

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Os meios de comunicação e qualidade de vida

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

Amanda Ferretti Automare Pontes

Os meios de comunicação e qualidade de vida

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção em grau de Bacharel em Comunicação Social, na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

Amanda Ferretti Automare Pontes

Os meios de comunicação e qualidade de vida

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
em 04/12/2007 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (UFJF) – Orientador

Prof^a. Gilze Freitas Bara – Convidada

Prof^a. Nelma Fróes (UFJF) – Convidada

Conceito obtido _____

Juiz de Fora
Dezembro de 2007

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer sinceramente à minha família, em especial aos meus pais , que compartilharam dos meus ideais e os alimentaram , incentivando-me a prosseguir na jornada, fossem quais fossem os obstáculos; e ao professor Dr. Márcio Guerra, que esteve ao meu lado, me ajudando nas horas de dúvidas e indecisão, dedico a minha conquista com a mais profunda admiração e carinho.

RESUMO

Consideramos neste trabalho as formas de influência que os veículos de comunicação, em especial a televisão, assumem perante a sociedade em geral, buscando avaliar a necessidade de um aumento de matérias direcionadas à saúde do público. Começamos mostrando a história desse veículo, seu surgimento no Brasil e as diversas maneiras de atuação de seu conteúdo no cotidiano do telespectador. Procuramos desvendar como vem sendo divulgada pela mídia a questão da saúde pública, inclusive quais seriam os valores intrínsecos nessas mensagens. Mostramos um estudo de caso do programa **Globo Repórter**, apresentando os programas sobre qualidade de vida exibidos no período de janeiro de 2004 a novembro de 2007. Trouxemos opiniões de especialistas da área de saúde sobre a importância desse tipo de mensagem. E ainda, produzimos uma pesquisa de opinião com a finalidade de demonstrar quantitativamente uma possível mudança de hábitos diários da população decorrente de informações adquiridas através dos episódios sobre saúde exibidos pelo programa.

Palavras-chave: Saúde, Informação, Qualidade de vida.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	p. 8
2 TELEVISÃO – SEUS PRIMEIROS PASSOS NO BRASIL	p. 10
2.1 ESSE “NEGÓCIO” CHAMADO TV.....	p. 11
2.2 COMO TRATAR A TELEVISÃO: RÁPIDA RETROSPECTIVA HISTÓRICA.....	p. 12
2.3 A IMPORTÂNCIA DA TV NO DIA A DIA.....	p. 14
2.4 A INFLUÊNCIA DA TV.....	p. 19
3 MÍDIA E SOCIEDADE – COMO VEM SENDO DIVULGADA A QUESTÃO DA SAÚDE PÚBLICA	p. 21
3.1 QUAIS OS VALORES VEICULADOS?.....	p. 23
4 ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA GLOBO REPÓRTER	p. 25
4.1 HISTÓRIA DO PROGRAMA.....	p. 26
4.2 A INCLUSÃO DE MATÉRIAS RELACIONADAS À SAÚDE.....	p. 27

4.3 POR QUE O INCENTIVO À PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA É IMPORTANTE?.....	p. 31
4.4 COMO A MÍDIA AJUDOU NO AUMENTO DA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DE DOENÇAS.....	p. 35
4.5 O OLHAR DOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE.....	p. 38
4.6 PESQUISA DE OPINIÃO.....	p. 42
5 AMPLIAÇÃO DO CONHECIMENTO INDIVIDUAL A RESPEITO DA SAÚDE E CONSEQUENTES MUDANÇAS COMPORTAMENTAIS.....	p. 48
6 CONCLUSÃO.....	p. 51
7 REFERÊNCIAS.....	p. 53
8 APÊNDICE.....	p. 54

1 INTRODUÇÃO

A melhoria da qualidade de vida e saúde pública são temas que aparecem com grande frequência veiculados em noticiários jornalísticos e revistas. O papel dos produtores de conteúdo da mídia se tornou muito expressivo pela grande influência que exercem sobre a visão de mundo e futuro de uma sociedade. A preocupação com o bem estar físico e mental da população constitui um setor abordado com bastante intensidade e dedicação pelos meios de comunicação.

Questões relacionadas à saúde vêm sendo amplamente divulgadas. Tomemos como modelo o fator sedentarismo, que é visto atualmente como um problema mundial de saúde. Entre as razões que levam à inatividade, um dos possíveis fatores é o desconhecimento sobre como se exercitar, as finalidades de cada exercício, limitações de alguns grupos populacionais e percepções distorcidas em relação aos benefícios do movimento.

O programa **Globo Repórter**, alvo de nosso estudo de caso, forneceu ao público informações que dizem respeito não só a benefícios, como também a males que podem ser causados pela falta de orientação ou excessos. São abordados também temas como: “Saúde para o coração”, divulgando análises sobre tabagismo, hipertensão, diabetes, colesterol alto; o poder das frutas; a cura pelos alimentos; educação sexual; desnutrição x obesidade; homem x mulher, em que se trata a persistência feminina em choque com o tremendo descuido masculino, o que pode explicar porque no Brasil elas vivem sete anos a mais do que eles. Estudaremos qual a influência que esse tipo de mensagem exerce sobre o indivíduo no sentido de mudança de práticas individuais e de consciência.

Neste trabalho, pretendemos analisar o grau de influência que os veículos comunicativos, em especial, a televisão, desperta em cada indivíduo, tendo como foco este tema e qual a importância deste tipo de mensagem. Estudaremos a história da TV, por ser esse

o veículo que o programa **Globo Repórter**, alvo de nosso estudo de caso, é midiático. Analisaremos a forma como a questão da saúde pública vem sendo divulgada, inclusive quais valores estão intrínsecos nos conteúdos jornalísticos da atualidade. Procuraremos esclarecer os motivos pelo qual o incentivo à prática de atividade física e à prevenção e tratamento de doenças exercidos pela mídia são imprescindíveis para a melhoria da qualidade de vida da sociedade e qual a importância desse tipo de mensagem. Estudaremos se há, de alguma maneira, mudança comportamental em cada indivíduo a partir do conhecimento de tais informações. Para isso, faremos uma pesquisa de opinião com perguntas específicas e diretas com o objetivo de mostrar a importância da divulgação de informações de saúde. Além disso, serão ouvidos depoimentos de especialistas da área médica, o que possibilitará um melhor entendimento sobre o assunto. Como sabemos, ouvir os diferentes lados de uma situação é de vital importância para uma inteira integração ao tema.

2 TELEVISÃO – SEUS PRIMEIROS PASSOS NO BRASIL

A televisão foi considerada, durante os dez primeiros anos de sua inserção no Brasil, como um artigo de luxo. Não era raro, naquela época, pessoas irem assistir à programação na casa de vizinhos, amigos ou parentes. Com o tempo, a oferta deste produto foi crescendo devido ao aumento na produção e conseqüentemente os preços foram ficando mais acessíveis.

A televisão foi implantada no Brasil por iniciativa do jornalista Assis Chateaubriand. Em 1950, Chateaubriand era o proprietário do que se pode considerar o primeiro império da comunicação no país: Diários e Emissoras Associadas, uma empresa que incorporava vários jornais (Diário da Noite, Diário de São Paulo), revistas (O Cruzeiro) e emissoras de rádio (Rádio tupi). (PATERNOSTRO, 1987, p. 23)

Os estados do Rio de Janeiro e São Paulo foram os primeiros a usufruir da novidade. Em 1954 contavam com 12 mil aparelhos. Quatro anos mais tarde, já existiam 78 mil em todo o país. No princípio, a programação era baseada em teleteatros, entrevistas, debates, musica erudita, shows e humorísticos. Para a produção dos programas, participavam técnicos e artistas trazidos do teatro e do rádio.

Com o tempo [...] as emissoras foram se instalando em outros estados: a TV ampliava a sua área de penetração e começava a atrair as agências de propaganda e os anunciantes. Os anos 60 consolidam a TV no Brasil. Na disputa pelas verbas publicitárias, ele assume, definitivamente, o seu caráter comercial; as emissoras começam a briga pela audiência (PATERNOSTRO, 1987, p.26)

A **TV Globo** (emissora das Organizações Globo) surgiu no Brasil no ano de 1965. Com sede no estado do Rio de Janeiro, inicia sua programação, com repertório voltado no modelo popular. Chacrinha e Dercy Gonçalves eram algumas de suas atrações. Sílvio Santos iniciou sua carreira na Globo em 1966, momento em que esta comprou a **TV Paulista**. Foi também em 1966 que a Globo se associou ao grupo norte-americano Time-Life, com a implantação do esquema de *network* que resultou na compra ou na contratação de outras emissoras existentes no país, dando início à inserção das emissoras afiliadas.

É nessa mesma época que se constitui a EMBRATEL – Empresa Brasileira de Telecomunicações. A EMBRATEL interliga o Brasil através de linhas básicas de microondas e adere ao consórcio internacional para a utilização de satélites de comunicações – o INTELSAT. Estava criada, então, a estrutura para as redes nacionais de televisão. A TV Globo foi a responsável pelo primeiro programa em rede nacional: em 1º de setembro de 1969 é lançado o “Jornal Nacional”, gerado no Rio e retransmitido ao vivo, via EMBRATEL, para todas as emissoras da rede. (PATERNOSTRO, 1987, p. 28)

Os programas jornalísticos (entrevistas, telejornais, documentários, debates etc.) ainda têm uma pequena participação na programação da televisão brasileira se comparado a outros estilos como melodrama e entretenimento. Em se falando da **Rede Globo de Comunicação**, os programas que tratam da produção de reportagens jornalísticas são na seqüência diária **Bom Dia Brasil**, **Jornal Hoje**, **Jornal Nacional**, **Jornal da Globo**, **Globo Notícias** (com duas edições a cada dia), **Globo Repórter** (apresentado toda as sexta-feira) e **Fantástico** (que vai ao ar todos os domingos). Tem-se ainda a **Globo News** da Globo Internacional e o jornalismo das praças, representado em Minas, pelo **MG TV**.

2.1 ESSE “NEGÓCIO” CHAMADO TV

Muitas pessoas não fazem idéia da grandiosidade do mercado que a TV movimenta sob sua influência. Para se ter uma noção, metade do que se gasta com publicidade no Brasil vem da TV. Ela é responsável por 1% do PIB (Produto Interno Bruto) anual do país. É espantoso, mas o número de geladeiras nas casas da população brasileira chega a ser inferior ao número de televisões. O IBGE constatou que 87,5 % das residências possuem aparelhos de TV e “apenas” 82,5%, geladeiras.

Uma emissora sozinha é responsável por metade da bilheteria dos filmes nacionais produzidos a partir da década de 1990. Um livro adaptado para a TV vende o que não venderia em décadas, uma música triplica a venda de um CD se incluída na trilha sonora de uma novela. Negócios dos negócios, a TV dita moda, faz a festa e tudo transforma em filhote do mercado televisual. (JUNIOR, 2002, p. 53)

Podemos considerar como uma das principais aliadas da TV, a propaganda publicitária. Como já sabemos, a televisão tem o poder de influenciar milhares de pessoas ao

mesmo tempo, das mais diferentes classes sociais, etnias, sexo ou idade. Baseando-se nesse diferencial, a publicidade viu na TV uma grande aliada para seus intentos. Em uma estimativa feita por agências de publicidade, constatou-se que 15% do público chega a comprar até 65% de tudo o que vê na telinha¹.

É retorno garantido, porque a TV exerce uma sedução quase hipnótica. Uma novela de sucesso, por capítulo diário, é capaz de juntar gente suficiente para encher 200 Maracanãs. Segundo o IBGE, o país vê em média 3,9 horas de TV ao dia – dieta que a revista americana *Screen Digest* avaliou, em pesquisa de 1996, ser suficiente para a exibição de 2 mil comerciais por semana. Mesmo com controle remoto para pular os canais na hora do anúncio chato, o lucro é “batata”. (JUNIOR, 2002, p. 58)

Mas é preciso que a televisão tome cuidado para não cair na mesmice. Devido à cruel luta pela audiência enfrentada todos os dias, as diferentes emissoras estão exibindo cada vez mais, programas similares para não correrem o risco de perderem no IBOPE.

[...] do banho de realidade do *Globo Repórter* dos primeiros tempos e de *O bem-amado* (1973) ao pique criativo de *O rebu* (novela ambientada em uma só noite). Hoje, com a pulverização de audiência, a TV parece viver seu maior paradoxo. Tem padrão internacional, mas cada vez mais os canais copiam-se, à caça de uma audiência sem riscos. [...] a televisão estimula o ódio, a fome e a submissão quando não abre espaço à pluralidade de opinião, à criatividade e à diversidade. Por isso, o desafio da TV no novo século será menos o da sobrevivência (o negócio vai bem, obrigado!) que o de não subestimar o público. (JUNIOR, 2002., p. 59)

2.2 COMO TRATAR A TELEVISÃO: RÁPIDA RETROSPECTIVA HISTÓRICA

Arlindo Machado em seu livro *A Televisão Levada a Sério* distingue duas maneiras principais de tratar televisão. De forma esquemática ele denomina o modelo de Adorno e o modelo de Mcluhan. Segundo o autor, o modelo de Adorno pode ser exemplificado através de um antigo texto publicado originalmente no **Quartely of Film, Radio and Television** Neste caso, ao examinar temas supostamente de televisão, Adorno deixou escapar que os classificava como uma “amostragem” e declarou que seriam textos de comédia que foram colocados à sua disposição. Como Adorno já não encarava a televisão com “bons olhos”, pediu para que colocassem à sua disposição fragmentos dos programas.

¹ Luiz Costa Pereira Junior. *A vida com a TV*. (São Paulo: SENAC, 2002)

Como naquela época (1954) ainda não existiam videoteipe e muito menos videocassete, essas amostras não passavam de textos escritos que tentavam representar os programas, na forma de roteiros ou até mesmo o resumo deles.

Ou seja: Adorno examina a televisão não a partir de uma observação sistemática do que esse meio efetivamente exhibe, menos ainda a partir de um critério de seleção tão rigoroso quanto o que ele próprio adotou, por exemplo, para a análise musical, mas a partir de uma “amostragem” escrita e, o que é pior, uma “amostragem” nitidamente tendenciosa, pois o objetivo indisfarçável era demonstrar que a televisão era “mau” objeto. Em síntese: Adorno dispara um ataque implacável à televisão sem de fato conhecer a televisão, sem dedicar uma pesquisa mais extensiva ao conjunto de propostas que a televisão estava apresentando naquele momento. Não há nada de espantável nisso, pois se no ano de 2007 ainda existem intelectuais que não vêm televisão, isso devia ser uma norma em 1954, ainda mais nos círculos severíssimos da Escola de Frankfurt. (MACHADO, 2005, p. 18)

Ao contrário de Adorno, McLuhan considera a televisão como essencialmente boa, mas da mesma forma que Adorno, McLuhan não trabalha com a televisão como algo concreto, mas sim com deduções abstratas de sua influência e de seu conteúdo. Para ambos, não importa o que realmente está sendo veiculado. A granulosidade, a característica mosaica, a tela pequena e de baixa definição são para McLuhan aspectos suficientes para denominá-la como um veículo bom e gerador de intensa participação do público, independentemente do que está sendo transmitido.

Mas com a mesma imagem granulosa, com a mesma tela de baixa definição, com a mesma estrutura fragmentária e dispersiva, pode-se obter coisas tão fulminantemente diferentes quanto Dekalog e I Love Lucy, da mesma forma que com uma folha de papel e as 23 letras do alfabeto português, pode-se escrever tanto o Grande sertão: veredas quanto uma prova de história numa escola do primeiro grau. Se McLuhan, ao contrário de Adorno, não pode ser acusado de não conhecer o seu objeto de análise, o resultado que ambos obtêm no plano teórico se equivale, pois nos dois casos a televisão é vista como estrutura abstrata, modelo genérico de produção e recepção (afinal, “o meio é a mensagem”), sem conseqüências significativas no nível dos programas e, pior ainda, sem nenhuma brecha para a ocorrência da diversidade e da contradição no âmbito da prática efetiva. (MACHADO, 2005, p. 18)

Em síntese, pode-se dizer que para Adorno a televisão é por natureza “má”, mesmo que seu conteúdo seja de boa qualidade e para McLuhan a televisão será sempre de natureza “boa”, mesmo que tudo o que estiver sendo veiculado seja de baixo nível.

Isso quer dizer que os adornianos atacam a televisão pelas mesmas razões que os mcluhanianos a defendem: por sua estrutura tecnológica e mercadológica ou por seu modelo abstrato genérico, coincidindo ambos na defesa do postulado básico de que televisão não é lugar para produtos “sérios”, que mereçam ser considerados em sua singularidade. Creio que já é tempo de pensar a televisão fora desse maniqueísmo do modelo ou da estrutura “boa” ou “má” em si. Quero dizer: é preciso (também) pensar a televisão como o conjunto dos trabalhos audiovisuais (variados, desiguais, contraditórios) que a constituem, assim como cinema é o conjunto de todos os filmes produzidos e literatura o conjunto de todas as obras literárias escritas ou oralizadas, mas, sobretudo, daquelas obras que a discussão pública qualificada destacou para fora da massa amorfa da trivialidade. (MACHADO, 2005, p. 19)

Quando se trata de mensagem televisual é preciso considerar o contexto e a tecnologia de forma conjunta com os aspectos de imagens e de sons, pois isso é que é televisão. É exatamente a união desses elementos que atraem com imenso impacto a atenção do público e dos produtores de conteúdo.

2.3 A IMPORTÂNCIA DA TV NO DIA A DIA

A televisão tem um poder tão mágico e atrativo nas pessoas que, se prestarmos atenção, quantas vezes não nos deparamos com a televisão de nossa casa ligada mesmo sem ter ninguém assistindo? Este aparelho se tornou o grande vício da humanidade, se assim podemos dizer. É companheiro nas nossas horas de solidão, parceiro nos momentos de festas (basta lembrar da folia que fazemos na Copa do Mundo, todos diante da TV torcendo pelo nosso país), artista principal em um desfecho de novela, é até engraçado: no último capítulo, todos, inclusive aqueles que dizem não acompanhar a trama acabam meio que magnetizados pela telinha, seja em casa ou até mesmo nos bares, restaurantes, shopping centers. Basta reparar, todos estão sendo atraídos pela “tela mágica”. Como diz Vera Íris Paternostro em seu livro *O Texto na TV*: “Ligue o botão da TV. Gire os canais. Novelas, filmes, notícias, desenhos, música, culinária, shows, aulas, esporte, brincadeiras, debates: informação e entretenimento. O universo da TV em constante (r) evolução: o alvo é o homem”.

A televisão tem um modo próprio de tratar as coisas da vida, retratar o cotidiano, enquadrar a realidade em seu terreno e ao sabor de seus caprichos. (JUNIOR, 2002, p. 133) O que temos hoje no Brasil, na era da globalização, é ainda o produto

daquele velho projeto autoritário: a gente brasileira, condenada à desigualdade, com a pior distribuição de renda do mundo², é o país que vibra unido na integração imaginária: na Copa do Mundo, no final da novela, na morte do ídolo do automobilismo, na festa “cívica” das eleições presidenciais. Não por acaso, todos esses momentos de confraternização são espetáculos de TV. Não por acaso, ainda hoje, quando a tecnologia já produziu a TV por assinatura, quando cada um pode ter dezenas de canais diferentes dentro de casa, o modelo das grandes redes continua influente entre nós. A auto-imagem da sociedade brasileira ainda é dada por esse modelo. Agora, como na época da ditadura. Ou quase. Não por acaso, por fim, a Globo ainda reina soberana sobre o país. A Globo não é a única, mas é a mais perfeita expressão do modelo gerado pelo autoritarismo, e é também a prova de que ele deu certo. (BUCCI, 1997, p. 17)

A mania que muitos ou quase todos têm de deixar a TV ligada enquanto não estão assistindo, já virou conteúdo de pesquisas estatísticas. De acordo com o Instituto Nielsen, nos Estados Unidos, o percentual de pessoas que ligam a TV para não assistir é de 20%. Já no Brasil, quem está de olho nesta questão são as indústrias de eletrônicos:

Há treze anos o país conta com televisores que possuem a função *sleep-timer*. uma tecla que faz com que os aparelhos sejam programados e possam desligar-se após cinco minutos ligados sem ninguém por perto. Todos os 4 milhões de aparelhos produzidos anualmente no Brasil contam com esse dispositivo. (JUNIOR, 2002, p. 31)

O ser humano, desde o início de sua existência, mostra indícios de uma necessidade nata de se manter em constante comunicação. Não é de hoje que buscamos, sempre que possível, uma incessante troca de informações, desde a sobrevivência, até o aprimoramento de nossa espécie. Se no início nos comunicávamos por batidas de tambor, sinais de fumaça, gestos e inscrições em pedra, hoje, buscamos cada vez mais métodos eficientes, incluindo neste contexto: agilidade, rapidez e, porque não, comodidade, já que possuímos todas as “ferramentas” tecnológicas para isso.

Desde as conquistas mais antigas até as mais modernas (imprensa, telégrafo, cinema, rádio, televisão), o que se depreende é que, em toda e em qualquer época, o ser humano tem, como característica essencial para sua sobrevivência, a necessidade de transmitir conhecimento. O homem, com a evolução dos tempos, sistematizou sua capacidade de comunicação e, graças a ela sobrevive. Essa necessidade de conhecimento levou o homem a um desafio, através dos séculos: uma mobilização intensa com o objetivo de conquistar meios cada vez mais eficazes para a propagação e o intercâmbio de informações. A história da civilização humana se confunde com a história da criação e invenção desses meios. À medida que as

² Relatório o desenvolvimento mundial 1995, o trabalhador e o processo de integração mundial (indicadores do desenvolvimento mundial), Banco Mundial, Washington DC, 1995.

novidades tecnológicas se incorporavam à comunicação, os meios de informação se afirmavam. O homem na sua ânsia de vencer barreiras, no tempo e no espaço, os queria mais velozes e eficazes. É nesse processo - urgente, avassalador – que surge a televisão, com a informação na sua forma mais dinâmica e universal: através da imagem. (PATERNOSTRO, 1987, p. 15 – 16)

O poder da televisão no sentido de penetrar em nossas vidas e definir objetivos, vontades é inegável. Muitos meios a antecederam e muitos a sucederão, mas seu lugar ninguém tira, ela é única. Seja através de novelas, telejornais, filmes, minisséries, tanto faz. Sua influência é real e afeta inclusive aqueles que dizem não serem afetados.

Tenho defendido as novelas. Contra a opinião de muitos colegas da universidade, sustento que elas têm papel positivo na transmissão de certos ideais, em especial o da igualdade da mulher ante o homem e o da condenação do preconceito de raça. É claro que a TV é menos profunda e pioneira que os grupos feministas ou de consciência indígena ou negra – mas só ela pode levar uma idéia, um nome de livro, um comportamento a 50 ou 60 milhões de pessoas. (JUNIOR, 2005, p. 126)

Um outro tópico que merece destaque quando o que está sendo discutido é a influência que a televisão tem no sentido de “indicar” como as coisas devem proceder é a presença desse meio nos momentos de guerra. Podemos citar aqui episódios que aconteceram em duas situações: Na Guerra do Golfo e na Guerra dos Balcãs. No primeiro caso, nem os iraquianos nem os aliados tinham como interesse destruir os equipamentos de transmissão da CNN apesar de conhecerem exatamente onde estavam localizados. Isso porque ambos os lados acreditavam que a rede de comunicação norte-americana poderia ser-lhes útil de alguma forma e não valia a pena tomar qualquer atitude que pudesse colocá-la em defesa do lado inimigo.

No segundo caso, no conflito militar dos Balcãs, ocorrido em 1999, após o bombardeio que a OTAN (Organização do Tratado do Atlântico Norte) praticou na Iugoslávia, ambos os protagonistas da disputa entenderam que a televisão poderia servir de aliada ao inimigo. Isso acarretou a destruição dos equipamentos e instalações da CNN em Belgrado e o bombardeio à sede da Televisão Estatal da Iugoslávia também em Belgrado em que foram mortos 25 jornalistas.

O telejornal é um *front* onde se travam batalhas decisivas e muitos conflitos são ganhos ou perdidos mais na televisão do que nos campos de batalha. [...] Como se vê, a ambigüidade “informativa” do telejornal produz incertezas nas cabeças de estrategistas e protagonistas dos conflitos, que nunca conseguem saber com clareza se o jornal é simpático ou hostil às causas alegadas e se a televisão ajuda ou atrapalha numa situação de confronto militar. (MACHADO, 2005, p. 112)

A verdade é que não existe uma interpretação previsível daquilo que está sendo transmitido. O fato de o conteúdo veiculado ser imparcial ou não, com objetividade explícita ou não, não são capazes ou suficientes para definir com exatidão o que cada telespectador vai entender sobre determinado assunto ou reportagem.

Não existem, nos telejornais, desinências, sinalizadores, dispositivos de emolduramento que orientem a leitura no sentido de *como* de deve “ler” esses depoimentos e essas inserções de fontes, ou capazes de designar a voz “doadora”, sob a batuta da qual deveríamos reenquadrar todas as outras. Mesmo os telejornais *opinativos*, em que há forte direcionamento da “leitura”, não estão inteiramente livres de um reordenamento personalizado e imprevisível por parte do telespectador. (MACHADO, 2005, p. 112)

Considerando-se a influente presença que a TV tem em nosso cotidiano, podemos observar alguns pontos limite da influência que a TV pode exercer sobre o comportamento de toda uma sociedade que inevitavelmente está emaranhada nas teias de alcance deste meio. Em que casos ela pode representar uma “mania saudável” ou até mesmo um “vício perturbador” ? Podemos dizer que assistir televisão não faz mal a ninguém, mas isso depende da forma como cada telespectador vai reagir ao *glamour* transmitido pela telinha. Quando falamos em *glamour*, pretendemos citar toda a magnitude que é veiculada nos programas televisivos. Na grande maioria das vezes é fácil flagrar nos programas, pessoas bonitas e saudáveis andando com carros importados, fazendo viagens ao exterior, indo à praia durante a semana mantendo assim, aquele corpinho rígido sem nenhuma gordurinha (detalhe!!!) bronzeado constantemente. Problemas financeiros – quase nunca – e quando eles existem são tão diferentes dos nossos, parece que tão mais fáceis de resolver, parecem ter até uma certa graça. É pensando nesse contexto que se torna fácil compreender o porquê de tantas pessoas se sentirem atraídas pelo que é público, pelo que passa na televisão. Talvez seja a forma de fugirem de suas realidades, sempre mais duras e feias. Essa concepção deixa de ser uma

mania saudável, como assistir a uma novela junto com a família, torcer pelo time do coração com os amigos, por exemplo, para se tornar o que podemos chamar de “vício perturbador”, algo que lhe confunde os sentidos e o senso de realidade.

Para muitos, aparecer na TV, é se tornar mais importante, é se sentir melhor consigo mesmo. As emissoras de TV, mais do que ninguém estão atentas com esse aspecto e não tardam em criar programas que instigam a imaginação do público. É o caso dos Reality Shows. Cada vez mais pessoas se disponibilizam a expor sua intimidade, seu jeito de ser, para assim, se sentirem reconhecidas e famosas. Não pensam apenas no dinheiro, a fama é importantíssima, ela abre a porta de entrada para um mundo que muitos só podem participar como espectador. Com isso, acabam satisfazendo, inclusive, a eterna curiosidade presente em cada um de nós.

Em um país em que a elite devassa a própria intimidade, famosos adotam ilha de revista e a plebe sai no tapa por quinze minutos via satélite, uma tendência bagunçou a já nebulosa relação da TV com a privacidade das pessoas. Os *reality shows*, em que anônimos expõe seu cotidiano para as câmeras viraram febre até no Brasil. (JUNIOR, 2002, p.137)

A Globo inaugurou sua primeira versão do “show da vida real” em 23 de julho de 2000, com *No Limite*, programa que se passava em uma praia deserta e avaliava o grau de sobrevivência dos participantes nesse local. Depois vieram os famosos *Big Brother Brasil*, com sete edições até o momento, mas já fazendo seleção para a oitava edição.

[...] a professora de educação, Maria Tereza Fraga Rocco, da USP, que desenvolve estudo sobre a “TV realidade” [...] acredita que um grande conflito começa a ser travado entre os direitos da intimidade e a ilimitada curiosidade do público. Com esse tipo de programa, diz a professora, a “metragem privada” está virando cada vez mais “espaço público”, o que dificulta a defesa da intimidade, da honra e da imagem, quando violadas. O maior responsável, diz Maria Tereza, é o próprio telespectador. [...] A espetacularização alimenta a vontade de ser famoso. Tal fama é ilusória, pois os problemas de ninguém se resolvem ao ser exposto na TV. (JUNIOR, 2005, p. 138)

2.4 A INFLUÊNCIA DA TV

Quando falamos de televisão, é possível distinguir diferentes correntes de análise sobre a forma como os temas são abordados nesse meio. Uma delas a qualifica como estritamente superficial, sem poder mais amplo de penetração, ou seja, a mensagem é transmitida e o processo é finito nesse momento.

“Ela, que por um lado se impõe através do imediatismo e da dimensão que proporciona à notícia, por outro ainda deixa a desejar quanto à retenção e à análise mais densa da informação”.(PATERNOSTRO, 1987, p.35)

Outras versões fazem uma relação direta da televisão à vida cotidiana³, à cultura popular⁴, ao espaço público⁵ e ainda a mecanismos existentes entre emissores e receptores⁶.

São teorias interessantes, quando tomadas seriamente. Nos últimos anos, entretanto, a discussão sobre televisão, sobretudo no Brasil, desceu a um nível de ingenuidade lastimável, em razão principalmente da contaminação da área por um sociologismo repleto de chavões, que chegou ao extremo de sugerir que as formas mais degradantes de televisão “refletem” (a velha tese da “reflexão”) a degeneração social ou as mazelas da desigualdade econômica, funcionando, portanto, como um sintoma ruidoso do estado de convulsão dos excluídos. Daí à aceitação e à apologia do lixo televisual falta apenas um passo. Na verdade, a associação entre crises sociais e modelos degenerados de televisão é ingênua e equivocada pela simples razão de que tais modelos não são criados em situação de crise: eles são importados de países ricos, sobretudo dos EUA, e implantados por decisão exclusiva dos profissionais da área e dos setores econômicos que os financiam.(MACHADO, 2005, p.12)

Segundo Arlindo Machado, a televisão é e será aquilo que fizermos dela, pois nem ela, nem qualquer outro meio estão predestinados a ser qualquer coisa fixa.

Ao decidir o que vamos ver ou fazer na televisão, ao eleger as experiências que vão merecer a nossa atenção e o nosso esforço de interpretação, ao discutir, apoiar ou rejeitar determinadas políticas de comunicação, estamos, na verdade, contribuindo para a construção de um conceito e uma prática de televisão.(MACHADO, 2005, p. 12)

É preciso ter discernimento para saber o que é proveitoso ou não, do que realmente gostamos e o que estamos querendo assistir. Mediante isso, fica mais fácil e justo fazer uma análise crítica do conteúdo que está sendo transmitido.

³ Jonh Ellis, *Visible Fictions* (Londres: Routledge & Kegan Paul, 1985).

⁴ Jonh Fiske, *Television Culture* (Londres: Methuen, 1987).

⁵ Dominique Wolton, *Éloge du grand public: une théorie critique de la télévision* (Paris: Flammarion, 1990)

⁶ Jésus Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones* (México: Gustavo Gili, 1993)

É preciso, em todo caso, quando se fala de *televisão*, saber exatamente o que cada um está entendendo por esse termo, ou seja, o que o analista efetivamente *viu* na televisão, que conjunto de experiências audiovisuais ele conhece, qual é a sua “cultura” televisual. Pode parecer cruel, mas boa parte das pessoas que falam e escrevem sobre televisão conhecem pouca televisão – não em quantidade, mas em qualidade e extensão de experiências – e quando conhecem alguma coisa, é mais provável que conheçam apenas o pior. *Televisão* é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público. Para falar de televisão, é preciso definir o *corpus*, ou seja, o conjunto de experiências que definem o que estamos justamente chamando de *televisão*.(MACHADO,2005, p. 19-20)

Podemos nos arriscar a dizer que grande parte do que é transmitido pela TV fica em nosso subconsciente. Tudo o que for de nosso interesse ficará guardado na memória e, se a televisão não for suficiente para suprir a curiosidade sobre determinado assunto, ao menos servirá de um caminho pelo qual tomamos conhecimento do mesmo e a partir de então buscamos mais informação. Representa, na maioria das vezes, o primeiro contato que grande parte das pessoas têm com determinado tema, talvez por ser um dos meios de comunicação mais populares da atualidade e também por entrar na casa das pessoas de forma direta e objetiva.

A TV pode “abrir o apetite” dos receptores da mensagem e estimular a investigação, a busca diversificada da informação, uma vez que seu público, tendo tomado conhecimento da dimensão de um fato, pode não se ter satisfeito de forma total. É diante desse raciocínio que podemos entender um poder motivador na TV enquanto meio de informação. (PATERNOSTRO, 1987, p.35)

3 MÍDIA E SOCIEDADE – COMO VEM SENDO DIVULGADA A QUESTÃO DA SAÚDE PÚBLICA?

Os meios de comunicação possuem dois canais: o de comunicação interpessoal (individual ou grupal) e o de comunicação de massa. Sabemos que a nossa voz funciona como o principal meio de comunicação interpessoal. É através dela que expomos nossas idéias e aprendemos com as opiniões alheias. Mas é certo que a utilização de recursos que auxiliem e requintem o ato de comunicar torna-se bastante necessário quando o que se deseja é abranger o “campo de cobertura” de uma mensagem.

A comunicação interpessoal pode ser dividida em “cara a cara” (exemplo: um balconista de uma farmácia conversando com um médico) e “grupala cara a cara” (exemplo: um trabalhador da saúde conduzindo uma sessão educativa com um grupo de pais). A comunicação interpessoal, na qual duas pessoas se reúnem, é importância considerável em qualquer estratégia de educação do público. De fato, as tentativas de mudar hábitos alimentares indesejáveis, por exemplo, baseiam-se principalmente na comunicação interpessoal usada de forma conjunta com outros métodos. [...] propósito da intervenção é modificar a comunicação social em todos setores para obter comportamentos mais adequados com relação à saúde. (HANSEN, 2004, p.44)

Com o objetivo de educar cada vez melhor o público para os problemas de prevenção na saúde, outros métodos foram incorporados às antigas formas de comunicação interpessoal. É a partir daí que entra o eficiente papel dos meios de comunicação de massa. Um dos mais populares é o rádio. Esse veículo possui estações públicas e privadas em todos os países. Sua abrangência é tão grande, devido ao fato de que não é preciso parar de fazer o que se está fazendo para escutá-lo.

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. [...] Com a TV, o rádio se voltou para as necessidades individuais do povo, em diferentes horas do dia, bem em sintonia com a multiplicidade de aparelhos receptores nos quartos, banheiros, cozinhas, carros e – agora – bolsos. (MCLUHAN, 1964, p. 345)

A televisão, além do som, utiliza a imagem em movimento. É o que chamamos de característica áudio-visual. Segundo Mcluhan (1964, p. 356), “a interpretação na TV é extremamente íntima, porque o telespectador, por ela envolvido de maneira marcante, tende a

completar ou ‘concluir’ a imagem televisionada”. A imprensa escrita e a Internet são os componentes que completam este “time” chamado comunicação de massa.

Em se falando de cuidados com a saúde, esses meios são importantíssimos para a divulgação de orientações e incentivos à prática de prevenção. É através deles que a população de uma forma geral entra em contato com informações deste gênero, já que ainda existe uma grande resistência em procurar atendimento aos profissionais da saúde regularmente, ou por simples comodidade ou por impossibilidade financeira e, inclusive por deficiência do sistema de saúde pública. Dessa forma, entende-se que a mídia pode funcionar como uma consulta diária a especialistas, tais como médicos, dentistas, fisioterapeutas etc., isso se definirem em sua programação a inclusão de programas direcionados à saúde. De acordo com Hansen (2004, p. 47), os critérios para a escolha dos meios e dos materiais de apoio para a comunicação e saúde poderiam ser classificados em:

- Custo: pode-se arcar com o custo financeiro da utilização desse meio? (custo pelo uso do meio, treinamento de pessoas para a retransmissão, compra e produção do material de apoio);
- Acessibilidade: em que medida o público-alvo tem acesso ao meio?
- Facilidade de “uso” do meio (considerando a competência adquirida pelo pessoal responsável pela intervenção). Esse meio é fácil de usar?
- Credibilidade de cada tipo de meio. Esse meio é confiável?
- Participação da comunidade. Esse meio estimula a participação?
- Difusão da mensagem no tempo. Esse meio permite estender a difusão da mensagem por longo prazo?
- Relação com os objetivos da intervenção. Pode-se utilizar esse meio para alcançar os objetivos?

Após analisados todos esses critérios, é determinado qual ou quais veículos serão utilizados a fim de proporcionar um melhor resultado no sentido de informar sobre a saúde pública.

Cada canal de comunicação é específico em seu próprio modo. O desafio é encontrar a melhor combinação para alcançar os objetivos propostos em cada público-alvo. [...] O ideal é selecionar vários meios complementares para elevar ao máximo as possibilidades de obter sucesso em uma intervenção. [...] Se no passado o rádio funcionou esplendidamente para prevenir, agora pode-se contar com todos os meios, cada um endereçado a um público, como vimos no capítulo da Aids, em que foi visto como a doença foi contida, utilizando-se todos os meios de comunicação. Assim também deverão ser divulgados todos os problemas de saúde para que cada vez haja mais prevenção da saúde do homem e por sua vez maior qualidade de vida. (HANSEN, 2004, p. 49)

3.1 QUAIS OS VALORES VEICULADOS?

Atualmente, a idéia de saúde deixou de ser uma crença na ausência de enfermidade e se tornou uma questão de aquisição de bem-estar. Bem-estar no sentido do indivíduo adquirir práticas mais saudáveis no seu cotidiano e, conseqüentemente, uma melhor qualidade de vida. A Organização Mundial da Saúde (OMS) define saúde como “o estado de completo bem-estar físico, mental e social e não meramente a ausência de doenças”.

Partindo desse conceito, torna-se necessário alertar, ensinar e principalmente inserir o cidadão nos conceitos básicos da prevenção. Assim, a comunicação se faz um instrumento essencial de informação, tornando possível, de uma maneira rápida e direta, o conhecimento ou, ao menos, a busca por um conhecimento de prevenção de doenças por parte da sociedade.

Segundo o Prof. Dr. Isaac Epstein, um dos pioneiros a tratar do assunto (criador do projeto Comsalud), estamos na era da saúde na comunicação, ou seja, utilizam-se os recursos da mídia com a finalidade específica de proporcionar saúde à população. A mídia se encarrega de informar da melhor maneira possível como o homem pode se prevenir das

enfermidades, como pode beneficiar-se melhor do completo bem-estar físico, mental e social por meio dos recursos tecnológicos que lhe são direcionados.

“Os meios de comunicação, em si mesmos, não são nem bons, nem maus. São úteis, do mesmo modo que o são a roda, o avião ou a energia nuclear. Mas a roda faz andar a ambulância e o canhão, o avião serve para avizinhar cidades ou para atirar bombas sobre elas, a energia nuclear contém o poder quase mágico de redimir a humanidade e, ao mesmo tempo, o de destruí-la. Os meios de comunicação, por seu turno, serão aquilo que os homens fizerem deles. Essa é a grande, a imensa, a grave responsabilidade: saber utilizar as potencialidades dos novos engenhos para o bem. A responsabilidade é de cada homem e de todos nós” (ANTONIO COSTELA, Comunicação – do Grito ao Satélite, p. 212).

4 ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA GLOBO REPÓRTER

O **Globo Repórter** é um programa pertencente à **Rede Globo de Televisão**. Por isso, é imprescindível que conheçamos um pouco da história dessa empresa.

A Rede Globo surgiu precisamente no dia 26 de abril de 1965. Foi nessa data que entrou no ar o canal 4, TV Globo do Rio de Janeiro, pontapé inicial para a formação do grande império das telecomunicações da atualidade. Na época, a transmissão teve concessão outorgada no governo do presidente Juscelino Kubitschek. Aos poucos entravam no ar outras emissoras da rede: em São Paulo, através do Canal 5 (antiga **TV Paulista**, adquirida do grupo Victor Costa); em Belo Horizonte (pela emissora adquirida do grupo J. B. Amaral em 1968), em Brasília, em 1971 (concessão feita pelo presidente João Goulart em 1962), e em Recife (através de emissora adquirida do grupo Victor Costa).

A cobertura da Globo abrange 99,84% dos municípios brasileiros. Para isso, conta com 113 emissoras distribuídas pelo país, entre elas, geradoras e afiliadas. Foi pioneira nas transmissões internacionais, como por exemplo, na Copa do Mundo da Inglaterra, em 1966, que foi transmitida ao vivo. Não podemos nos esquecer também que a Globo esteve presente, via satélite, no lançamento da nave espacial Apolo IX, em 1968. O grande marco de transmissão em rede nacional foi, em 1969, com a apresentação do **Jornal Nacional**. Além disso, foi a primeira a implantar TV em cores no Brasil (em 1972) e em 1975 já contava com uma programação nacional.

Atualmente, a **Rede Globo** conta com aproximadamente 8 mil funcionários, sendo que mais da metade são diretores, jornalistas, produtores, autores, atores, cenógrafos, figurinistas, músicos e técnicos. Com um total de 1.300.000 metros quadrados, dentre eles, 120 mil de área construída, o Centro de Produção da Globo (PROJAC), localizado em Jacarepaguá é considerado o maior da América Latina.

Se somarmos às novelas, minisséries e especiais os shows, humorísticos, eventos e jornalismo gravados e exibidos pela TV Globo, tem-se, no período de um ano, 4.420 horas de produção própria. Não é por menos que a Globo ocupa a posição de maior produtora de programas próprios de televisão do mundo.

4.1 HISTÓRIA DO PROGRAMA

O programa **Globo Repórter** estreou na **TV Globo** no ano de 1971. Nessa época era chamado de **Globo Shell Especial**. Somente dois anos mais tarde, em 1973, assumiu o título que tem hoje. Sempre exibido às sextas-feiras, na década de 1970 era um instrumento de participação de diversos cineastas brasileiros como Vladimir Carvalho, Maurice Capovolla, Walter Lima Júnior, Eduardo Coutinho e Gregório Bacic. Estes exibiam através de documentários aspectos da sociedade brasileira que são considerados, atualmente, clássicos nacionais. O som de abertura do programa é a música “Freedom of Expression”, gravada originalmente pelo grupo G. B. Pickers.

O jornalista Sérgio Chapelin é o responsável pela apresentação do **Globo Repórter** desde a estréia, salvo nos momentos em que esteve na apresentação do **Jornal Nacional** e quando trabalhou no SBT. Não é por menos que ele já declarou considerar o programa como sua segunda casa. Teve a carreira iniciada em sua cidade natal – Valença, interior do estado do Rio de Janeiro – onde trabalhava em uma rádio. Anos depois, após prestar o serviço militar, mudou-se para a capital. Durante a fase inicial na cidade do Rio de Janeiro, trabalhou como bancário. Seu primeiro teste profissional foi para locutor da Rádio Tamoio, em que ficou por um curto período pois em seguida veio a trabalhar na Rádio Nacional e mais tarde, na Rádio Jornal do Brasil. Após a vasta experiência em emissoras de

rádio, Chapelin decidiu tentar sua carreira em televisão. Em 1972 acertou contrato com a TV Globo, como apresentador do **Jornal Hoje** e, após um mês, seu lugar era certo no **Jornal Nacional**. “Achava que a continuidade da minha carreira estaria neste veículo”, diz Sérgio. Atualmente figura como um dos profissionais mais consagrados e respeitados do meio. Vale lembrar que a apresentação do **Globo Repórter** já esteve nas mãos de Celso Freitas (1989 a 1996), Eliakim Araújo (1980 - 1984) e Berto Filho (década de 70).

Até o momento, o **Globo Repórter** já exibiu mais de mil programas, cada um assistido por cerca de 30 mil telespectadores semanais. A princípio foi criado com o intuito de suprir uma carência que a população tinha de obter informações sobre temas polêmicos e de interesse geral. O conteúdo de cada episódio aborda questões relativas a um tema específico e não de vários temas como acontecia no passado. O programa tem a duração de 45 minutos e é composto por cinco blocos de apresentação. Vai ao ar toda sexta-feira após a novela das oito, às 21h45m. As matérias são preparadas com aproximadamente três semanas de antecedência por repórteres exclusivos do programa.

4.2 A INCLUSÃO DE MATÉRIAS RELACIONADAS À SAÚDE

Analisando toda a sua história, nos mais de mil programas exibidos pelo **Globo Repórter**, é possível constatar que todo mês (alguns mais outros menos), a exibição conta com temas que ajudam as pessoas no esclarecimento sobre saúde e qualidade de vida. Particularmente para a execução deste trabalho, tomaremos como base o período de janeiro de 2004 a novembro de 2007. Durante esse intervalo, já foram exibidos cinquenta e cinco programas que tratavam especificamente desse assunto. Abordagens sobre o sono, depressão,

alimentação saudável, longevidade, células-tronco e exercícios físicos são alguns exemplos do que é mostrado constantemente ao público, como podemos ver na enumeração a seguir:

26/03/2004 O poder das frutas

19/03/2004 Educação sexual

05/03/2004 Vida saudável

23/04/2004 Brasil sem médicos Brasileiros que vivem na Amazônia

09/04/2004 Ciência e fé o poder de cura das crenças religiosas

25/06/2004 Terapias alternativas

18/06/2004 Timidez

09/07/2004 Comida é remédio?

27/08/2004 Transplante de órgãos

13/08/2004 Depressão

24/09/2004 Saúde para o coração

22/10/2004 Sexo seguro – importância de se prevenir na hora do prazer

26/11/2004 saúde com prazer

19/11/2004 Excessos no esporte

12/11/2004 Plantas medicinais

28/01/2005 Distúrbios do sono

14/01/2005 Células tronco

18/03/2005 O poder do vinho

01/04/2005 Perda e superação

06/05/2005 Alimentos naturais

17/06/2005 Os labirintos da depressão

08/07/2005 Em busca de um filho

26/08/2005 Mandamentos de uma velhice feliz

19/08/2005 Solidão

12/08/2005 Obesidade infantil

05/08/2005 Ciúme

30/09/2005 Alergia

16/09/2005 Medicina chinesa

28/10/2005 Felicidade

14/10/2005 Saúde à mesa brasileira

11/11/2005 A luta contra a dor

02/12/2005 Emoções fortes

27/01/2006 Saúde ao alcance da boca

24/02/2006 Como cuidar da coluna

03/03/2006 Imunologia das emoções

21/04/2006 Hipertensão arterial

07/04/2006 Longevidade

26/05/2006 Alimentos do Brasil

30/06/2006 Tratamentos alternativos

25/08/2006 Mistérios do cérebro

29/09/2006 Em busca do sono perdido

15/09/2006 Os novos caminhos da saúde

20/10/2006 Saúde cardíaca

22/12/2006 Velocidade, os efeitos da pressa no dia a dia

15/12/2006 Vivendo bem até os 100

19/01/2007 Nutrição

09/03/2007 Nutrição infantil

11/05/2007 Amor materno

05/05/2007 Um homem e uma mulher
29/06/2007 Saúde do homem e da mulher
24/08/2007 Reinventando a vida
10/08/2007 Campeões da nutrição
14/09/2007 Procurando um bom sono
19/10/2007 Excesso de peso
02/11/2007 Hormônios: mensageiros invisíveis

Como podemos observar, os temas são transmitidos de forma variada, não atingindo apenas um aspecto da vida cotidiana, mas um conjunto de situações as quais o ser humano pode vivenciar em sua existência.

No início surgiram reportagens sobre o colesterol e de repente não há quem não conheça o problema de possuir a taxa acima do que a medicina recomenda. [...] invadida por inúmeras reportagens que ensinam de certa forma o que se deve fazer para manter a taxa de colesterol nos limites aceitáveis da saúde. Fala-se sobre quais alimentos que podem comer, quais não se podem; surgem mais reportagens sobre os valores nutricionais dos alimentos, sobre a qualidade ou não de certos produtos [...] (HANSEN, 2004, p. 53)

O interessante é que além de tratar de temas relacionadas diretamente com a saúde das pessoas, como cuidados com o coração, excesso de peso, dor e obesidade infantil, o programa também procura abranger todas as questões que podem influenciar em nossa qualidade de vida e que às vezes não nos damos conta. Situações ditas como secundárias, podem influenciar de maneira surpreendente nosso dia a dia. Podemos constatar que esses temas são explícitos no **Globo Repórter** com frequência. É o caso do ciúme, da solidão, de viver emoções fortes, da felicidade, do amor materno e os efeitos que a pressa pode acarretar na nossa saúde.

4.3 POR QUE O INCENTIVO À PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA É IMPORTANTE?

Nos episódios “Reinventando a vida”, “Excesso de peso”, “Vivendo bem até os 100”, “Excessos no esporte” e outros, o programa **Globo Repórter**, no período que estamos considerando (jan. 2004 – nov. 2007), abordou questões relacionadas ao exercício físico e às suas vantagens. Essa preocupação é de vital importância principalmente pelo fato de o sedentarismo ser atualmente um dos maiores males da humanidade. A falta de uma atividade regular que mantenha o organismo em pleno e saudável funcionamento gera uma série de doenças, entre elas, a obesidade, um dos mais preocupantes problemas da civilização nos dias de hoje. A febre dos fast-food e a vida corrida que grande parte das pessoas levam vem beneficiando acentuadamente este mal. Causador da obesidade (mostrada no **Globo Repórter** no episódio “Obesidade infantil”) e de outros tantos problemas, o sedentarismo deve ser combatido e a mídia deve estar atenta devido ao enorme poder de penetração que exerce na sociedade.

Não importa se você está andando de bicicleta ou de patins, fazendo uma caminhada ou correndo, dançando ou subindo uma escada e até mesmo limpando a sua casa. Em todas essas situações sua saúde está lhe agradecendo pois você está efetivamente fazendo seu corpo mexer. A inexistência de uma atividade física regular pode acarretar, além de doenças sérias, a incapacidade de se ter uma vida ativa ou pode até mesmo levar à morte. Segundo a OMS (Organização Mundial de Saúde), o sedentarismo está entre as dez causas que mais matam as pessoas no mundo. Dois milhões de pessoas morrem todo ano vítimas da inatividade. De acordo com um estudo da OMS, entre 60% e 85% de pessoas não se exercitam o suficiente para que possibilitem um benefício à sua saúde. Por isso, é muito importante que os veículos de comunicação busquem sempre uma efetiva participação junto à população no sentido de orientar e alertar para esses cuidados preventivos.

Sempre mostrando que praticar esportes é um bem necessário, a televisão nunca deixou de enaltecer esse aspecto, mostrando parques em que são vistos cidadãos, principalmente anônimos, cuidando de sua saúde, correndo, jogando bola, nadando, andando de bicicleta, além de realizar entrevistas com desconhecidos ou, principalmente, com médicos, falando de por que praticar esportes e recomendando a prática destes. (HANSEN, 2004, p.27)

Não podemos deixar de levar em consideração o aspecto de cunho social que envolve essa questão. Com o desenvolvimento das cidades, alguns fatores conseqüentes acabam por inibir a prática de exercícios. O crescimento gera pobreza, violência, aumento da criminalidade, além de problemas como aumento do tráfego de veículos nas ruas e também uma pior qualidade do ar que respiramos. É papel do Estado investir em centros de recreação, quadras esportivas, praças e parques para que, assim, motive os cidadãos a se exercitarem com segurança e qualidade. A OMS (Organização Mundial de Saúde) alerta que estilos de vida sedentários dobram os riscos de obter diabetes, doenças cardiovasculares e obesidade, além de aumentar consideravelmente os riscos de ter pressão alta, osteoporose, câncer do cólon, ansiedade e depressão. Nos programas “Saúde para o coração”, “Os labirintos da depressão”, “Hipertensão arterial”, “Em busca do sono perdido” entre outros, o **Globo Repórter** procura esclarecer o público e dar-lhe alternativas para reagir a esses problemas e buscar evitá-los.

Apesar da mídia estar se preocupando cada vez mais em veicular programas que incentivem a prática de atividade física e de se criar hábitos para que se tenha uma qualidade de vida melhor, mostrando o caminho para se prevenir de doenças sérias, como é o caso do programa que estamos estudando, muitas pessoas não conseguem manter uma disciplina quando o assunto é se exercitar. Às vezes começam, mas depois de determinado período “relaxam” e acabam não experimentando os benefícios que uma prática continuada pode trazer para o dia a dia.

Em uma pesquisa realizada pela *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte* (Ano 5, número I, 2006) analisou-se os motivos e a quantidade de interrupções pelas pessoas

na faixa etária entre 40 e 60 anos. O estudo mostrou que os principais motivos de adesão são seqüencialmente: ordem médica; qualidade de vida; lazer e estética e, por fim, saúde e condicionamento físico. A preocupação com a imagem do corpo perante a sociedade influenciam bastante, apesar de a estética estar em terceiro lugar no ranking de motivos que levam à atividade física.

A crescente difusão de informações e imagens a respeito de saúde, corpo e todas as formas de movimento, resultam num aumento pela procura de atividade física, mas não garantem a real adesão continuada à mesma. Ou seja, as pessoas iniciam a prática estimuladas por motivos vários, mas seguidamente não conseguem incorporá-la efetivamente no seu cotidiano, deixando-a de lado seguidas vezes. Seria de grande importância para a manutenção e promoção da saúde que a prática de atividade física ocorresse de forma continuada, por todas os períodos da vida, sem este movimento de desistência semanas após o início de um programa de exercícios; esta continuidade seria de fundamental importância, sobretudo na vida adulta intermediária - por volta dos 40-60 anos - fase em que se iniciam muitos dos declínios fisiológicos, e na vida adulta tardia, após os 60 anos de idade, fase em que os declínios estão bem acentuados. (MACKENZIE, ANO I, 2005)

Segundo Drinkwater (1988, apud COUSINS, 1997), os indivíduos fisicamente ativos são como se possuíssem uma ou mais décadas a menos fisiologicamente do que os indivíduos sedentários da mesma idade. De acordo com Shephard (1997) a idade biológica pode ser reduzida de 10 a 20 anos no indivíduo fisicamente ativo em relação ao indivíduo sedentário, o que deixa clara a necessidade de adesão desta população a programas de atividade física. No aspecto psicossocial, pode-se obter um aumento da auto-estima, alívio do estresse, queda da depressão, aumento do bem-estar, redução do isolamento social, melhora da autoconfiança, auto-eficácia, redução dos riscos de ansiedade, melhora do autocontrole e melhora da auto-imagem (SHEPHARD, 1997; COUSINS, 1997; HOWLEY & FRANKS, 2000; WEINBERG & GOULD, 2001).

Apesar da grande quantidade de informações fornecidas pela mídia ao público, a desistência ainda é muito grande. Basta observar a alta rotatividade de alunos nas academias de ginástica. As pessoas iniciam a malhar, algumas influenciadas por problemas de saúde, outras pela estética, mas em pouco tempo perdem aquele ânimo inicial e acabam voltando à inatividade. Elas perdem a motivação e alegam não ter tempo hábil ou estar passando por

dificuldades financeiras, por exemplo. Seria de extrema importância para si mesmas que continuassem, pois a prática regular de atividade física pode proporcionar uma velhice independente em uma época em que a expectativa de vida está em crescimento e é muito bom, poder viver e “envelhecer” com qualidade. Além de possibilitar o surgimento de novos relacionamentos sociais, o que torna o exercício um momento agradável e prazeroso. Ao adquirir esse estágio de treinamento e satisfação, fica muito mais difícil desistir e o seu corpo vai pedir cada dia um pouquinho mais! O prazer em se movimentar tem indiscutível influência para a manutenção desta e a soma de benefícios advindos desta prática faz com que a atividade física seja cada vez mais procurada e vista de forma menos “repugnante” pela sociedade. É óbvio que programas como o **Globo Repórter** podem ajudar muito nessa tomada de consciência, mas é importantíssimo que os pais incentivem seus filhos desde pequenos a praticarem algum tipo de esporte. O incentivo deve vir cedo para que na vida adulta essa decisão venha naturalmente e sem maiores dificuldades. A espontaneidade faz com que as atitudes sejam definitivas e o risco de desistência tenda a zero.

A prática de atividade física regular já faz parte da história da humanidade. Na civilização ocidental, podemos ter registros mais sólidos a partir da Segunda Guerra mundial (1938-1945), com a massificação da atividade física. Ao longo dos anos seguintes foram se aprimorando as pesquisas na área de saúde em todo mundo, ocorreram avanços na medicina, as sociedades progrediram aumentando assim a expectativa de vida geral da população. Segundo Lenzion, Nantes, Cieslak e Acordi (2002), a preocupação pela temática do envelhecimento só surgiu efetivamente no Brasil a partir de 1990. Neste período, em razão do próprio envelhecimento da população, e da intervenção de acadêmicos e profissionais da área de saúde, educação e mesmo de direitos humanos, foi se alterando o modo de encarar a vida humana, as idades, e os próprios conceitos de velhice e terceira idade, que avançaram no tempo. Portanto, o conceito sobre a necessidade da prática de atividade física continua em mutação, também, devido às mudanças da expectativa de vida populacional, do aumento do sedentarismo, do pouco conhecimento sobre prevenção de doenças crônico-degenerativas e da baixa qualidade de vida. Hoje em dia, podemos constatar que a prática regular de atividade física funciona e muitas vezes é encarada “(...) como mecanismo de prevenção, a atividade física tem papel fundamental, podendo desacelerar as alterações fisiológicas do envelhecimento e das doenças crônico-degenerativas” (FEDERIGUI, 1995, apud MOREIRA, 2001, p.13)

4.4 COMO A MÍDIA AJUDOU NO AUMENTO DA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DE DOENÇAS

Há trinta, quarenta, cinquenta anos, as pessoas não tinham o mínimo de informação a respeito de como deveriam agir para que tivessem saúde. Acredito que esse assunto também não era tão levado a sério ou que se dedicasse a ele tamanha preocupação como nos dias atuais. Hoje, basta ligar a televisão, ouvir um pouco de rádio, ler um jornal que, com certeza, em algum momento e pode estar certo, rapidamente, você irá se deparar com alguma informação sobre saúde ou bem-estar de uma forma geral.

Práticas que eram vistas como charme algumas décadas atrás, como é o caso do cigarro, por exemplo, hoje são quase que encaradas de forma preconceituosa e excludente. Os lugares públicos, principalmente os bares e restaurantes, já fazem essa divisão: área de não fumantes (os certos) e área de fumantes (os excluídos, praticamente marginalizados). Podemos afirmar, certamente, que esta mudança de atitude é o resultado de um significativo crescimento no fluxo de informações sobre a composição e os efetivos males do cigarro, do casamento perfeito entre a ciência e a comunicação em benefício da sociedade.

O cigarro, que foi charme dos anos quarenta até o início dos 70 no século passado, passou a ser o vilão incondicional da saúde. Provando a teoria científica de que o cigarro pode, realmente, levar o indivíduo ao câncer e a outras doenças sérias, a mídia colocou-se contra o produto em todos os lugares do mundo e aqui no Brasil a importância dada foi tão grande que o tabaco passou a ser compreendido por todos como um mal a ser combatido intensamente. (HANSEN, 2004, p.27)

Um outro marco da comunicação relacionado ao avanço da prevenção e também do tratamento de doenças é o que diz respeito à Aids, considerada por muitos como o “mal do século XX”. Segundo revistas científicas que tratam do assunto, a Aids já existe há quase 100 anos, mas somente na década de 80, no século passado, é que milhares de pessoas tomaram conhecimento da sua existência. Alguns cientistas acreditam que o início do problema tenha

sido entre 1920 e 1950 na África. Segundo os cientistas, foi nesse período que o HIV passou de macacos para humanos. O HIV pode ter sido transmitido através do consumo da carne do animal – que não contrai a doença – e ainda por relações sexuais com eles ou por ritos de casamento em que o macaco era sacrificado, e os noivos banhados no sangue desses animais, para trazer sorte e felicidade.

Tão logo ela foi descoberta, atribuíam-se aos homossexuais e à prática da prostituição a exclusividade de possuí-la. Com o crescimento de casos nos Estados Unidos, os meios de comunicação, que antes chamavam a doença de peste *gay*, começaram a denominá-la corretamente de Aids.

Curiosidades satisfeitas, o fato é que, com as notícias que vinham chegando de diversos locais do mundo, iniciou-se uma campanha generalizada pela prevenção e conscientização. Os meios de comunicação tiveram indispensável papel nessa luta.

É mérito de todos os meios de comunicação o resultado do controle da doença no Brasil. Com a ajuda de jornais, revistas, rádios, televisão, cinema e todos os meios de informação, incluindo aí panfletos, folders, divulgações escritas e orais, e com o apoio da população, a conscientização da gravidade do caso, a ajuda de ONGs e pessoas envolvidas na prevenção e dedicação aos doentes, o que seria, talvez, a maior catástrofe em saúde no Brasil acabou servindo de modelo para outros países. (HANSEN, 2004, p.29)

O que era visto no início como algo de uma pequena parcela da população passou a ser tratado como de suma importância, para que não atingisse a maioria dos cidadãos.

Pode-se perfeitamente colocar o Brasil no primeiro lugar no combate à Aids, pois, se os meios de comunicação não tivessem agido da maneira que agiram e o governo tivesse sido menos rígido nesse controle, por certo o Brasil, com a população que tem, estaria perto da África em termos de pessoas contaminadas. Se a previsão alarmista inicial não se confirmou, foi, sem dúvida, em razão do posicionamento que as autoridades da saúde, por suas atitudes coerentes e não preconceituosas, tiveram juntamente com a sociedade e com as pessoas que lutaram para que a doença não se alastrasse. (HANSEN, 2004, p. 35)

Para que seja realizada com eficiência a prevenção de doenças por intermédio da mídia é necessário que esta seja imparcial, livre de preconceitos e dirigida aos mais variados públicos, das diferentes origens étnicas e classes sociais. Um ponto que também merece

destaque é o intenso apelo dos meios de comunicação para o uso do preservativo nas relações sexuais, seja com parceiros fixos ou não. Mas em se tratando do uso dos anticoncepcionais ainda existe uma enorme lacuna entre a informação e o que as mulheres realmente sabem do funcionamento e eficácia desse produto.

Por atrair a atenção das pessoas, “instrumentos” como a TV e o rádio deveriam dar um maior enfoque a este assunto, pois muitas das mulheres acham que se tomarem pílulas não estarão correndo o risco de pegar doenças sexualmente transmissíveis como o HPV e a Aids. Algumas não sabem o tempo seguro entre o esquecimento de um comprimido e a possibilidade de tomar o seguinte sem que ocorra risco de engravidar.

Na maioria das vezes, uma matéria veiculada em um programa de TV surte muito mais efeito na consciência de um indivíduo sobre os cuidados que ele deve ter com sua saúde do que a orientação de um profissional de saúde em si. A televisão torna a linguagem mais simples e faz com que o que esteja sendo dito pareça bem próximo da realidade das pessoas. Faz com que casos de pessoas reais e as experiências por elas vividas sejam dignas de crença por transparecerem uma sinceridade ligada ao cotidiano de cada um de nós. A possibilidade de poder repetir a mesma mensagem várias vezes, durante vários dias e diferentes horários, faz com que a informação seja adquirida mesmo involuntariamente. Não é novidade dizer que a repetição funciona como uma arma quando o intuito é reforçar a mensagem transmitida. A TV e os meios de comunicação de massa de um modo geral têm esse poder, o de atingir diferentes pessoas em diferentes lugares. Basta focar na distribuição de informações de qualidade e por que não, de qualidade de vida, que teremos toda uma humanidade mais saudável e vivendo melhor.

4.5 O OLHAR DOS PROFISSIONAIS DE SAÚDE

Como foi visto no decorrer deste trabalho, a importância da mídia como peça-chave para a manutenção de uma vida saudável é indiscutível. Em se tratando da televisão, podemos considerar o programa **Globo Repórter** da **TV Globo** como um importante suporte para a aquisição de hábitos devidos por parte de toda uma sociedade, que de uma maneira geral é carente de informação e, inclusive, de informações sobre saúde. “Especificamente no caso do programa **Globo Repórter**, para nós é uma dádiva quando ele se propõe a tratar algum tema relacionado à saúde, porque realmente ele vai chegar ao público leigo com uma linguagem mais simples, o que proporcionará um ótimo entendimento. Nós costumamos também falar o seguinte: na segunda-feira seguinte ao programa, notamos um maior questionamento dos pacientes sobre certos assuntos relacionados à própria saúde, possibilitando, assim, um esclarecimento mais amplo e eficaz. Além disso, passamos a receber muito cliente decorrente deste tipo de abordagem trazida pelo programa. Ele praticamente populariza as doenças, e isso para nós é muito importante”, afirma a endocrinologista Ana Chartuni. Ainda assim, as pessoas não buscam a prevenção das doenças da forma como deveriam, as pessoas tendem a procurar atendimento médico após a constatação de algum sintoma real. “Por exemplo, hoje se fala muito do sedentarismo. Apesar de se falar tanto na mídia sobre esse assunto, nós sabemos que temos perto de 70% de sedentários em nosso país. Então isto precisa ser realmente modificado, realizando uma mudança no estilo de vida. Aquirir uma dieta mais saudável e uma prática regular de atividade física são as armas que nós contamos para prevenir doenças graves com diabetes, hipertensão e a obesidade que é uma epidemia mundial. Esses são assuntos que sempre aparecem no

programa **Globo Repórter** e é de grande ajuda para nós, profissionais da saúde”, diz Ana Chartuni.

Em seus mais variados programas, podemos identificar uma linguagem clara e de fácil compreensão para o público leigo. Em toda exibição, são utilizados vários números de personagens, pessoas “comuns” mostrando suas experiências cada qual sobre os diferentes temas abordados nas semanas. Isso torna mais fácil a identificação do telespectador com o que está sendo dito. Não é nenhum mito de TV, nenhuma estrela global relatando suas histórias de vida, mas sim, pessoas normais em seu dia a dia. Torna o conteúdo mais credível e de rápida compreensão.

De acordo com o gastroenterologista Tarcisio de Almeida Costa: “A conscientização dos pacientes para a busca da prevenção ainda é rara, difícil. As pessoas tendem a me procurar, geralmente quando transborda seu estado de saúde. Percebo que muitas pessoas mudam seu modo de vida devido à informação que é passada através de programas televisivos como **Globo Repórter**. Isso acontece porque os meios de comunicação são a forma de atingir a população de uma forma mais maciça e acaba tendo um percentual de positividade muito grande”.

Apesar de ainda faltar muito trabalho para que a população se conscientize e procure se prevenir das doenças ao invés de tratar depois que elas aparecem, a mudança de hábito por intermédio dos veículos de comunicação já é ponto notável pelos profissionais da saúde. “Conheço pessoas que já mudaram seus hábitos diários influenciados pela mídia. No posto de saúde a gente vê isso muito. Eu tinha um programa semanal numa rádio local e notava muita gente com mudança de hábitos através dessa orientação que a gente fazia pela rádio e a gente nota muito que as TVs ajudam muito e deveriam realmente entrar neste nicho que é o esclarecimento de nossa população, que é na verdade, muito carente, que tem ainda muito pouco acesso à educação. Nem todo mundo pode comprar revista, agora, a televisão

entra em todo lugar. Como já disse, são armas poderosíssimas para a promoção da saúde da nossa população. A mídia deveria ser mais utilizada para a promoção da saúde, da educação, da importância da limpeza urbana, da reciclagem, do reaproveitamento da natureza. A mídia deveria estar mais presente nesta questão do lixo (prevenção de doenças), de uma alimentação mais saudável, porque são as armas que mais entram dentro das nossas casas, são os meios de comunicação que poderão auxiliar muito o profissional de saúde” diz a endocrinologista Ana Chartuni. A opinião de Tarcisio de Almeida Costa não é diferente: “Hoje, comunicação é a bola-mestra de qualquer tratamento médico ou relação médico-paciente. Tenho presenciado no serviço público, dentro de meu consultório, a importância deste relacionamento: a comunicação que o médico tem com o seu paciente. Os meios de comunicação são importantes no sentido de despertar as pessoas, no sentido de influenciá-las a mudar os hábitos de vida. É crucial sua participação perante a sociedade. Os profissionais da saúde (médicos, nutricionistas, fisioterapeutas) têm sua atividade na área da saúde de forma multidisciplinar junto aos meios de comunicação.”

Tarcisio Costa, tomando como base todos os cuidados que se deve ter com a saúde para que se obtenha uma boa qualidade de vida e pensando na falta de preocupação das pessoas com a prevenção de doenças formulou alguns itens básicos de uma vida saudável. Esse pequeno esquema de “como viver melhor” é entregue a cada um de seus pacientes quando é prestado o atendimento.

SUGESTÕES PARA MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA

1 – Praticar atividade física (caminhada, ginástica, hidroginástica, esteira, bicicleta ergométrica, natação) etc.

2 – Ingerir líquidos, entre 1,5 a 2,0 litros ao dia.

3 – Evitar o uso de cigarro; sabemos que o mesmo pode causar doenças relacionadas ao coração, pulmão, circulação e vários tipos de câncer.

4 – Evitar o uso de bebidas alcoólicas; o álcool pode causar doenças relacionadas ao fígado, pâncreas, coração, nervos, cérebro etc.

5 – Exercer atividades de lazer (práticas esportivas, música, cinema, leitura, viagens) etc.

6 – Convivência harmônica no trabalho e no lar sempre através de um bom diálogo.

7 – Não ao “Stress”, evitar sempre que possível situações e/ou relacionamentos que poderão gerar ansiedade e/ou depressão; isto é muito prejudicial à saúde.

8 – Moderar a ingestão de alimentos gordurosos, frituras, doces e massas.

OBSERVAÇÃO: Buscar obstinadamente a melhora na sua qualidade de vida, pois isto é imprescindível para o bem-estar físico e mental.

“Ler – Refletir – Executar”

Dr. Tarcisio de Almeida Costa.

Segundo o fisioterapeuta Ricardo Fonseca, muitas pessoas “se acham” no programa **Globo Repórter** e falam: “é isso que estava faltando para mim”. Mas é preciso ter cautela para seguir as orientações indicadas na TV. Ele alerta para a necessidade de se procurar orientação de especialistas sempre que decidir aderir a alguma prática sugerida na televisão ou em qualquer outro veículo de comunicação. “É preciso saber se aquela atividade é ideal para ela ou não”, diz. E complementa: “de médico e louco todo mundo tem um pouco”.

Segundo ele, a mídia é muito forte e acaba gerando tendências como ioga, power ioga, RPG, pilates, ou seja, uma coisa vai incrementando a outra e isso é muito benéfico para

as pessoas. Segundo ele, se o corpo fica parado ele sofre um desgaste até mesmo devido ao desuso. Toda atividade física é bem vinda, mesmo que não seja de ótima qualidade. O importante é sempre se mexer, estar em movimento. Ricardo Fonseca faz uma comparação com o carro: “se você deixar ele parado por seis meses, por exemplo, quando você ligar, ele não vai funcionar”.

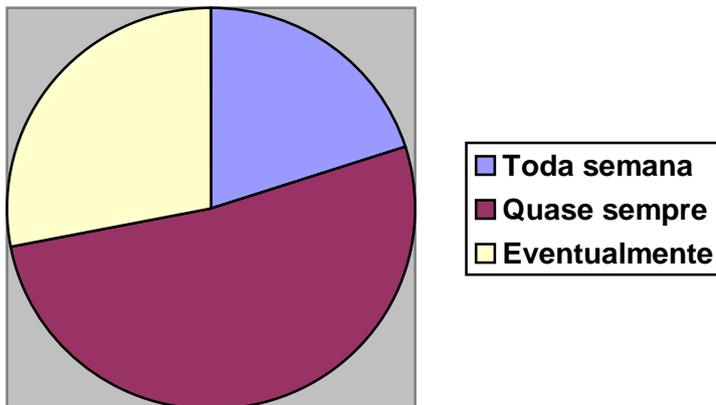
Ele diz conhecer pacientes que já vieram procurá-lo por assistir programa em televisão. “Teve uma situação em que eu apareci em um programa de TV falando sobre práticas que podem melhorar os problemas de coluna. Algum tempo depois recebi um paciente que disse ter me assistido e que queria ‘testar’, ver se era aquilo mesmo que eu estava falando e até hoje ele faz sessões de fisioterapia comigo”.

4.6 PESQUISA DE OPINIÃO

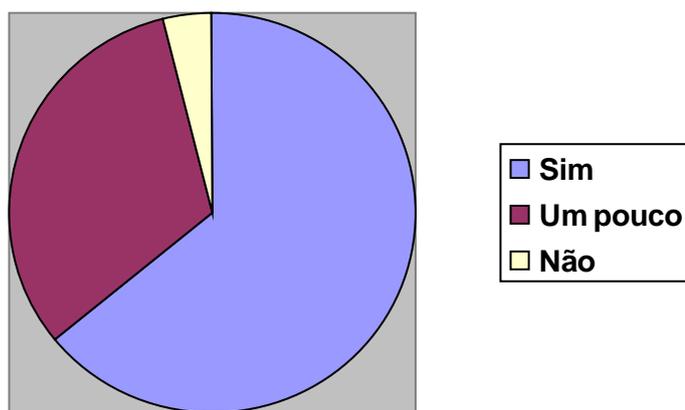
Com o objetivo de mostrar um pouco a opinião das pessoas sobre este assunto, procuramos elaborar uma pesquisa de opinião de forma não científica, mas apenas com o intuito de demonstrar a influência que a mídia pode exercer para a melhoria da saúde pública. Foram entrevistadas cinquenta pessoas, com idade acima de dezoito anos, homens e mulheres. O questionário foi composto por cinco perguntas objetivas. A análise do resultado foi realizada em uma pesquisa de origem quantitativa, pois trabalhamos apenas com percentuais brutos e não com experiências individuais de cada uma dessas pessoas. A princípio mostraremos o percentual obtido em cunho geral, sem diferenciação de faixa etária. Logo em seguida, os gráficos estarão diferenciados em relação à idade dos entrevistados e as repostas que deram a cada uma das perguntas. A pesquisa foi elaborada especificamente para saber qual a influência que os veículos de comunicação, em especial, o programa **Globo Repórter**,

exibido pela **Rede Globo de Televisão** pode exercer sobre a população, para que essa busque uma melhor qualidade de vida.

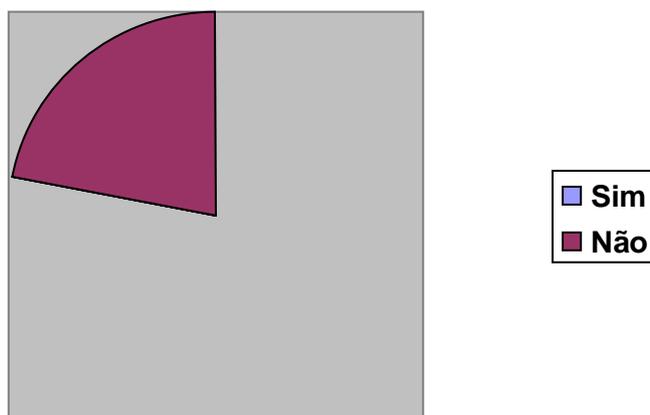
Na primeira pergunta questionamos qual é a frequência com que a pessoa assiste ao programa. Vinte por cento (20%) disseram assistir toda semana, cinquenta e dois por cento (52%), quase sempre e vinte e oito por cento (28%) disseram assistir apenas eventualmente.



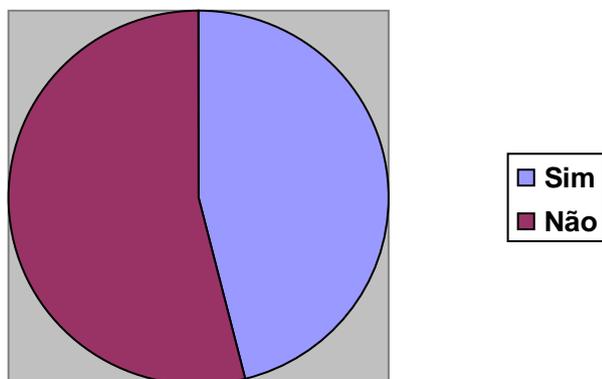
Quando perguntamos se os programas que incluem temas relacionados à saúde influenciam, de alguma maneira, o dia a dia dessas pessoas no sentido de fazer com que busquem uma alimentação mais saudável ou pratiquem exercícios regularmente por exemplo, sessenta e quatro por cento (64%) disseram que sim, trinta e dois por cento (32%) um pouco e quatro por cento (4%) falaram que não.



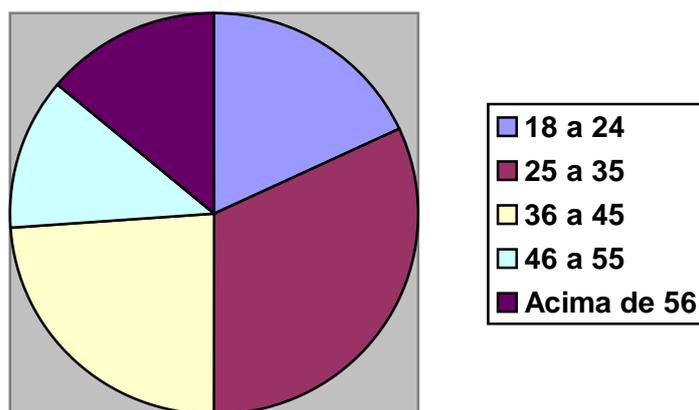
Ao perguntar se já mudaram algum hábito com a intenção de obter uma vida mais saudável, por influência de programas como o **Globo Repórter**, setenta e oito por cento (78%) disseram que sim e vinte dois por cento (22%) que não.



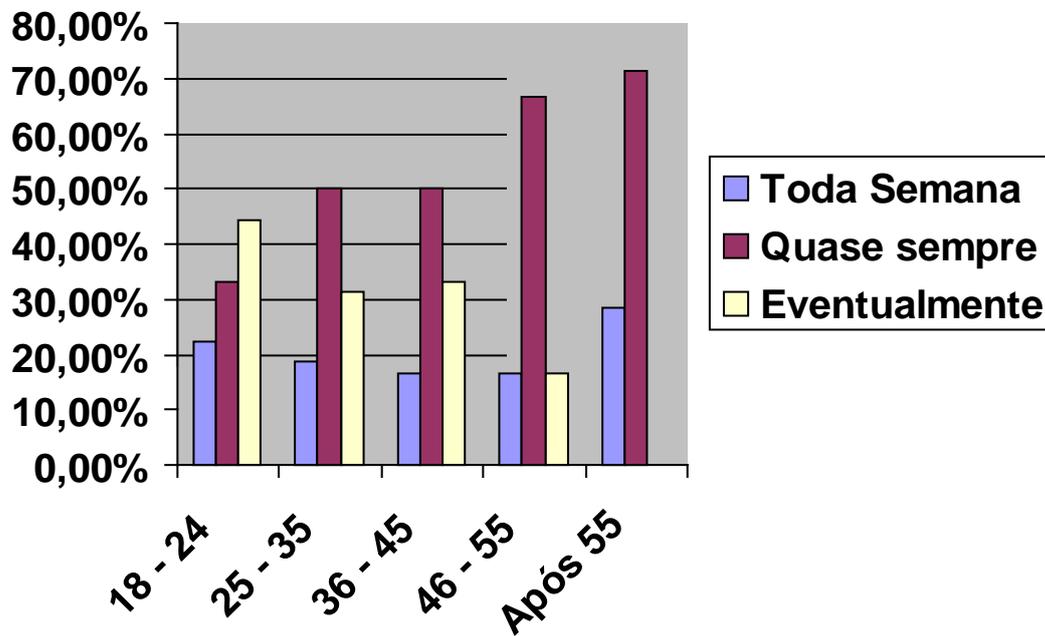
Em relação à prática regular de atividade física, quarenta e seis por cento (46%) disseram que praticam e cinquenta e quatro por cento (54%) que não.



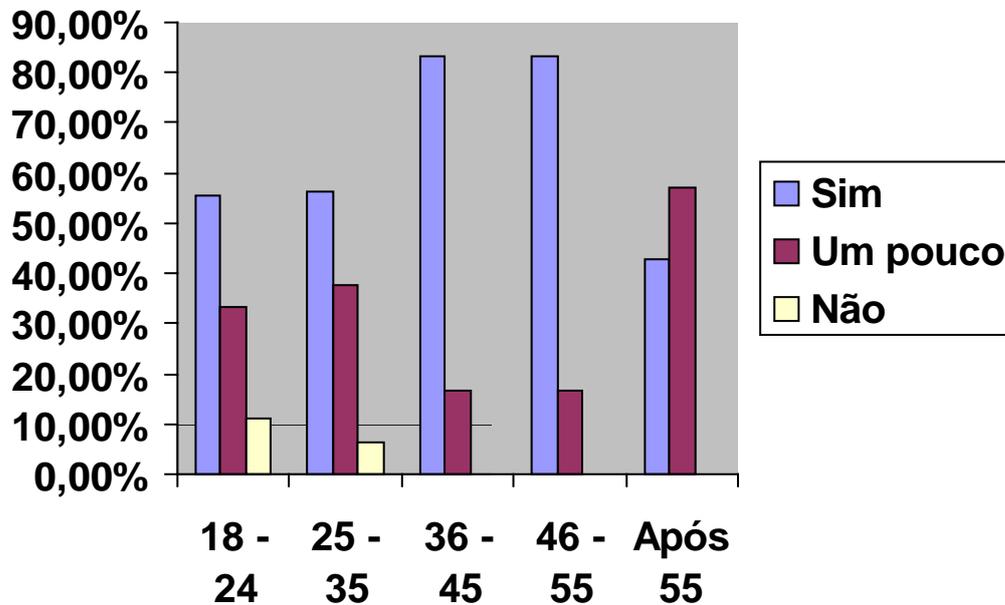
Em se tratando da faixa etária das pessoas entrevistadas, dezoito por cento (18%) tinham entre dezoito e vinte e quatro anos, trinta e dois por cento (32%) entre vinte e cinco e trinta e cinco anos, vinte e quatro por cento (24%) entre trinta e seis e quarenta e cinco anos, doze por cento (12%) entre quarenta e seis e cinquenta e cinco anos e quatorze por cento (14%) tinham idade acima de cinquenta e seis anos.



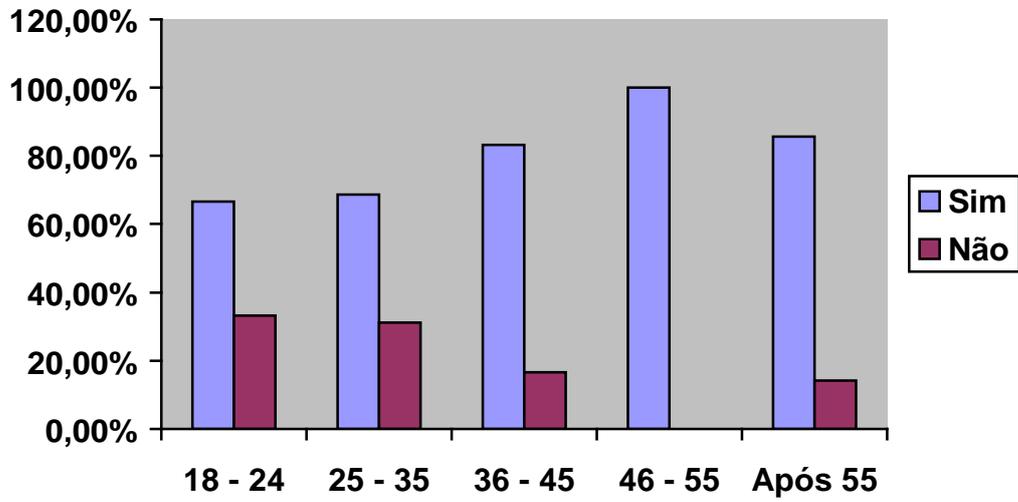
Idade/ frequência com que assistem ao programa



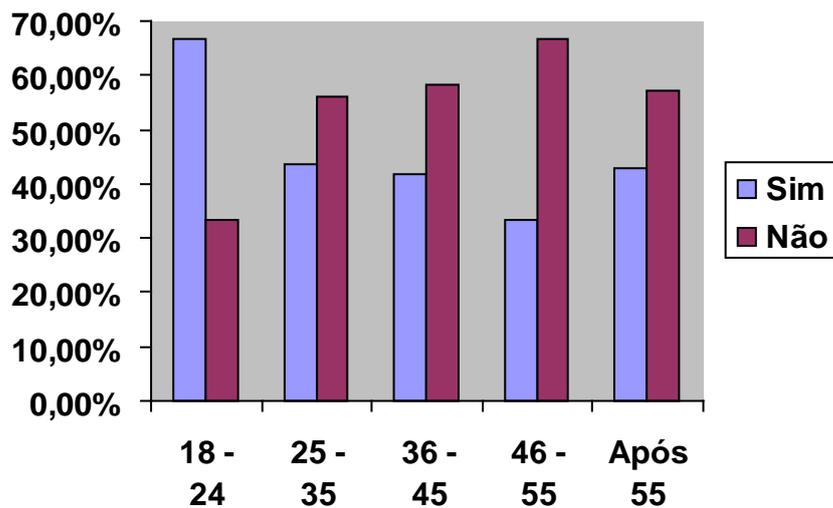
Idade / influência no dia a dia



Idade / mudança de hábitos



Idade / prática de atividade física



5 AMPLIAÇÃO DO CONHECIMENTO INDIVIDUAL A RESPEITO DA SAÚDE E CONSEQUENTES MUDANÇAS COMPORTAMENTAIS

Como vimos anteriormente, a comunicação interpessoal é o princípio das relações sociais. É neste período que as trocas de informações ocorrem da forma mais direta e espontânea. Ousadamente, podemos até dizer que essa interpessoalidade é um dos objetivos mais almejados pelos veículos de comunicação modernos.

Não podemos deixar de levar em consideração a troca de mensagem “face a face”. É a partir daí também que se torna possível identificar o papel e a importância do líder de opinião. Esse termo surgiu a partir de uma pesquisa realizada pelos teóricos Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, que desenvolveram *a teoria dos níveis de comunicação*. Ela se tornou uma peça fundamental a ser trabalhada pois tem o poder de influenciar outras pessoas. Levando em conta que cada indivíduo participa de muitos grupos, como sua vizinhança, amigos, escola, política e religião, e são por eles influenciado, esses pesquisadores perceberam que as relações interpessoais atuam como excelentes canais de informação e como fontes de pressão para que o indivíduo siga o modo de pensar e atuar do grupo.

Identificaram, nesses círculos, a figura do líder de opinião e desenvolveram uma tipologia das lideranças, segundo suas características e as áreas em que sua influência se manifesta sobre as decisões individuais. De forma geral, os líderes são aqueles reconhecidos pelos demais membros como competentes e dignos de confiança. Por terem mais alto nível de escolaridade e acesso a mais fontes de informação, essas lideranças desempenham um papel importante na circulação social da informação. O líder, esse novo elemento-chave, deveria ser priorizado pelos núcleos emissores, e suas estratégias deveriam considerar o campo de experiência e as características desses agrupamentos. (CARDOSO, 2002, p. 26)

Além da comunicação interpessoal ou grupal e da figura clássica do líder de opinião em si mesmos, não podemos deixar de levar em consideração a expressa participação que a televisão tem para pautar os assuntos discutidos nesses grupos no dia a dia. Muitas das

coisas que conversamos com estranhos são temas que estão na TV, seja uma novela, um programa de entretenimento, uma matéria do telejornal, seja lá o que for, o que não falta é assunto quando pegamos a televisão como referência.

O fato de conversarmos com pessoas que mal conhecemos ou nunca vimos na vida não é muito antigo em nossa existência. Dizem que a conversa surgiu entre os séculos XVII e XVIII. Quando as pessoas viviam em grupos ou aldeias, todos conheciam uns aos outros desde pequenos e só viam algum desconhecido se apresentado por amigos ou parentes. Hoje, é fácil conversar com qualquer pessoa e sobre qualquer assunto. Na fila do banco, no ponto de ônibus, no consultório médico e por aí vai, qualquer lugar é lugar.

A invenção da conversa é disputada pelos italianos, franceses e ingleses. É considerada uma arte por todos, talvez pelo fato de ajudar a passar o tempo de forma agradável e até mesmo de conquistar novos relacionamentos.

[...] a TV dá à sociedade uma pauta, uma agenda de conversa. [...] Dica: por que não ver a TV, pensando nos assuntos que ela dá para a prosa nossa de cada dia? Há revistas – algumas das chamadas “masculinas” – dedicam seções inteiras a indicar assuntos que impressionem as mulheres. O interessante é descobrir quais assuntos pegam, e quais não. Isso, porém, é assunto para outra vez. (JUNIOR, 2005, p.39)

Os assuntos relacionados à saúde são temas que também estão sempre “na boca do povo”. O importante é ao menos fazer com que as pessoas conversem sobre o que é ser saudável. Na maioria das vezes o que alguém próximo de nós nos diz tem um resultado muito mais eficaz do que a palavra dos próprios profissionais de saúde. Tendemos a ouvir com maior atenção as “pessoas reais”, principalmente quando elas nos transmitem experiências de vida que deram certo ou não. Para que haja cada vez mais a disseminação do tema saúde entre a população, é preciso que a TV insira em sua programação uma maior quantidade de assuntos voltados para este foco, o que ainda está deixando a desejar no momento.

[...] é sabido que as emissoras de televisão têm realizado enquetes que mostram que a maioria dos telespectadores gosta de assistir a temas sobre saúde e que metade deles acha que a cobertura realizada pelas emissoras nessa área deixa a desejar. (HANSEN, 2004, p. 66)

As pessoas chegam à idade adulta tendo ainda pouco conhecimento das precauções que devem adotar em suas vidas diárias para obterem uma boa qualidade de vida. As informações relativas à saúde deveriam começar a serem transmitidas ainda na escola básica. Assim, as crianças cresceriam conscientes de quais atitudes tomar para viver melhor, tornando-se adultos bem informados e aptos para seguirem um modelo ideal de saúde pública. A educação formal, essa que é dada nas escolas, é bastante importante no sentido de fornecer o conhecimento sobre o corpo humano, sua anatomia e fisiologia e também sobre as doenças e a prevenção de cada uma delas. Mas o apoio da educação informal, aquela do cotidiano e dos meios de comunicação é de importância indiscutível, pois grande parte das informações que recebemos sobre saúde vêm de revistas, jornais, rádio, TV e internet.

Essa informação é fundamental, pois torna possível a assim chamada “decisão bem informada”, ou “consentimento bem informado”, tais como saber quando procurar um profissional de saúde, quando vacinar os filhos, seguir hábitos saudáveis e abandonar hábitos deletérios para a saúde (como fumar), concordar com um tratamento médico prescrito, obedecer rigorosamente a uma receita médica etc. (HANSEN, 2004, p. 68)

Infelizmente, o conhecimento da sociedade sobre questões relacionadas à saúde é muito baixo. Basta analisar o grau de ignorância de algumas pessoas no que diz respeito ao funcionamento do corpo humano, os preconceitos e mitos cultivados por pessoas que chegam a ter até o nível superior de ensino. Isso se deve, principalmente, ao pouco acesso que a maioria do público tem a informações inerentes à saúde. Com a chegada da Internet, este cenário está começando a mudar. Isto porque a gama de informações que podem ser oferecidas nesse meio, inclusive a interatividade entre o usuário e as mensagens que estão sendo transmitidas, favorece o esclarecimento de muitas dúvidas, que antes ficavam guardadas.

A Internet chegou para revolucionar profundamente esse quadro. Primeiro porque a informação disponível é simplesmente gigantesca. Existem mais de 25 mil *sites* médicos e de saúde no mundo, o que equivale a uma biblioteca de 400 ou 500 mil páginas. Segundo porque achar informação sobre qualquer coisa na Internet é muito fácil e rápido, graças aos catálogos *on-line* e aos famosos “mecanismos de busca”, que permitem localizar documentos relevantes em questão de segundos, apenas digitando-se algumas palavras que descrevam o problema até de forma coloquial, permitindo que todos possam entender a linguagem utilizada.

6 CONCLUSÃO

Não é de hoje que a preocupação com a saúde e com a busca de uma qualidade de vida melhor vem sendo alvo de uma série de estudos, na tentativa de desvendar os mistérios da longevidade. Cada vez mais, médicos, especialistas, procuram descobrir o roteiro ideal de se viver melhor. Com o avanço dos meios de comunicação nas últimas décadas, a medicina passou a ter um forte aliado na busca pela prevenção de doenças. Sabemos que a dedicação em exibir temas relacionados à saúde ainda tem muito que melhorar. Se analisarmos a programação de uma emissora aberta, veremos que os conteúdos relacionados ao bem estar físico e mental do público ainda correspondem a uma pequena parcela.

Apesar dessa carência, já existem programas que direcionam boa parte de seu conteúdo a assuntos direcionados à saúde pública. O programa **Globo Repórter**, que estudamos neste trabalho, procura exibir com frequência temas desta espécie. Aspectos como sedentarismo e o modo de combatê-lo, obesidade, prevenção de doenças, homossexualidade, aborto, gravidez na adolescência, entre outros, ganham espaço nos programas de TV que têm como objetivo orientar e direcionar seu público a práticas sociais devidas. Como pudemos ver, o programa **Globo Repórter**, procura em seus episódios relacionados à saúde, abordar os diferentes temas relacionados à qualidade de vida, fornecendo ao telespectador uma visão ampla sobre o assunto e sugerindo atitudes diárias favoráveis ao bem estar físico e mental. O interessante é que todos os episódios do programa ficam disponíveis na Internet pelo site www.globo.com/globoreporter. Além disso, esses episódios já vêm em DVDs (**Globo Repórter – Saúde e Qualidade de Vida**), disponíveis em todas as bancas de jornal do país. Ou seja, o lançamento de informações sobre saúde é realizado através de diferentes mídias, o que facilita o contato com o público.

Vale lembrar que a televisão esteve presente em vários momentos quando o objetivo do Estado era orientar a população sobre como se prevenir de certas moléstias. Como vimos neste trabalho, as campanhas realizadas pelos meios de comunicação para a prevenção da Aids foram determinantes para que se evitasse o alastramento da contaminação que estava iminente. O incentivo ao uso de preservativos e o combate ao fumo são exemplos mostrados por nós e que foram constantemente trabalhados pela mídia a fim de que a sociedade buscase manter hábitos de vida mais saudáveis.

A participação da mídia na luta direcionada à orientação e influência da população é de extrema importância. Como pudemos ver na pesquisa de opinião no tópico 4.6 deste trabalho, a grande maioria das pessoas assumem que são influenciadas pelo que assistem na TV, mesmo que ainda não tenham adquirido práticas de vida mais saudáveis como o exercício da atividade física, por exemplo. No mesmo tempo que essas matérias influenciam efetivamente seus telespectadores, o livre arbítrio é que toma a decisão definitiva de aderir ou não ao que está sendo mostrado.

De qualquer forma é preciso que os meios de comunicação intensifiquem sua participação perante a sociedade no que tange à saúde, que aumentem a porcentagem de sua programação com assuntos a ela relacionados para que a conscientização de toda uma sociedade se dê de forma intensa e eficaz.

7 REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo editorial, 1997.

CARDOSO, Janine Miranda. Comunicação e Saúde: notas sobre a trajetória histórica e tendências atuais. **Revista Saúde em foco**. n. 22, p. 17-33, jul. 2002.

COUSINS, Sandra O'brien. **Exercise, aging, & health: Overcoming barriers to an active old age**. Philadelphia: Brunner, 1997.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **A vida com a TV**. São Paulo: SENAC, 2002.

HANSEN, J. H. **Como entender a saúde na comunicação?** São Paulo: Paulus, 2004.

HOWLEY, Edward & FRANKS, . B. Don. **Manual do instrutor de condicionamento físico para saúde**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2000.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: SENAC, 2005.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MOREIRA, Carlos Alberto. **Atividade física na maturidade**. Rio de Janeiro: Shape, 2001.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte (Ano 5, número I, 2006)

WEINBERG, Robert S.; GOULD, Daniel. **Fundamentos da psicologia do esporte e do exercício**. 2 ed. Porto alegre: Artmed,2001

8 APÊNDICE

PESQUISA DE OPINIÃO – Qual a influência que os veículos de comunicação, em especial, o programa **Globo Repórter**, exibido pela Rede Globo de Televisão pode exercer sobre a população, para que essa busque uma melhor qualidade de vida.

1 – Com qual frequência você assiste ao programa **Globo Repórter** da TV Globo?

Toda semana Quase sempre Eventualmente

2 – Os programas que incluem temas relacionados à saúde, influenciam, de alguma maneira o seu dia-a-dia (busca de uma alimentação mais saudável, prática de atividade física, por exemplo)?

Sim Um pouco Não

3 – Você já mudou algum hábito com a intenção de obter uma vida mais saudável, por influência de programas como o **Globo Repórter**?

Sim Não

4 – Você pratica algum tipo de atividade física regularmente?

Sim Não

5 – Qual a sua faixa etária?

18 a 24 anos

25 a 35 anos

36 a 45 anos

46 a 55 anos

Acima de 56 anos