associação. Com cerca de dez minutos, também está disponível na rede através do *YouTube*. Também foi produzida uma série de *spots* a serem distribuídos de forma gratuita para emissoras de rádio com o objetivo



de conscientização sobre a problemática do câncer de mama.



Página do *Facebook*



Site da AAMA

O resgate da cidadania através da informação

O rigor na produção da notícia sobre saúde deve levar em conta a verificação das informações colhidas, bem como a consulta de fontes credenciadas para falar sobre o assunto. É necessário ainda atentar às leis e regulamentações relativas às pesquisas médicas, políticas de hospitais e à ética científica. Para Nilson Lage (2003), a reportagem especializada em ciência deve transformar o conhecimento tecnológico e científico em informação entendível para o público que consome determinado veículo de comunicação. As reportagens devem cumprir, segundo o autor, algumas funções básicas como a educativa, econômica, informativa, social, político-ideológica e cultural. Assim, o texto jornalístico deve traduzir o conhecimento científico de forma atraente e compreensível já que o principal intuito é aproximar esses dois universos, o da ciência e aquele em que o consumidor da informação está inserido. Sentido-se informado, o indivíduo comum tem mais chances de exigir seus direitos. Nesse sentido, o trabalho de divulgação de notícias relacionadas ao câncer de mama é importante para que um maior número de pessoas tenha esse conhecimento, funcionando desta forma como um instrumento de construção da cidadania. Tanto a Constituição brasileira como a Organização Mundial da Saúde estabelecem a saúde como um direito fundamental de todo ser humano.



A concepção desse novo direito de cidadania ativa, no campo da saúde, confere à informação jornalística sobre saúde, sobre políticas públicas e terapias de saúde, um valor político na esfera da cidadania, além de seus valores pedagógicos tradicionais em campanhas sanitárias e na medicina preventiva, ou de seu entendimento como “jornalismo de serviço”. Por extensão, tornam-se objetos privilegiados de cobertura jornalística, vigilância e crítica, as políticas públicas de saúde dirigidas a grupos populacionais, como as campanhas de prevenção da aids ou de detecção do câncer da mama (KUCINSKI, 2000, p. 183)

Dado que na atualidade poucos meios de comunicação cumprem a função de informar com o objetivo de facilitar a formação os cidadãos no que diz respeito a assuntos públicos, é necessário explorar alianças entre a sociedade civil e os meios de comunicação e, em alguns momentos, criar veículos alternativos de transmissão da informação. O projeto de assessoria que visa a divulgação da problemática do câncer de mama tem o intuito de contribuir para a construção de uma cidadania ativa, participativa e deliberativa. Para Cárdenas Lorenzo (2009), sem comunicação o desenvolvimento se torna inviável, já que é o intercâmbio de informações que compromete todos os setores da sociedade em torno de um mesmo objetivo ou ação. Obviamente os meios de comunicação são apenas uma parte do processo. Entretanto, são eles os responsáveis por criar conhecimento e estimular a mudança de atitudes nas relações interpessoais.

A assessoria de imprensa para o Terceiro Setor

O trabalho de assessoria de imprensa para o Terceiro Setor, composto por organizações não-governamentais e entidades da sociedade civil, precisa lançar mão de ações diferentes das utilizadas por assessorias de setores públicos e privados. Na experiência da parceria com a Associação Amigas da Mama, pode-se identificar alguns desafios na produção de conteúdo, bem como alguns facilitadores. Os pontos mais críticos estão relacionados com os recursos financeiros escassos, a constante busca de parcerias para a realização de projetos e o fato de depender de colaboradores não remunerados, que pode tornar alguns projetos inviáveis devido à não disponibilidade dos voluntários. Por outro lado, a própria questão do voluntariado pode ser uma mais-valia, já que a prestação desse tipo de serviço mostra a credibilidade da associação, ponto importante para angariar novos voluntários e fazer com que haja colaboração de outros setores da sociedade. Essa credibilidade também facilita a aproximação com setores privados com os quais se realizam parcerias. Exemplo disso é o patrocínio de diversas clínicas e outros serviços de saúde para a impressão da revista das Amigas da Mama.



Para os alunos, o desenvolvimento de habilidades criativas para resolver problemas estruturais é um passo importante na aprendizagem. Como os recursos financeiros são escassos, a busca por formas de divulgação com custo reduzido é necessário, o que demanda a criação de estratégias. Nesse ponto, as redes sociais são bastante utilizadas pois há um grande alcance sem a necessidade de investimentos econômicos. O sentimento de cidadania por parte dos colaboradores também é importante para o trabalho, já que se perpetua uma sensação concreta de ajuda ao próximo.

Outra vantagem de trabalhar com a assessoria do Terceiro Setor é a facilidade na divulgação de notícias, diferente do que ocorre em empresas privadas e públicas. Além disso, a própria imprensa têm buscado coberturas cada vez mais ligadas a temas sociais. Mesmo assim, segundo Castanho, o interesse ainda é pequeno se comparado com o número cada vez maior de instituições não-governamentais. “O trabalho dos assessores de imprensa do Terceiro Setor começa justamente nesse impasse: tornar as atividades e os projetos sociais conhecidos pela sociedade, com o objetivo de transformar as pessoas em parceiras de cooperação e luta contra os problemas sociais que afligem a humanidade” (CASTANHO, 2003, p. 203)

Conclusões

O material jornalístico produzido pelos estudantes busca, portanto, divulgar informações úteis para prevenção, diagnóstico, tratamento da doença e qualidade de vida após a cura, promover a desconstrução dos estigmas envolvendo os portadores de câncer (a partir dos perfis em profundidade com personagens que já tiveram a doença e a abordagem de pautas pouco comuns), bem como orientar os cidadãos em relação aos seus direitos. Pretende-se, de tal modo, aumentar o escopo dos atendimentos já realizados presencialmente pelas profissionais voluntárias da associação ao longo da última década.

Tendo em vista as primeiras edições da revista e as atividades de assessoria de imprensa, observa-se o cumprimento dos objetivos iniciais, pois obteve-se êxito na popularização de informações referentes às doenças, a partir da circulação e distribuição da revista (realizada pela própria associação Amigas da Mama, que se responsabilizou no envio do veículo para associados, parceiros e consultórios médicos) e da criação de plataformas virtuais. O retorno trazido pelos membros da associação indica que as reportagens e o perfil de história de vida foram debatidos publicamente pelo público-alvo e trouxeram melhorias na



IX Conferência Brasileira de
Mídia Cidadã
IV Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã

qualidade da informação referente ao tema. Pedagogicamente, houve para os estudantes o ganho de lidar com a verificação precisa de um público real, fazendo com que lidem com a responsabilidade na abordagem de reportagens referentes a temas de saúde pública.

Referências Bibliográficas

CÁRDENAS LORENZO, Laura. **Comunicación y construcción de ciudadanía**. Aportes para el desarrollo. Madrid: Los Libros de La Catarata, 2009.

CASTANHO, Valéria. **Assessoria de Comunicação na iniciativa privada, na área pública e no terceiro setor**. Comunicação e Espaço Público, Ano VI, Brasília, 2003, pp.195 – 206.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo, saúde e cidadania**. Interface – Comunicação, Saúde e Educação, nº 6, fevereiro 2000, pp. 181-186.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.