

**UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO**

**VINICIUS DAL'LAQUA DOS SANTOS**

**RÁDIO: UM ALIADO DO CIDADÃO BRASILEIRO NA  
PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES E COMBATE DOS  
MALES À SAÚDE**

BAURU  
2010

VINICIUS DAL'LAQUA DOS SANTOS

**RÁDIO: UM ALIADO DO CIDADÃO BRASILEIRO NA  
PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES E COMBATE DOS  
MALES À SAÚDE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de Comunicação Social, bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof. Dr. Angela Maria Grossi de Carvalho.

BAURU  
2010

Santos, Vinicius Dal'laqua Dos

S2378r

Rádio: um aliado do cidadão brasileiro na propagação de informações e combate dos males à saúde / Vinicius Dal'laqua dos Santos -- 2010.  
50f.

Orientadora: Prof. Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação social – habilitação em Jornalismo) - Universidade Sagrado Coração - Bauru - SP.

1. Jornalismo em saúde. 2. Radiojornalismo. 3. Mulher. I. Carvalho, Ângela Maria Grossi de. II. Título.

## VINICIUS DAL'LAQUA DOS SANTOS

### **RÁDIO: UM ALIADO DO CIDADÃO BRASILEIRO NA PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÕES E COMBATE DOS MALES À SAÚDE.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, sob orientação da Prof. Dr. Angela Maria Grossi de Carvalho.

#### **Banca Examinadora:**

---

Prof. Esp. Vitor Pachioni Brumatti  
Universidade Sagrado Coração

---

Prof. Dra.. Roseane Andrelo  
Universidade Sagrado Coração

---

Prof. Dra. Angela Maria Grossi de Carvalho (orientadora)  
Universidade Sagrado Coração

Bauru, 7 de dezembro de 2010.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus. Foi graças as suas bênçãos e seu “olhar” misericordioso e de ternura que pude concretizar este projeto e finalizar o curso de Comunicação Social, bacharel em Jornalismo.

Em um segundo momento, gostaria de externar meus sinceros e reais agradecimentos a minha família. Aos meus pais, Vanderlei e Roseli, que empreenderam esforços financiando e, carinhosamente, me encorajando nesses quatro anos de estudos nesta Universidade. Agradeço da mesma forma aos meus irmãos, Daniel e Rafael, pelas palavras amigas e sinceras proferidas para realização deste meu grande sonho (finalização da graduação).

De uma maneira especial agradeço a uma grande amiga e orientadora desse trabalho, Angela Maria Grossi de Carvalho, assim como, todos os professores da Universidade Sagrado Coração com quem convivi nos últimos quatro anos.

Em última etapa, agradeço imensamente aos companheiros de Universidade que colaboraram de forma substancial para que este projeto fosse viabilizado. Agradeço aos colegas: Daniel, Márcio, Angelo, Marcos, José Augusto, Luiz Otávio, Ernesto, Ivan, Cinthia, Lirian, Aline, Fabiele, Greice, Tainá, Djenane, Andréia, Daniela, Fernanda, Vanessa, Maria Eugênia, Mayra, Marcele, Liana, Laís, Isis, Flávia Lima, Flávia Lagatta.

Dedico este trabalho a minha família que acreditou desde o início na concretização desse sonho, aos amigos que fiz dentro da Universidade e a todas as pessoas com quem tive a oportunidade de conviver e aprender nos quatro anos em que cursei Jornalismo.

“Quem poupa os maus, pune os bons” (Luiz Almeida Marins Filho)

## RESUMO

A história do rádio no Brasil inicia-se, oficialmente, no dia 7 de setembro de 1922 como parte das comemorações do Centenário da Independência. Na ocasião, o discurso do então Presidente da República, Epitácio Pessoa, na cidade do Rio de Janeiro (capital federal do país na época) foi transmitido em grande escala. Desde seu surgimento na década de 1920, o rádio sofreu inúmeras transformações em sua programação, linguagem e no quadro de profissionais. Foram necessários alguns anos para que este meio pudesse se consolidar como um veículo de comunicação de massa. O rádio é uma importante ferramenta de disseminação de informações. Sua abrangência é muito grande e com o avanço tecnológico, é possível acompanharmos uma programação de determinada emissora de qualquer lugar do planeta, através da internet. A apresentação desse trabalho vai mostrar a história do rádio no Brasil, suas transformações e destacar a importância desse meio como um instrumento de prevenção e combate de doenças. Tem, assim, como objetivo geral a produção de programetes sobre a saúde da mulher, com faixa etária entre 40 e 60 anos. Já os objetivos específicos são: oferecer ao universo feminino subsídios para que seja feita a prevenção de determinadas doenças, como, o câncer de mama, o diabetes e a hipertensão; contribuir para que a população tenha acesso à informação sobre saúde: apontar para a importância do rádio, como meio de comunicação, na orientação da cidadã brasileira quando o assunto for saúde. Como metodologia utilizamos a pesquisa bibliográfica exploratória, sendo que todos os dados coletados estão fundamentados em livros, artigos e portais especializados da internet. Após essa etapa foram produzidos programetes, com duração de aproximadamente 5 minutos cada – proposta do trabalho - que são blocos informativos inseridos nos intervalos da programação de uma emissora, vão levar informações sobre determinadas doenças ao público feminino compreendido entre 40 e 60 anos. Dessa forma, o público-alvo especificado terá subsídios para manter um estilo de vida adequado.

**Palavras-chave:** Jornalismo em Saúde. Radiojornalismo. Mulher.



## ABSTRACT

The history of radio in Brazil begins officially on September 7, 1922 as part of the celebrations of the Centenary of Independence. On this occasion, a speech by current President of the Republic, Pessoa, in Rio de Janeiro (federal capital of the country at the time) was broadcast on a large scale. Since its emergence in the 1920s, the radio has undergone numerous transformations in its programming language and professional staff. It took some years for this means of communication to be consolidated as a vehicle of mass communication. The radio is an important tool for disseminating information. Its scope is very broad and with technological advances, it is possible to follow a schedule of a particular station anywhere in the world via Internet. The presentation of this work will show the history of radio in Brazil, its transformations and the importance of this means of communication as an instrument for preventing and fighting disease. Thus has the general objective of the production of short programs on women's health, aged between 40 and 60. The specific objectives are: to provide subsidies to the feminine universe for the prevention of certain diseases, such as breast cancer, diabetes and hypertension, contribute to the population to have access to information on health, pointing to the importance of radio as a means of communication in the orientation of a Brazilian citizen when the issue is health. The methodology used to bibliographical research, and all data collected are based on books, articles and specialized portals over the Internet. After this step short programs were produced, lasting about five minutes each - a proposal of work - news reports that are inserted in between the programming of a station, will carry information on specific diseases to a female audience between 40 and 60. Thus, the audience will have specified subsidies to maintain a proper lifestyle.

**Key words:** Health Journalism. Journalism radio. Women.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2</b>	<b>HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL</b> .....	13
<b>3</b>	<b>LINGUAGEM DO RÁDIO E SUA RELAÇÃO COM O OUVINTE</b> .....	20
3.1	O Rádio e o relacionamento com o ouvinte .....	22
3.2	O imaginário e os recursos utilizados para a transmissão de uma mensagem ...	24
<b>4</b>	<b>JORNALISMO EM SAÚDE</b> .....	28
4.1	Importância do Jornalismo em Saúde para a sociedade .....	30
4.2	Rádio como veículo propagador do Jornalismo em Saúde .....	32
<b>5</b>	<b>PROPOSTA DO PROGRAMA SAÚDE EM DIA</b> .....	35
5.1	Pautas .....	36
5.2	Roteiros .....	39
5.2.1	Roteiro Hipertensão.....	39
5.2.2	Roteiro Câncer .....	42
5.2.3	Roteiro Diabetes.....	44
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	48
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	50
	<b>APÊNDICE A - ENTREVISTA COM FRANCISCO HABERMAN</b> .....	52
	<b>APÊNDICE B - ENTREVISTA COM MARCUS GUAZZELLI M. DE OLIVEIRA</b> .....	53
	<b>APÊNDICE C - ENTREVISTA COM ADRIANA LÚCIA MENDES</b> .....	54

## 1 INTRODUÇÃO

O início da era radiofônica, no Brasil, se deu no ano de 1922, quando a rádio Corcovado do Rio de Janeiro, transmitiu o discurso do então Presidente da República, Epitácio Pessoa, como parte das comemorações do centenário da Independência do País.

Durante o decênio de 1920, o rádio foi considerado um veículo de comunicação elitista com programação educativa e cultural, perdendo este caráter apenas no início da década de 1930, com o advento das mensagens publicitárias, nesse momento, o comércio e a indústria descobrem no rádio um poderoso instrumento de penetração e abrangência social, o que possibilita a venda de seus produtos. Dessa maneira, inicia-se um processo de massificação do rádio. Foi neste período que houve um surgimento crescente do número de emissoras no país. Tendo conhecimento desse poder de influência, o governo de Getúlio Vargas (1930-1937), regulamenta o setor radiofônico classificando as emissoras como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”.

No final da década de 1930 até início dos anos 1950 temos a ascensão do rádio brasileiro. É neste período que o radiojornalismo ganha força com os primeiros programas informativos. Pode ser citado como exemplo o *Repórter Esso*, exibido entre 1941 a 1968. Criado durante a II Guerra Mundial, tinha como objetivo traduzir, sob a ótica dos americanos, todas as informações internacionais do conflito, contrariando os dados transmitidos pela Alemanha, país pertencente ao bloco inimigo dos EUA nessa época.

Durante a década de 1940 o rádio ganha popularidade e as emissoras, neste período, passam a contar com orquestras, artistas, cantores, locutores e uma programação variada. Inicia-se a era das radionovelas, programas de auditório e os noticiários que levavam informações de diversos segmentos aos ouvintes. Outra grande realização dessa década foi a ida dos aparelhos telefônicos para as emissoras.

No início dos anos 1950 ocorre a descoberta da televisão. Com isso, artistas, os programas de auditório e outras atrações do rádio migram para este novo meio de comunicação. Para muitos, o rádio estava entrando em seu período de extinção. Com a

grande popularidade da televisão no final da década de 1950, o rádio é obrigado a redefinir seu formato para não perder audiência.

Em meados de 1960, a programação radiofônica é alterada. Ganha espaço os programas de variedades comandados por locutores de alta capacidade de comunicação e vozes marcantes, que mesclam utilidade pública, prestação de serviços, esportes, cultura, economia, entre outros atrativos. É a segmentação da programação do rádio.

A linguagem desse meio de comunicação inicia-se de maneira erudita transformando-se com o passar do tempo no coloquialismo que conhecemos no dias atuais. Em virtude de ser um veículo dinâmico, o texto do rádio requer linguagem clara e objetiva, levando ao ouvinte a informação de maneira sucinta.

As inúmeras atividades desempenhadas por todos nós no decorrer do dia-a-dia causam cansaço e estresse demasiado. Por conta dessa realidade, é de grande relevância uma série de cuidados e ações preventivas que devemos ter com o objetivo de evitarmos doenças precoces. Quando levamos em consideração a saúde da mulher, essas atitudes preventivas colaboram de forma substancial para um ganho na qualidade de vida. Todas as iniciativas que levam informação de qualidade ao segmento feminino, com o objetivo de esclarecer e orientá-lo sobre as formas de prevenção de doenças são dignas de publicidade e destaque.

Os programas de rádio são poderosos instrumentos de proteção à mulher, afinal, possuem abrangência elevada que atingem públicos diferenciados a cada dia. Foi exatamente por este motivo que selecionamos o rádio para levar essa informação, pois, é um veículo que tem como características principais a agilidade e o dinamismo, e é muito utilizado pela comunidade como prestador de serviços e informações.

Pensando nessa evolução do rádio e na necessidade que a população tem em várias áreas, como saúde, educação e cidadania, o propósito deste trabalho é apresentar programetes, que são pequenos blocos informativos, inseridos nos intervalos da programação radiofônica, que tragam dados relevantes sobre a saúde da mulher brasileira, com o intuito de desmistificar teses populares sobre as graves moléstias que atingem às mulheres em um determinado período da vida. Com orientações de especialistas, apresentaremos informações de grande importância ao

público feminino sobre as doenças de maior incidência na faixa etária que compreende entre 40 e 60 anos de idade. Dessa maneira, será permitido à mulher a prevenção e combate dessas enfermidades.

Assim, nosso objetivo geral é a produção de programetes sobre a saúde da mulher, com faixa etária entre 40 e 60 anos. Os programetes terão duração de aproximadamente 5 minutos e trarão dados e orientações sobre doenças comuns que acometem a mulher. Já os objetivos específicos são: oferecer ao universo feminino subsídios para que seja feita a prevenção de determinadas doenças, como, o câncer de mama, o diabetes e a hipertensão; contribuir para que a população tenha acesso à informação sobre saúde; apontar para a importância do rádio, como meio de comunicação, na orientação da cidadã brasileira quando o assunto for saúde.

O programa de rádio proposto neste trabalho é fruto de uma pesquisa qualitativa exploratória que são usadas quando buscamos percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação. Esta pesquisa nos permitiu delimitar o problema, elaborar uma abordagem sobre o assunto e, ato contínuo, estimular os ouvintes a implementarem novos hábitos de vida para evitar problemas futuros de saúde. Assim, produzimos uma revisão bibliográfica voltada aos temas rádio, saúde e prevenção da mulher. Também foram realizadas entrevistas com o intuito de ampliar as discussões acerca do tema saúde preventiva. As entrevistas com especialistas em saúde vão reforçar dados importantes que, em muitos casos, não são de conhecimento do público-alvo. Serão levantadas informações sobre algumas doenças que atingem as mulheres entre 40 e 60 anos de idade. Privilegiaremos as informações oficiais disponibilizadas pelo Ministério da Saúde. Para complementar, entrevistamos profissionais especializados na área. Os boletins, tem duração de 5 minutos e serão veiculados com informações e orientações sobre combate e prevenção dessas doenças. Para cada doença especificada, um profissional da saúde será ouvido com objetivo de esclarecer as principais dúvidas das mulheres sobre àquela enfermidade. Passará dicas de hábitos que o público feminino poderá implementar em seu dia-a-dia para evitar o acometimento daquele mal.

Para tanto, este trabalho ficou organizado da seguinte forma: o Capítulo 1, **Introdução**, traz um panorama sobre o tema e traz os objetivos e metodologia dessa

pesquisa. O Capítulo 2, **História do rádio no Brasil**, vai abordar a trajetória do rádio no Brasil. No Capítulo 3, **Linguagem do rádio e sua relação com o ouvinte**, falaremos sobre a linguagem adequada para o rádio, suas características e a relação do meio com o ouvinte. Já no quarto Capítulo, **Jornalismo em Saúde**, falaremos da importância do Jornalismo em Saúde para sociedade brasileira e, por último, no Capítulo 5, **Proposta do programa “Saúde em Dia”**, será explicado o formato dos programetes que serão veiculados nas emissoras de rádio. Na sequência apresentamos, **no Capítulo 6**, as **Considerações Finais** deste trabalho.

## 2 HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL

A história do rádio no Brasil inicia-se, oficialmente, no dia 7 de setembro de 1922 como parte das comemorações do Centenário da Independência. Na ocasião foi possível realizar a transmissão, em grande escala, do discurso do então Presidente da República, Epitácio Pessoa, na cidade do Rio de Janeiro (capital federal do país na época). A empresa *Westinghouse Electric International CO.*, estabeleceu um acordo com a *Companhia Telefônica Brasileira*, instalando uma emissora no Corcovado para reproduzir as palavras do Presidente. Ao todo, 80 receptores (aparelhos que viabilizariam as transmissões) foram importados, e distribuídos para que autoridades e personalidades da época, pudessem ouvir esse discurso de Niterói, Petrópolis e São Paulo.

Pode-se considerar esse acontecimento o primeiro programa do rádio brasileiro. Após alguns dias da inauguração, foram transmitidas óperas do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Porém, depois de algum tempo as transmissões foram encerradas por falta de um projeto consistente que pudesse oferecer continuidade aos eventos. Embora esta data (7 de setembro de 1922) seja considerada o marco inicial da era radiofônica no Brasil, há documentos que comprovam que o rádio nasceu em Recife, no ano de 1919, como afirma Ortriwano (1985, p. 13)

[...] experiências já eram feitas por alguns amadores, existindo documentos que provam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919, quando, com um transmissor importado da França, foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que depois se associou a Augusto Pereira e João Cardoso Ayres.

No ano de 1923 foi criada oficialmente a primeira emissora de rádio do país. Com um caráter educativo e cultural, iniciava suas transmissões a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize. Ambos faziam parte da categoria de intelectuais desse período. Roquette Pinto era médico e antropólogo, e foi membro da Academia Brasileira de Ciências, da Academia Nacional de Medicina e da Academia Brasileira de Letras. Importante destacar que, ele ainda foi o fundador do Instituto Nacional de Cinema Educativo. Morize, companheiro de Roquette na

empreitada, era presidente da Academia Brasileira de Ciência (CALABRE, 2004). A emissora surgiu, a princípio, como um veículo elitista, embora, Roquette Pinto acreditasse que se transformaria em um meio de comunicação de massa. Sua programação baseava-se na transmissão de recitais de poesia, concertos, óperas e palestras.

De acordo com Ortriwano (1985), neste começo o rádio era voltado à camada elitista da sociedade, pois, os aparelhos receptores que realizavam as transmissões vinham do exterior e eram muito caros. Além disso, essa camada elitista se interessava por programações dessa natureza. As primeiras emissoras de rádio surgiram na década de 1920, por intermédio das associações de profissionais liberais, organizadas em clubes, sem fins lucrativos, conforme explica Lustosa (1996, p. 50):

A maioria era denominada de rádio-clube ou sociedade, seguindo-se o nome do estado ou da cidade onde tinha suas instalações. A rádio-clube era uma associação sem fins lucrativos, com os recursos para sua instalação e manutenção obtidos através da venda de títulos de sócios e de cobrança de mensalidades.

Nessa primeira etapa, o rádio angariava seus recursos por meio de doações de instituições públicas e/ou privadas, mensalidades pagas pelos próprios ouvintes que, voluntariamente, aderiam a essa ideia e, em raros os casos, através de anúncios pagos que, por sinal, eram proibidos pela legislação da época.

Durante toda década de 1920 surgiram inúmeras emissoras no Brasil, que tinham uma programação cultural e educativa. E essa grade de programação é justificada, pelo fato de o rádio não ter surgido como um veículo de massa, sendo um meio que se utilizou de maneiras de diversão individualista, familiar ou particular.

Na década de 1930 o rádio inicia sua fase de desenvolvimento. A partir desse momento o rádio se compromete com os anúncios publicitários para garantir sua sobrevivência, conforme aponta Ortriwano (1985, p. 15):

Foi no ano de 1932 que houve a permissão de publicidade nas emissoras de rádio, através do Decreto nº 21.111. Essa determinação limitou, inicialmente, as mensagens publicitárias a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, estabelecida em 25%. A partir daí, inicia-se uma reformulação no conceito de rádio, inicialmente, tido como um meio elitista. A introdução de mensagens comerciais



transfigura imediatamente o rádio: o que era “erudito”, “educativo”, “cultural” passa a transformar-se em “popular”, voltado ao lazer e à diversão. O comércio e a indústria forçam os programadores a mudar de linha: para atingir o público, os “reclames” não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos e outras atrações que foram surgindo e passaram a dominar a programação.

É neste momento que os primeiros profissionais do rádio, também chamados de “programistas”, conquistam espaço nas emissoras. Eles ficam responsáveis por executar a programação e ainda revender intervalos para anunciantes. O rádio estrutura-se como empresa e passa a contratar artistas e produtores.

A década de 1930 foi de grande importância para que as emissoras de rádio definissem seus rumos para a fase seguinte, considerada a “era de ouro do rádio”, no Brasil. Em 1936, por exemplo, foram instalados auditórios nas emissoras de rádio e, a partir daí, realizadas as primeiras novelas. Foi um período de testes das novelas, tornando-se oficialmente parte integrante da programação, na década de 1940. Os noticiários, programas de auditório e as novelas tornavam-se na década de 1930 as mais novas opções de lazer da população.

Foi nos primeiros anos da década de 1940 que o radiojornalismo ganha destaque. Programas como “Repórter Esso” traziam informações do exterior aos ouvintes. Com o slogan “testemunha ocular da história”, esse noticiário tinha a finalidade de trazer notícias internacionais, através do “olhar” dos americanos, que combatiam os dados trazidos pela Alemanha, país pertencente ao bloco inimigo dos EUA na II Guerra Mundial. Enquanto, anteriormente, apresentadores de programas jornalísticos das emissoras de rádio se pautavam pelas notícias e textos de jornais impressos, a partir de então, com a introdução do “Repórter Esso” transmitido a todo Brasil, iniciava-se uma nova forma de jornalismo para o rádio brasileiro. De acordo com Jung (2004, p. 32):

O perfil das emissoras que transmitiam o Esso deixa evidente a pretensão dos produtores, incentivados pela política americana de aproximação com os países da América latina. E justifica a influência da síntese no radiojornalismo brasileiro. Através de suas edições se forjou o primeiro modelo organizado de noticiário com características próprias do

veículo. A notícia era redigida com períodos curtos e de forma direta. Tinha textos objetivos, sem adjetivos. Ao proibir o uso de orações intercaladas, eliminava a prática comum na época de se ler os textos da mesma maneira que eram escritos pelas agências de notícia, produzidos para serem publicados nos jornais impressos.

A voz mais conhecida do programa "Repórter Esso" foi a de Heron Dominguez. Ele apresentava o noticiário na Rádio Farroupilha, em Porto Alegre (RS). Após a realização de um concurso nacional, o apresentador foi selecionado para comandar a edição no Rio de Janeiro, em 1944.

Na busca incessante pela audiência e de parceiros comerciais, as emissoras apresentam, ainda na década de 1940, um novo gênero de programa em suas grades: a radionovela. O gênero se prolifera rapidamente, integrando parte da programação das rádios da época, até que em 1942, "Em busca da felicidade" se torna a primeira radionovela transmitida no Brasil pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, ficando no ar por três anos. No ano de 1945, a Rádio Nacional transmitia 14 novelas por dia. Elas foram fundamentais para que a história do rádio brasileiro se configurasse, uma vez que incitavam a imaginação dos ouvintes e projetaram uma série de atores que, posteriormente, migraram para a televisão. Fez enorme sucesso no início do século XX, antes da introdução da era televisiva. Boas histórias, bons atores e efeitos sonoros realistas eram o segredo do gênero para captar a atenção dos ouvintes. Foi através dessa forma de produção artística que muitos atores e atrizes brasileiros se tornaram grandes ídolos da dramaturgia nacional. O rádio pode ser considerado como a grande escola que preparou os artistas para a inovação que chegaria alguns anos mais tarde com a televisão.

A "época de ouro do rádio" termina, exatamente, quando surge no Brasil um novo meio: a Televisão. Quando ela surge, a busca por profissionais passa a ser através do rádio. No início, a televisão ainda herda das emissoras de rádio a programação e a publicidade. Em virtude desse acontecimento, o rádio traça novas diretrizes. É necessário a reformulação total de seus quadros e programação para disputar a audiência com esse novo veículo. Entre 1950 e 1952, é o momento em que o rádio troca seus atores e atrizes por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e os programas de auditório pelos serviços de utilidade pública (ORTRIWANO, 1985).

O radiojornalismo ganha espaço e um novo gênero noticioso foi lançado pela Rádio Bandeirantes, de São Paulo, em 1954, “a Bandeirantes fez-se pioneira no sistema intensivo de noticiário [...] em que as notícias com um minuto de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, em boletins de três minutos” (ORTRIWANO, 1985, p. 23). A natureza do trabalho radiofônico, a partir de agora, é caracterizado por uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços. As notícias, com esse novo sistema de noticiário implantado pela Rádio Bandeirantes, eram transmitidas de forma resumida, sintetizadas, com uma linguagem com características próprias. Por conta disso, foi necessário aumentar o quadro de funcionários das emissoras para a elaboração de programas jornalísticos que oferecessem uma grande quantidade de informações sobre os acontecimentos do dia-a-dia.

Aliado desse novo estilo de trabalho do rádio, o transistor, descoberto em 1947 pelos cientistas norte-americanos John Bardeen, Walter Brattain e William Schokckley, possibilitou ouvir as emissoras radiofônicas a qualquer hora e em qualquer lugar sem precisar ligá-lo na tomada. Sua distância de transmissão cresceu muito. Com isso, o faturamento desse meio pôde ser alavancado. As emissoras ganharam um direcionamento diferenciado. Eram exploradas como um meio de utilidade pública, com objetivo de atender a demanda e os problemas da comunidade.

O jornalista considerado pioneiro no estabelecimento do diálogo entre ouvintes e apresentador foi Reinaldo Jardim. Ele atuou na *Rádio Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro e, lançou essa inovação, no ano de 1959. Em um primeiro momento, os "Serviços de Utilidade Pública" se manifestavam através do quadro "achados e perdidos". Posteriormente, esse serviço expande-se e, algumas rádios, criam departamentos exclusivos dentro das emissoras (ORTRIWANO, 1985).

Já na década de 1960, iniciam as transmissões das primeiras emissoras em FM (frequência modulada). Desde seu início, essas emissoras têm como característica principal a reprodução de músicas variadas, com melodias suaves apropriadas para hospitais e consultórios, até músicas alegres e estimulantes para os ouvintes do comércio e indústrias. Isso ocorre, pois, as emissoras AMs existentes nesse período mantinham uma programação jornalística, com prestação de serviços e utilidade pública

afloradas. O primeiro veículo a explorar o serviço de programação musical foi a *Rádio Imprensa*, do Rio de Janeiro.

Esse novo gênero de programação possibilitou a algumas emissoras, como por exemplo, a *Rádio Excelsior*, de São Paulo, e *Tamoio*, do Rio de Janeiro um grande sucesso comercial. Com frases disparadas em alta velocidade, vozes suaves de seus locutores e as músicas que ocupavam o topo das paradas musicais, as emissoras que operavam em FM ganham espaço no mercado radiofônico brasileiro.

No final dessa década (1968-1970) grande parte da população mantinha em sua residência aparelhos receptores que possibilitavam acompanhar a programação das emissoras de rádio. É um novo período da radiodifusão que foi obrigada a repensar seus conceitos e programações para disputar audiência com a Televisão. Mas é na década de 1970, com a utilização de canais abertos, que é registrado um elevado número de rádios FMs operando sempre uma programação musical. Esse gênero radiofônico é disseminado por todo país e, com isso, as emissoras buscam as especializações. É a forma mais eficiente utilizada pelo rádio para sair da morosidade em que esteve aprofundado desde o início da década de 1950, com o advento da televisão. A busca para se atingir segmentos de públicos diferenciados fez com que o rádio pudesse disputar de igual para igual, com a televisão, a audiência da sociedade. Com o passar do tempo, essa tendência mostra-se ainda maior e as emissoras iniciam suas expansões. Ortriwano (1985, p. 24) destaca essa evolução.

Com o aumento da potência das emissoras pequenas e a criação de muitas novas, surge uma segunda etapa no processo de especialização: as grandes emissoras tentam ganhar os diversos segmentos de público, mantendo programas que atinjam diferentes faixas, em diferentes horários.

As emissoras AMs com caráter informativo ampliam seus serviços nos cinco primeiros anos da década de 1970. É priorizada a entrada ao vivo de seus repórteres que se deslocavam de um lugar a outro com a unidade móvel de cada emissora.

Em 1976 é criada a Radiobrás (empresa brasileira de radiodifusão) – uma instituição pública de comunicação que tem objetivo de garantir o direito à informação, o pluralismo de opiniões e a expressão da diversidade social e cultural de nosso país. Ela

foi instituída por uma lei que estabelecia as seguintes finalidades para a instituição, conforme ressalta Ortriwano (1985, p. 24):

Organizar e operar emissoras, além de, explorar os serviços de radiodifusão do Governo Federal; montar e operar sua própria rede de repetição e retransmissão de radiodifusão, explorando os respectivos serviços; realizar a difusão de programação educativa, produzida pelo órgão federal próprio, bem como produzir e difundir programação informativa e de recreação; promover e estimular a formação e o treinamento de pessoal especializado, necessários às atividades de radiodifusão e prestar serviços especializados no campo da radiodifusão.

A empresa é composta pela nova TV Pública, oito emissoras de rádio, uma agência de notícias e outros serviços e, está sob a tutelada sociedade através de um Conselho Curador representativo e autônomo.

A década de 1980 foi marcada por novas tecnologias. Temos o ingresso das rádios AM/FM via satélite, a utilização de CDs (compact disc) para reprodução das músicas e, ainda a união de emissoras radiofônicas formando grupos de comunicação que buscavam expandir seus limites de frequência e público. No início dos anos 1980, algumas emissoras adotavam o *compact disc* em sua grade de programação. Esse novo mecanismo, foi adotado em um primeiro momento (em 1982), pela *Rádio Jornal do Brasil* FM, do Rio de Janeiro. No ano seguinte (1983) a *Rádio Cidade*, do mesmo grupo, iniciava seus trabalhos nesse sistema. O ganho para as emissoras com o uso dos CDs consiste em não haver desgaste independente da quantidade de vezes que for executado, minimização dos efeitos da distorção e registro de todas as frequências sonoras estabelecendo, dessa maneira, uma espécie de arquivo.

Juntamente com esse conjunto de transformações que surgia nos anos 1980, o radiojornalismo e os programas radiofônicos acompanham as novas tendências. A programação ganha características próprias e a necessidade de desenvolvimento de uma linguagem própria tornava-se fundamental. Nesse contexto, a participação do ouvinte também se mostra relevante para a construção de uma identidade radiofônica própria.

### 3 LINGUAGEM DO RÁDIO E SUA RELAÇÃO COM O OUVINTE

O rádio é um veículo com características diferenciadas quando comparado a um jornal impresso. Ele requer de seus profissionais mais agilidade e dinamismo, pois, é um meio pautado pelo imediatismo dos acontecimentos. Em função disso foi necessário desenvolver uma linguagem específica, para o rádio em geral, e para o radiojornalismo em particular, para uma melhor compreensão dos fatos diários.

Vimos que, no ano de 1941, o *Repórter Esso* surgiu para aprimorar o radiojornalismo brasileiro. No começo, o apresentador do programa, Heron Dominguez, sublinhava o que entendia ser importante no jornal impresso e lia para os ouvintes da época. Não havia nesse período uma produção que alterasse o texto da versão impressa para a oral. Mas, foi um momento em que se percebeu, que o rádio precisaria de uma linguagem própria. Para criar a especificidade da linguagem do rádio foi necessário levar em consideração um aspecto muito importante. O som do rádio não corresponde com a experiência acústica natural. Trata-se, de um som artificial, como aponta Meditsch (2001, p. 148):

A suas possibilidades e limites, em consequência disso, não serão as mesmas do som natural. A demarcação destes limites é bastante complexa, pois não depende apenas das leis físicas que permitem a descrição objetiva deste som mediatizado pelo áudio, mas também de variáveis psicológicas relacionadas à percepção e à imaginação que estão longe de constituir uma ciência exata.

Portanto, seria de extrema relevância elaborar uma linguagem atrativa ao ouvinte, para que ele estivesse atento a tudo o que fosse transmitido. Para melhor compreensão da informação desenvolveu-se um estilo próprio que, no entanto, não implica um único estilo no modo de redação, assim como também não implica a perda de personalidade dos repórteres: é o chamado estilo jornalístico. Nesse contexto, o jornalista exerce papel fundamental na elaboração de textos atrativos. O objetivo desse profissional é facilitar a compreensão da mensagem. Por isso, o comunicador de rádio só atingirá essa meta se desenvolver uma escrita jornalística específica para o meio. É

importante que o jornalista saiba que ele deve falar para o maior número possível de ouvintes e não apenas para um determinado grupo ou classe.

A ideia, para envolver o ouvinte, é adotar a instantaneidade, aliada principal do imaginário do cidadão, como uma maneira adequada da notícia chegar ao cidadão, como se este, estivesse no mesmo local e momento do repórter (LUSTOSA, 1996). Foi na década de 1940, com o crescimento do número de programas radiofônicos jornalísticos que se chegou a um consenso acerca da linguagem nas emissoras de rádio.

A simplicidade é uma característica que o jornalista de rádio deve adotar em suas falas. Deve-se utilizar frases curtas e com poucas expressões, pois estas facilitam a compreensão do ouvinte e permitem ao repórter administrar com eficiência a capacidade respiratória. O objetivo do jornalista é aliar a clareza com o rigor da linguagem. Para isso, deve conhecer seu ouvinte-alvo para ser direto e conseguir dizer o máximo de informação no menor número possível de palavras. Todos os dados devem ser concretos, apresentados de forma direta e clara. É preferível utilizar palavras pequenas, conhecidas e simples. Deve-se utilizar, ainda, ordem direta nas frases que serão ditas pelos jornalistas (sujeito; verbo; predicado) e ser muito descritivo, para compensar a falta de imagens.

O estilo jornalístico, segundo Santos ([2003]), pode ser baseado em cinco vertentes que oferecem ao texto noticioso de rádio, a emoção, o rigor, a humanidade e o sentimento. São elas: correção, clareza, harmonia, precisão e unidade. Quando citamos a correção nos referimos às práticas gramaticais. Dada a popularidade do rádio, a incorreção não se torna apenas um erro, mas, um mau exemplo. A clareza é tornar o texto audível ao seu ouvinte, com frases curtas e objetivas. A harmonia deve obedecer o ritmo do gênero jornalístico. Não se deve utilizar rimas nem qualquer outro recurso que possa se tornar um vício. Quando nos referimos a precisão, lembramos que é de extrema importância elaborar um raciocínio com um número reduzido de palavras que expresse a ideia principal, reduzindo, dessa forma, os discursos prolixos. Por último temos a unidade. A ideia que será passada tem que estar de acordo com a relevância dos acontecimentos. Em primeiro lugar insere-se o principal fato para, em seguida, serem apresentadas as circunstâncias secundárias.

Ainda de acordo com Santos ([2003]), a narração do texto escrito sustenta-se em três pilares: os tipos, as ações e os ambientes. O primeiro refere-se aos personagens envolvidos na história. É necessário que a informação sobre as pessoas em questão sejam passadas de forma detalhada, com objetivo de oferecer ao ouvinte subsídios para a familiarização com a narrativa. O segundo elemento está ligado com aquilo que o personagem executou. É imprescindível uma narração que envolva o ouvinte; com ênfase em determinados trechos e com a sequência dos acontecimentos de maneira ordenada, expondo os detalhes para o despertar do interesse. O terceiro fator está relacionado com o ambiente em que se passa o fato. O bom jornalista dá publicidade a questões secundárias que também colaboram com a boa informação.

É importante ressaltar que cada emissora tem seu estilo próprio de redação, baseado em sua política editorial, princípios jornalísticos e público-alvo. Porém, não se pode utilizar esse argumento como pretexto para contrariar as normas que regem a Língua Portuguesa. Em suma, a boa linguagem de rádio é aquela que traduz ao ouvinte o que está acontecendo naquele momento em um dado local.

Devemos sempre destacar que o ouvinte tem uma capacidade limitada de memorizar os dados, já que, normalmente, está fazendo outra atividade além de ouvir o rádio. Portanto, são aconselháveis frases curtas com uma só ideia e o mais importante da ideia deve estar no começo da frase. Evitar termos estrangeiros e técnicos ajuda, porém, se forem indispensáveis devem ser seguidos de sua tradução ou explicação. Deve-se evitar também as figuras de linguagem – metáfora, por exemplo – pois, o rádio é um veículo de comunicação de massa e dirige-se também aos analfabetos.

### **3.1 O Rádio e o relacionamento com o ouvinte**

Um veículo de comunicação que queira conquistar credibilidade necessita da aprovação maciça de seu público. Isto requer, no caso do rádio, compromisso de levar informação e uma programação de qualidade ao ouvinte, atender as necessidades (sugestões e reclamações) de seu público e respeitar a diversidade de opiniões existentes na sociedade. Portanto, é relevante que as emissoras tenham profissionais gabaritados para atingir o tripé de funções acima descritos. E a linguagem que é



elaborada no rádio deve ser clara para atingir de maneira eficaz seu público. A relação entre a linguagem do rádio e seu ouvinte deve obedecer a uma regra geral, conforme destaca Santos ([2003. p. 26]).

Para que a mensagem jornalística seja eficaz é preciso que as palavras do emissor tenham o mesmo significado para o receptor, e sejam por este compreendidas no seu exato sentido. Assim, o transmissor deve conhecer com precisão a capacidade de compreensão do receptor e expressar a mensagem em palavras que lhe sejam acessíveis. Ambos devem, portanto, ter uma experiência comum, porque sem ela, o significado do texto não será assimilado.

Mas as características da audição radiofônica dificultam essa regra. O radiouvinte não está tão concentrado como o telespectador e como o leitor de jornais. A principal razão é óbvia: quando se vê televisão, vê-se apenas televisão, e quando se lê o jornal, lê-se o jornal. Em contrapartida, quando se ouve rádio quase sempre está se executando uma outra atividade ao mesmo tempo. Para que haja uma perfeita sintonia entre o rádio e o ouvinte é necessário que ambos “caminhem” no mesmo sentido. As emissoras estimulando a imaginação do seu público e, estes, por sua vez, imaginando todos os elementos que compõem a narrativa, cenário e personagens do rádio. Meditsch (2005, p. 7) explica esse fenômeno:

A cegueira do rádio permite que sua narrativa nos conduza de uma situação para outra diferente, de um diálogo para o pensamento de um personagem, de uma situação concreta para uma ideia abstrata. E nada disso parece absurdo, porque funciona da mesma forma que o nosso devaneio.

Grande parte dos ouvintes são pessoas que se submetem as ideias, conceitos e paradigmas estabelecidos pelas emissoras e pelos profissionais que nela trabalham. O imaginário das pessoas é estimulado a cada ideia, a cada sugestão que é passada pelos locutores e radiojornalistas. Salomão (2003, p. 41) destaca um exemplo:

Na Rádio Itatiaia, o programa “Itatiaia é a dona da noite”, há anos reúne milhares de ouvintes todas às madrugadas das 23h30min às 4h00. O apresentador Hamilton de Castro conta histórias, estimula os ouvintes a

contarem episódios de suas próprias vidas. São pessoas falando ao vivo – geralmente pelo telefone – procurando por uma “companhia para relacionamento sério”. Enfim, “o relacionamento sentimental” é a temática básica do programa, que, no dizer de alguns ouvintes é o “melhor remédio contra a solidão”.

O rádio pode colaborar para a formação de imagens mentais no ouvinte, mas não apenas isso. A memória do homem funciona como um arquivo, possibilitando resgatar cheiros, sabores, sensações e músicas. É possível memorizar nossa compreensão e emoções acerca dos fatos diários de nossa vida. Isso tudo pode ser estimulado pelo rádio ao ouvinte (MEDITSCH, 2005). O que possibilitou, ainda mais, um fortalecimento na relação rádio x ouvinte foi a participação desse mesmo ouvinte nas programações das emissoras. Através de e-mails, telefone ao vivo, cartas e outros recursos, o cidadão comum pôde se aproximar da rádio e dos profissionais que ali atuam.

Nos programas jornalísticos, a prestação de serviços sempre contou com a participação do ouvinte. É comum nos dias de hoje ouvirmos os locutores anunciando documentos, chaves, aparelhos celulares que foram perdidos e/ou encontrados. Esse gênero de informação se disseminou de forma grandiosa e, o ouvinte, é quem participa diretamente desse “quadro”, afinal, é ele quem tem o interesse de achar o material ou produto que perdeu. Um exemplo é a Rádio Jovem Pan – AM, de São Paulo, que tem em sua programação a participação do ouvinte através de e-mails. O cidadão pode manifestar seu descontentamento ou agradecimento a instituições, sejam elas, públicas ou privadas. Trata-se de um espaço democrático onde o ouvinte tem a oportunidade de opinar, sugerir, criticar aquilo que está sendo ou já foi realizado.

### **3.2 O imaginário e os recursos utilizados para a transmissão de uma mensagem**

Para atingir seus reais objetivos, todo processo de comunicação exige troca de informações, dados e experiências. Não havendo esse sistema, pode-se afirmar que, a comunicação entre emissor–receptor não foi eficaz ou não ocorreu. Essa mesma afirmação pode ser trazida para relação rádio x ouvinte. Toda vez que a mensagem jornalística não atinge de maneira eficiente seu ouvinte, estamos diante de uma falha

comunicacional que, por sua vez, só será corrigida através de uma reformulação em seu processo de elaboração e transmissão. Todo recurso que for utilizado pelo comunicador de rádio que tenha como objetivo atingir seu público de forma eficaz, deve ser planejado de maneira prévia, como aponta Meditsch (2005, p. 329):

A utilização de música e dos efeitos sonoros na produção de enunciados significantes, como signos substitutivos de uma determinada ideia expressiva ou narrativa, pode superar muitas vezes o próprio sentido simbólico e conotativo da palavra. O simbolismo de uma música descritiva que estimula a produção imaginativo-visual de paisagens ou situações de tensão dramática, ou ainda de cores claras ou escuras, adquire um significado no rádio de uma força expressiva transcendental.

Outro dado muito importante que deve ser levado em consideração no processo de codificação de uma mensagem é o avanço tecnológico. O uso da tecnologia na área técnica das emissoras de rádio contribui de forma efetiva para que a imaginação do ouvinte seja estimulada a criar ambientes e situações que estejam sendo relatadas nas mensagens radiofônicas.

Além do fator tecnologia, alguns ingredientes podem ser adicionados na receita que apresenta os recursos de transmissão do conteúdo radiofônico. Pode-se elencar a música, os efeitos sonoros, as palavras que serão utilizadas e até o silêncio do ambiente. Todos esses elementos são usados com a finalidade de estimular a imaginação do ouvinte. Segundo Meditsch (2005), a música é a imagem no rádio. Ela está associada a situações que remetem o ouvinte a momentos anteriores de sua própria vida. Por isso, seu ritmo e melodia trazem consigo um sentimento afetivo a quem ouve. Quando citamos os efeitos sonoros como recurso na transmissão de uma mensagem, nos referimos à imagem que o ouvinte elabora em sua mente do som emitido pelas emissoras. Meditsch (2005, p. 333), explica essa relação:

[...] Por exemplo, o efeito sonoro da chuva, pode tanto informar a condição do tempo, como estimular, pela associação de ideias, que o ouvinte construa uma imagem de um ambiente subjetivo intimista, solitário. Esta associação convencional se baseia na afetividade suscitada pelo som da chuva nas pessoas com base em arquétipo universais. Assim, o efeito sonoro transmite, neste exemplo, um movimento afetivo e tem, então, uma função expressiva.

Mais dois elementos citados acima são de fundamental importância para a transmissão concreta e eficiente da mensagem nas emissoras de rádio: a palavra e o silêncio. Quando realizada de maneira clara, a comunicação envolve uma série de fatores que propiciam a permuta de ideias e conceitos entre locutor - ouvinte. Nesse caso, a palavra é indispensável. No rádio trata-se de palavra imaginada. Ela dá o tom de naturalidade do comunicador e é “fonte evocadora de uma experiência sensorial mais complexa” (MEDITSCH, 2005, p. 330). O autor explica que existe uma relação de empatia e identificação entre locutor e ouvinte. Esse exemplo retrata a harmonia que deve haver entre voz e palavra. As vozes mais graves do rádio conferem uma relação de proximidade com o ouvinte e, as vozes mais agudas, normalmente utilizadas para programas diurnos, proporcionam maior clareza e compreensão, embora não estejam tão presente. Não menos importante é destacar o papel fundamental que exerce a entoação do comunicador. Se houver monotonia na fala de quem narra será difícil o ouvinte interpretar o que está sendo passado, como explica Santos, ([2003., p.104]).

O que dificulta a assimilação não é tanto ler de uma assentada, mas sobretudo a leitura monocórdia sem alma nem corpo, esteja o jornalista a falar das exéquias fúnebres de uma figura nacional ou das festas dos santos populares na baixa lisboeta. Sem interpretação jornalística, a mensagem pode nunca chegar com eficácia total ao radiouvinte.

O silêncio é o último fator que listamos que atua como grande colaborador do ouvinte no processo de interpretação da mensagem radiofônica. É importante que seja utilizado de maneira coerente para não ser interpretado erroneamente. Após um período de 6 a 10 segundos, o silêncio pode atuar de maneira negativa. Para que haja a perfeita compreensão da mensagem radiofônica, o silêncio mostra-se necessário, mas, por poucos segundos. Se ultrapassar o tempo de 10 segundos, a audiência poderá se mostrar dispersa e confusa. Percebemos, portanto, que a música, os efeitos sonoros, as palavras e o silêncio não podem ser analisados isoladamente quando tratamos da interpretação do ouvinte sobre o conteúdo que é veiculado nas emissoras de rádio. É importante salientarmos o papel da montagem radiofônica. Esse processo, se não for utilizado de maneira correta, pode distorcer o conteúdo da mensagem. De acordo com Meditsch (2005), o processo de “deformação” do discurso ou mensagem,

pode ser atribuído a um corte no momento de edição, um eco ou até mesmo uma interrupção na sequência de determinada sonora. Por fim, o que determinará a compreensão de todo conteúdo radiofônico será o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção - sonoro e imaginativo -visual do ouvinte, como aponta Meditsch (2005, p. 336):

[...] E a imaginação é um sentido interno que nos permite evocar e reproduzir as impressões sensoriais e perceptivas na ausência de objetos. A imaginação no processo de percepção radiofônica é este sentido interno que, a partir das sensações auditivas e do conhecimento da realidade referencial que o ouvinte tem por sua capacidade de percepção multisensorial, permite construir uma imagem a partir do objeto sonoro percebido: a imagem auditiva. A imaginação no rádio é a produção de imagens auditivas.

Por isso, no momento da montagem das mensagens é importante estabelecer o nexo entre percepção e imaginação para que o ouvinte receba a mensagem de forma clara e precisa. Assim, a proposta desse trabalho é focar as mensagens jornalísticas especializadas na área da saúde, através do rádio. Por isso, é de extrema importância desenvolver uma linguagem clara e isenta de termos técnicos, com a finalidade de apresentar de forma coerente o conteúdo que será exibido.

## 4 JORNALISMO EM SAÚDE

As primeiras evidências da construção de um conceito de Comunicação e Saúde nos remete ao século XIX, entre 1820 e 1840, quando os médicos Willian Alison, escocês, e Louis René Villermé, francês, determinaram as relações causais entre doença e condições sócio-econômicas e culturais da população. Em 1848, na Alemanha, em função da desorganização política na Europa, monta-se um movimento de reforma da medicina que defende que a saúde do povo é de responsabilidade de toda a sociedade e, não somente, da medicina. Por isso, ao menos teoricamente, é dever do Estado oferecer dispositivos que contribuam para a melhoria da saúde coletiva.

Essa convicção apoiou a afirmação do médico Rudolf Virchow que atribuiu a epidemia de febre tifóide de 1847 às condições de pobreza e à falta de acesso às informações para a adoção de hábitos saudáveis a que era negada a maioria da população. Virchow reafirmou que as condições sócio-econômicas têm impacto direto sobre a saúde, entendendo que seus efeitos devem merecer tratamento científico. Além disso, defendeu também que medidas médicas e sociais devem ser escolhidas em conjunto para estimular a boa saúde e prevenir doenças.

Essas regras só começaram a merecer atenção recentemente. Em 1940, o médico Henry Sigerist analisou-os criticamente e os sistematizou, afirmando que a promoção da saúde e a prevenção de doenças devem ser obtidas pela coordenação de esforços de médicos, educadores, industriais e trabalhadores. Embora suas ideias não tenham encontrado suporte na sociedade, encontraram vestígios na Organização Mundial de Saúde (OMS) que assumiu o conceito de saúde como bem-estar físico, mental e social e não simplesmente a ausência de enfermidades.

Em 1947, o governo do Canadá assumiu a postura de promoção da saúde por meio da educação e da recreação, enfatizando a prevenção sobre a cura e indicando a Comunicação para a Saúde como caminho estratégico que privilegia a orientação e a informação da população sobre a adoção de hábitos saudáveis como necessidade primeira para a viabilização e gerência da saúde pública.

Em 1978, a Comunicação para a Saúde ganha vulto com o documento conhecido como Declaração de Alma-Ata, fruto de uma reunião realizada na União Soviética, onde representantes de 134 países, concordaram que *o povo tem o direito e o dever de participar individual e coletivamente no planejamento de políticas de saúde*. E em 1979, os Estados Unidos adotaram a prevenção das enfermidades como principal forma de manutenção da saúde da população, reconhecendo a Comunicação para a Saúde como ferramenta de divulgação indispensável para alcançar os objetivos de programas de ação governamental.

Ao lado da conscientização de que a comunicação se constitui em ferramenta estratégica para o sucesso das políticas de saúde pública, a sociedade foi se articulando e desvendando os instrumentos que assegurassem que as informações sobre saúde tivessem maior penetração junto à população. No Brasil, o Jornalismo em Saúde é o mais importante campo do Jornalismo Científico e abrange toda a comunicação jornalística vinculada à temática da Saúde. O portal do Jornalismo Científico explica como ocorre a divulgação do Jornalismo em Saúde nos meios de comunicação.

Ele não só se manifesta na mídia, mas também em veículos de divulgação patrocinados por empresas, universidades e institutos de pesquisa nesta área. Alguns exemplos importantes são a Fiocruz, a Unifesp, o Cremesp, os hospitais Albert Einstein e das Clínicas de São Paulo e o Laboratório Fleury, dentre muitos outros. Colunistas importantes como Moacyr Scliar, Júlio Abramczyk, e Dráuzio Varella precisam também ser de pronto mencionados, assim como os cadernos específicos dos jornais Zero Hora e O Povo, o site Medwebonline e outros, de inúmeras indústrias farmacêuticas e entidades da área, com espaços reservados para a interação com os jornalistas. (PORTAL DO JORNALISMO CIENTÍFICO, [2004], p. 1).

A importância do Jornalismo em Saúde está relacionada com o fato de que, na verdade, a saúde é o maior bem do ser humano e que, em função disso, as notícias que envolvem esta temática geralmente seduzem os leitores, telespectadores, ouvintes e internautas. Estes, por sua vez, consomem uma grande quantidade de informações voltadas à área da saúde por acreditarem na melhoria da qualidade de vida e conseqüentemente na longevidade das pessoas que se relacionam na vida cotidiana.

É através da informação que podemos prevenir uma série de problemas, conforme explica Melo (2001, p. 1) “cidadãos saudáveis, nutridos e felizes podem desencadear mecanismos de desenvolvimento capazes de sustentação autônoma, tornando factíveis, estáveis e duradouras as sociedades onde vivem”. Por isso, os veículos de comunicação são instrumentos de grande importância para atingir um número elevado de pessoas que possam estar bem informadas sobre os principais problemas de saúde que atingem a sociedade brasileira nos dias de hoje.

Para apontar a importância do rádio na prevenção de enfermidades, pode-se especificar um estudo realizado pelo IBOPE em 2003 que, conseguiu descobrir, por exemplo, que 95% da população brasileira com mais de 10 anos residente nas regiões metropolitanas das principais cidades declararam ser ouvintes de rádio e também que, de segunda a sexta-feira, das 6h às 19h, o rádio tem em média 3,1 milhões de ouvintes por minuto. Com essa abrangência fica evidente que as emissoras de rádio exercem influência significativa na sociedade brasileira. Para comprovar a eficácia dos veículos de comunicação em geral, como instrumentos que atingem um número elevado de pessoas, outra pesquisa realizada pelo IBOPE, entre novembro de 2005 e janeiro de 2006, apontou que o número de leitores de jornais em Belo Horizonte havia crescido 31%, o que corresponde um incremento de 232 mil leitores.

#### **4.1 Importância do Jornalismo em Saúde para Sociedade**

Em uma pesquisa publicada no ano de 2008 pela BMC Medicine (jornal online norte-americano), envolvendo quase 40 mil pessoas na Ásia, pesquisadores japoneses avaliaram a relação entre a percepção do próprio estado de saúde, e o nível de confiança nas relações sociais, nas informações que são disponibilizadas pelos meios de comunicação de massa e no sistema de saúde. Os cidadãos que mais se consideraram saudáveis foram os mais jovens, com elevado padrão educacional e sócio-econômico, e os mais confiantes nas relações interpessoais, nos veículos de comunicação de massa e no sistema de saúde. Cerca de 60% dos entrevistados responderam que acreditam muito ou parcialmente na mídia. Podemos deduzir, que existe uma relação de causa-efeito nessa pesquisa. Se as



pessoas consideradas mais saudáveis são aquelas que crêem no conteúdo veiculado nos meios de comunicação, pode-se afirmar que, estes, podem ser utilizados de maneira coerente como um instrumento de propagação de hábitos saudáveis que contribuam para o ganho em qualidade de vida e bem-estar do cidadão.

Em virtude de sua poderosa abrangência, os veículos de comunicação de massa passam a ser responsáveis pela informação (através de reportagens) de qualidade, que tem a finalidade de apontar os principais benefícios de se manter hábitos de vida saudáveis. Também pelo fato dos meios de comunicação de massa representarem as principais fontes de informação em saúde da sociedade e desempenharem um papel preponderante no processo de alfabetização em saúde. Dessa maneira, iniciativas e ações voltadas ao fortalecimento da imagem de credibilidade do jornalismo em saúde de uma sociedade podem refletir em seus indicadores de saúde. Para que isso ocorra é necessário criar um ambiente favorável para comunicação direta entre comunidade e órgãos voltados ao segmento saúde, conforme aponta o periódico “Rede Câncer”, do Instituto Nacional do Câncer (INCA, 2007, p. 18):

No Brasil, há experiências bem-sucedidas justamente por ampliarem a participação da sociedade e se aproximarem da comunidade ou de seu público-alvo. Um bom exemplo é a Campanha Nacional de Doação de Medula Óssea que, coordenada pelo INCA, é executada por diferentes parceiros, os quais buscam adequar discurso e ações ao perfil da comunidade ou região onde são promovidas. Apesar de existir uma base técnica de informação para os materiais promocionais como pôsteres e cartazes, esses são construídos pelos diferentes parceiros envolvidos, e adaptados a sua realidade.

É importante que haja uma delimitação capaz de diferenciar cobertura de saúde com cobertura de doença. Esses conceitos não contemplam adequadamente o real significado de promoção de saúde e ficam (o que é lamentável) refém de pautas geradas pela indústria da saúde, esperando certamente contrapartida (em termos de anúncios). Quando isso ocorre, a neutralidade e isenção dos veículos de comunicação de massa são colocadas em xeque. É importante que a direção dos meios mantenha a separação entre área editorial e comercial. Outro ponto fundamental que também é motivo de preocupação para os veículos de comunicação, é a questão do sensacionalismo, que envolve interesses das empresas fabricantes de produtos ou

prestadoras de serviços. Um exemplo: Quantas vezes não ouvimos falar sobre a cura do câncer e AIDS pelos meios de comunicação? A maneira como é abordada essa questão pelos veículos de comunicação merece sempre uma atenção especial. São muitos os interesses envolvidos quando o assunto é saúde. Por isso, é necessário a criação de fóruns que possam oferecer grande abrangência no debate com setores da sociedade sobre o tema. O profissional que se especializa nessa área tem que estar atento a todos os dados e informações que lhe são passados, pois, os interesses alheios ao que a comunidade deseja saber são perigosos para a imagem e confiabilidade jornalística.

#### **4.2 Rádio como veículo propagador do Jornalismo em Saúde**

É importante que possamos distinguir as diferentes formas de abordagem de reportagens voltadas à saúde na imprensa brasileira. É muito comum assistir, ouvir e ler reportagens de saúde com caráter estético, citando os cuidados que a pessoa deve ter com seu corpo. E pouco se fala a respeito de situações de calamidade pública na saúde, conforme cita Kuscinsky (2002, p. 2):

Os jornalistas são também elitistas na escolha das suas temáticas. Não por opção pessoal mas devido a todo um processo social de produção da notícia, que tem como um dos seus filtros mais importantes o elitismo. Raramente vemos grandes reportagens sobre o surto de hepatite no Amazonas, ou a malária, a esquistossomose ou a lepra. Mesmo doenças como a tuberculose não são muito populares na mídia; predominam as reportagens sobre o corpo, sobre a beleza, sobre doenças que afetam as pessoas com mais posses, ou mais ricas.

Kuscinsky (2002) explica que, o problema envolvendo o Jornalismo e a área da saúde está no caráter de mercadoria da notícia, já que há uma crescente mercantilização com a preferência de reportagens sobre corpo e beleza. Ainda de acordo com o autor, esse tipo de abordagem nas reportagens jornalísticas traz consigo dois problemas.

Pelo fato de a notícia ser vendida como mercadoria, o processo social de produção da matéria jornalística passa necessariamente por

fenômenos de espetacularização, simplificação, reducionismo, estereotipia, elitismo, temático e instrumentalização ideológica, entre outros. A cobertura da saúde não escapa desse padrão, com duas agravantes: a crescente mercantilização da própria saúde na era neoliberal e a falha clássica, tradicional, que é a não abordagem pelo jornalismo, assim como pela própria medicina, dos processos sociais de produção da doença e das neuroses, tratando apenas das manifestações desse processo. (KUSCINSKY,2002, p. 96).

O jornalismo científico, no qual inserimos a saúde como tema, desperta nos brasileiros um interesse muito grande e, por vezes, é capaz de influenciar de maneira direta no modo de pensar e agir das pessoas, conforme explica Ferreira (2008, p. 81):

As informações de uma boa matéria de divulgação científica têm o poder, por exemplo, de reduzir a mortalidade infantil, resgatar direitos, prestar esclarecimentos sobre eles e levar a população a ter acesso ao conhecimento científico que se produz no país e no mundo. Permite, ainda, que a ciência se incorpore a vida, não como uma entidade à parte, mas como algo integrante do cotidiano da população.

Quando falamos de Jornalismo em Saúde é de fundamental importância que saibamos o perfil de profissional que o mercado exige e suas características, Ferreira (2008, p. 82) define as características do profissional da comunicação que deseja atuar nesse campo.

A primeira é o profissional de comunicação ter bem definido o que é ciência. Neste caso, ele deve entender que ciência é um bem social e, portanto, deve ser também divulgado enquanto algo acessível ao maior número de pessoas. Outro dado importante é o conhecimento que o profissional deve ter do processo de construção do pensamento científico. Conhecer metodologia científica e conseguir contextualizar os fenômenos são elementos imprescindíveis para o jornalista ou comunicador que quer se aventurar no universo da ciência.

É errado acreditar que o profissional que se especializa em ciência deve ser mais bem preparado do que qualquer outro jornalista e profissionais da imprensa. Exige-se desse comunicador, responsabilidade social e rigor na apuração de informações, além de preparo para lidar com dados diferenciados que sejam importantes ao público. Estes requisitos, no entanto, não devem apenas pertencer aos jornalistas especializados na

área científica, mas, a todos aqueles profissionais que primam pelo sucesso profissional.

Na busca incessante por uma maneira adequada de atrair o público para a informação, Nelkin (1995), aponta alguns equívocos cometidos pelo Jornalismo Científico, dos quais podem-se destacar: figuras de linguagem são utilizadas em detrimento do conteúdo científico; e fatos científicos acabam gerando esperança, entusiasmo demasiado e expectativas otimistas. E depois, quando não se concretiza, causa um desconforto indesejado na opinião pública.

Uma das boas opções para divulgação científica é o rádio. Trata-se de um meio de comunicação de massa com alto poder de abrangência e influência. Em 1996, um programa radiofônico dirigido especialmente ao jornalismo científico foi o “Ciência em Debate”. O boletim esteve no ar de agosto de 1996 a março de 1999 e, foi veiculado pela Rádio Unesp FM, de Bauru. O conteúdo do programa sempre foi de caráter científico. Era um espaço destinado, a divulgação de material científico produzido, por pesquisadores, docentes, graduando e pós-graduando da própria Universidade Paulista. O objetivo era levar ao ouvinte aquilo que era discutido no campus universitário. Priorizou-se o momento do ouvinte dialogar com o pesquisador que era estimulado a contar suas próprias experiências sobre um assunto. Formulava-se um bate-papo descontraído com a audiência. Com esse exemplo podemos ilustrar o bom casamento que existe entre divulgação científica voltada para a saúde e sua propagação pelo rádio. Um veículo que consegue, através de uma linguagem clara, objetiva e simples, atingir os mais diferentes setores da sociedade.

## 5 PROPOSTA DO PROGRAMA SAÚDE EM DIA

A finalidade desse projeto é apresentar programetes voltados à mulher com idade entre 40 e 60 anos, apontando os principais problemas de saúde que podem acometê-la nesse período. Os programetes, que podem ser caracterizados por pequenos blocos informativos inseridos nos intervalos da programação radiofônica, seriam veiculados em emissoras de rádio que operam em amplitude modulada (AM), pois, o público-alvo em questão ouve com mais frequência a rádio AM. Isto ocorre em virtude de as emissoras FM possuírem uma programação musical dirigida a um público jovial e os veículos AM, por sua vez, terem em sua grade de programação a prestação de serviços, utilidade pública e a informação jornalística como prioridade. Portanto, as informações que serão veiculadas preenchem três requisitos fundamentais para serem inseridas na rádio AM: prestação de serviços, utilidade pública e a informação jornalística.

A veiculação dos programetes seria nos intervalos da programação e cada um teria a duração de 5 minutos. Em cada informativo haveria a divisão em três partes das informações. A primeira parte será uma nota com dados relacionados a uma determinada doença de grande incidência no público feminino compreendido entre 40 e 60 anos. A segunda parte trará uma breve entrevista com um profissional da área da saúde explicando mais sobre a enfermidade que foi abordada na nota. Além da explicação, ele apontará as formas de prevenção e tratamento. E na terceira e última parte do programete, serão passadas dicas naturais de saúde que contribuam com a prevenção da doença em questão.

As moléstias que devem servir de tema para este trabalho são: a hipertensão, o câncer de mama e o diabetes. Ou seja, a nota informativa para o primeiro programete deverá conter dados referentes à hipertensão. Em seguida, integrando o mesmo quadro, uma entrevista com um profissional especializado neste tipo de enfermidade será passada aos ouvintes e, por último, o público receberá dicas de saúde sobre as formas de prevenção da hipertensão. O critério para seleção das doenças que servirão

de base noticiosa foi definido pelo autor do trabalho, tomando como base enfermidades que frequentemente são alvo de reportagens em programas jornalísticos.

Todas as informações sobre dicas de saúde e notas informativas serão retiradas de fontes oficiais, como por exemplo, sites, revistas e estudos de pesquisadores da área. Todos os dados fornecidos pelas reportagens terão embasamento coerente. O objetivo é apresentar alguns números referentes a cada doença para mostrar ao ouvinte, especialmente ao público feminino, como as moléstias citadas vêm evoluindo com o passar dos anos e quão importante é a prevenção.

Por se tratar da área médica, a linguagem desenvolvida deverá ser bastante simples e objetiva para atrair a atenção do ouvinte. É importante extrair os termos técnicos e/ou expressões de difícil compreensão para o público entender a mensagem que será passada. Clareza e coerência serão itens imprescindíveis no momento de elaborar o conteúdo noticioso. As notas e dicas de saúde deverão ter duração de 30 segundos a um minuto, e as entrevistas com profissionais da área da saúde devem ter duração de três a quatro minutos.

Por se tratar de um quadro informativo que será veiculado nos intervalos dos programas das emissoras, haverá uma vinheta de abertura identificando o início do programete e outra para o encerramento. Dessa maneira, o ouvinte poderá familiarizar-se todas as vezes que o programete iniciar. Além das vinhetas, uma trilha será inserida no momento da narração do locutor e, na medida em que a entrevista com o profissional transcorrer, uma nova trilha de fundo será colocada. É importante destacar que a nota informativa, a reportagem e as dicas de saúde terão a mesma trilha para que o ouvinte se familiarize com os programetes.

## **5.1 Pautas**

**Pauteiro: Vinicius dos Santos**

**Retranca: Hipertensão/mulher**

**Data: 1/10/2010**

**Fonte: Francisco Haberman - Docente do Departamento de Clínica Médica – FMB Botucatu – UNESP**

**Tema: A Hipertensão e os riscos da doença à saúde da mulher.**

**Sinopse:** A incidência estimada de hipertensão no Brasil atualmente é de 35% da população acima de 40 anos. Isso equivale em números absolutos um total de 17 milhões de portadores da doença, segundo estimativa de 2004 do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). Cerca de 75% dessas pessoas recorrem ao Sistema Único de Saúde (SUS) para receber atendimento na Atenção Básica.(Ministério da Saúde).

**Encaminhamento:** Apontar as causas da doença, incidência dela no Brasil, formas de prevenção e tratamentos.

**Fontes:** **Francisco Haberman** - Docente do Departamento de Clínica Médica – Faculdade de Medicina de Botucatu – UNESP.

Celular: 91260660 (Falar com Leandro Rocha – Assessor de imprensa da Faculdade de Medicina)

Site: Ministério da Saúde ([www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br))

**Sugestões de perguntas:**

- 1) Explique o que é a Hipertensão?
- 2) Quantas pessoas no País são atingidas pela doença?
- 3) De que maneira as pessoas podem fazer para evitar esse problema?
- 4) Quais são as formas de tratamento?
- 5) A Hipertensão tem cura?
- 6) Qual a porcentagem de cura dos pacientes que diagnosticam a doença em sua fase inicial?

**Pauteiro: Vinicius dos Santos**

**Retranca: Câncer de mama/mulher**

**Data: 15/10/2010**

- **Fonte: Marcus Guazzelli Mauricio de Oliveira–Ginecologista, Obstetra e Mastologista**

**Tema:** Os riscos do câncer de mama à mulher com idade entre 40 e 60 anos.

**Sinopse:** O câncer de mama é provavelmente o tumor que mais gera medo às mulheres, em função de sua alta frequência e, sobretudo pelos seus efeitos psicológicos, que afetam a percepção da sexualidade e a própria imagem pessoal. Ele é relativamente raro antes dos 35 anos de idade, mas acima desta faixa etária sua

incidência cresce rápida e progressivamente. No Brasil, o câncer de mama é o que causa mais mortes entre as mulheres.

**Encaminhamento:** Com o especialista deve-se apontar as causas desse tipo de câncer, incidência dele no país, formas de prevenção e tratamentos.

**Fontes:** Marcus Guazzelli Mauricio de Oliveira – Ginecologista, Obstetra e Mastologista.

END: PÇA ISABEL ARRUDA , 157 – SALA 21

Fone: 3814-44-06 (Falar com Cláudia- secretária)

Site: Ministério da Saúde ([www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br)).

**Sugestões de Perguntas:**

- 1) Como identificar o câncer de mama?
- 2) Quais as causas da doença?
- 3) Qual o número de pessoas que sofrem com essa enfermidade no Brasil?
- 4) Como prevenir?
- 5) Quais as formas de tratamento?

**Pauteiro: Vinicius dos Santos**

**Retranca: Diabetes/mulher**

**Data: 6/10/2010**

**Fonte: Adriana Lúcia Mendes –Endocrinologista**

**Tema:** Os tipos de diabetes e os riscos à saúde da mulher.

**Sinopse:** O diabetes está se tornando a epidemia do século e já afeta cerca de 246 milhões de pessoas em todo o mundo. Até 2025, a previsão é de que esse montante chegue a 380 milhões. Dados apontam que boa parte das pessoas que têm diabetes, doença que pode atingir crianças de qualquer idade, desconhece a sua própria condição. No Brasil, de acordo com o Vigitel 2007 (Sistema de Monitoramento de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas Não Transmissíveis), a incidência média de diabetes na população adulta (acima de 18 anos) é de 5,2%, o que representa 6.399.187 de pessoas que confirmaram ser portadoras da doença.

**Encaminhamento:** Apontar as causas da enfermidade, formas de prevenção e tratamentos.



**Fontes:** Adriana Lúcia Mendes –Endocrinologista

End: Faculdade de Medicina de Botucatu, campus da Unesp – Rubião Junior, s/n  
 Celular: 91260660 (Falar com Leandro Rocha – Assessor de imprensa da Faculdade de Medicina)

Site: Ministério da Saúde ([www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br)).

**Sugestões de perguntas:**

- 1) Quais os tipos de diabetes?
- 2) Explicar melhor o que é essa doença?
- 3) Quais as causas?
- 4) Como prevenir?
- 5) Quais as formas de tratá-la?

**5.2 Roteiros**

**5.2.1 Roteiro Hipertensão**

Locutor: VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS Editoria:SAÚDE	Redator:VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS Retranca: HIPERTENSÃO
---	---

Locutor ou Técnica	TEXTO ou INFORMAÇÃO TÉCNICA
	0123456789012345678901234567890123456789012345678901234
<b>TÉCNICA</b>	<b>RODA VINHETA DE ABERTURA VAI A BG</b> <b>VAI A BG</b>

	<b>LOCUTOR</b>	<p>A hipertensão ou pressão alta pode não apresentar sintomas// Nesse caso/ a pessoa sofre durante meses e até anos sem sentir nada// No Brasil/ o IBGE estima que 35% da população acima de 40 anos tenha hipertensão// Isso equivale a um total de 17 milhões de portadores da doença/ segundo estimativa de 2004//</p> <p>A hipertensão não tem cura// Quem sofre com o problema tem de manter um estilo de vida adequado// Controlar a alimentação/ evitando gorduras e sal/ e praticar exercícios físicos regularmente é a combinação sugerida por médicos para cuidar da pressão alta</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<b>SOBE E DESCE BG</b>
	<b>LOCUTOR</b>	<p>A hipertensão/ que pode ser caracterizada pela variação da pressão sanguínea/ pode ocasionar no ser humano/ derrame/ infarto e ainda insuficiência renal//</p> <p>Para combater a doença o médico nefrologista do Departamento de Clínica Médica da Faculdade de Medicina de Botucatu Francisco Haberman/ explica as formas de tratamento existentes//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<p><b>DI – 1’50 – hoje em dia não há pressão</b></p> <p><b>DF – 2’23 – a farmacoterapia atual é a melhor.</b></p>

	<b>LOCUTOR</b>	<p>Segundo Haberman/ a pressão ideal para qualquer pessoa seria a de 12 por 8// O limite da pressão sanguínea/ que mantém a pessoa distante dos remédios/ seria no máximo de 14 por 9// Ultrapassado este índice/ torna-se necessário a ingestão de medicamentos específicos//</p> <p>O nefrologista explica que alguns fatores contribuem para o desenvolvimento da hipertensão//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<p><b>DI= 4'14 – a genética que facilita</b></p> <p><b>DF = 4'46” – o que exige uma mudança no estilo de vida</b></p> <p><b>CORTINA COM BG</b></p>
	<b>LOCUTOR</b>	<p>O programa “Saúde em dia”/ traz algumas orientações para prevenção e controle da hipertensão arterial//</p> <p>Evite excesso de sal e frituras e aumente o consumo de frutas/ verduras/ legumes e peixes//</p> <p>Temperos naturais como limão/ ervas/ alho/ cebola/ salsa e cebolinha/ são importantes aliados contra a doença//</p> <p>Nós ficamos por aqui e agradecendo a sua companhia// Um grande abraço e até a próxima//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<b>VINHETA DE ENCERRAMENTO</b>
	<b>LOCUTOR</b>	<b>CRÉDITOS</b>

## 5.2.2 Roteiro Câncer

Locutor: VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS Editoria: SAÚDE	Redator: VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS Retranca: CÂNCER
--	---

Locutor ou Técnica	TEXTO ou INFORMAÇÃO TÉCNICA
	0123456789012345678901234567890123456789012345678901234
<b>TÉCNICA</b>	<b>RODA VINHETA DE ABERTURA VAI A BG VAI A BG</b>
<b>LOCUTOR</b>	<p>Em todo o mundo/ o câncer de mama é o mais comum entre as mulheres//</p> <p>Anualmente/ 22% novos casos aparecem// De acordo com o Instituto Nacional do Câncer/ INCA/ desde 2003/ esse tipo de neoplasia é a segunda causa de morte na população brasileira//</p> <p>No Brasil/ as taxas de mortalidade ainda são elevadas// Isto ocorre em função do câncer de mama não ser diagnosticado em estágio inicial//</p> <p>Em 2010 a estimativa da Organização Mundial da Saúde/ OMS/ é de que 49 mil 240 novos casos sejam registrados em todo mundo//</p> <p>Para mudar essa realidade e controlar o câncer/ a informação de qualidade/ detalhada e precisa/ é condição fundamental//</p>
<b>TÉCNICA</b>	<b>SOBE E DESCE BG</b>
<b>LOCUTOR</b>	<p>O câncer de mama que é causado pela multiplicação anormal de células da mama/ formando um tumor maligno/ é a segunda causa de morte da população brasileira//</p> <p>Especialistas afirmam que quanto mais cedo o câncer for identificado/ maior é a probabilidade de cura// Para o médico mastologista/ Marcus Guazelli/ as causas do câncer podem ser de diferentes naturezas//</p>

	<b>TÉCNICA</b>	<b>DI – 50” = isto pode ser devido</b> <b>DF – 1’03” = e outras substâncias</b>
	<b>LOCUTOR</b>	Para identificar a neoplasia em seu estágio inicial/ a mulher tem de realizar o auto-exame das mamas// Quando notar alguma saliência é recomendado à ida ao médico para um prognóstico específico//  Guazelli destaca a importância da identificação precoce do câncer//
	<b>TÉCNICA</b>	<b>DI – 1’13” = a identificação deve ser</b> <b>DF- 1’48” = melhor vai ser o futuro</b>
	<b>LOCUTOR</b>	Adotar um estilo de vida equilibrado é a melhor arma para se combater o câncer de mama// Alimentação balanceada e a prática de exercícios físicos regulares são ferramentas indispensáveis para prevenir a doença//  O especialista apontou ainda/ as formas de tratamento existentes para o combate da neoplasia//
	<b>TÉCNICA</b>	<b>DI – 3’55” = o tratamento do câncer</b> <b>DF – 4’26” = final da fala – deve compor essa tríade</b> <b>CORTINA COM PASSAGEM</b>

	<b>LOCUTOR</b>	<p>Uma alimentação balanceada é o principal remédio contra o câncer// Por isso/ faça ingestão de frutas/ verduras e legumes// Estes alimentos são aliados poderosos contra a neoplasia de mama//</p> <p>Estudos recentes publicados pela Universidade de Toronto no Canadá/ garantem que a semente de linhaça é capaz de acabar com a metástase em pacientes com câncer de mama// Este alimento possui minerais/ proteínas e vitamina E/ importante aliado para afastar o envelhecimento precoce e as doenças degenerativas//</p> <p>O programa “Saúde em Dia” se despede agradecendo sua audiência// Um grande abraço e até o próximo programa//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<b>VINHETA DE ENCERRAMENTO</b>
	<b>LOCUTOR</b>	<b>CRÉDITOS</b>

### 5.2.3 Roteiro Diabetes

<p>Locutor: VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS  Editoria: SAÚDE</p>	<p>Redator: VINICIUS DALLAQUA DOS SANTOS  Retranca: DIABETE</p>
---	---

<b>Locutor ou Técnica</b>	TEXTO ou INFORMAÇÃO TÉCNICA
	01234567890123456789012345678901234567890123456789012345678901234
	<b>TÉCNICA</b> <b>RODA VINHETA DE ABERTURA VAI A BG</b> <b>VAI A BG</b>

	<b>LOCUTOR</b>	<p>Em todo mundo cerca de duzentas e quarenta e seis milhões de pessoas têm diabetes e um alto percentual vive em países em desenvolvimento/ de acordo com a Federação Internacional de Diabetes/ IDF // Até dois mil e 25/ a previsão é de que esse número chegue a trezentos e oitenta milhões pessoas//</p> <p>Alguns diabéticos desconhecem sua própria condição//</p> <p>No Brasil/ cerca de 10 milhões de pessoas tem a doença e aparecem 500 novos casos todos os dias// Segundo o Sistema de Monitoramento de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas Não Transmissíveis/ Vigitel/ em dois mil e 7/ seis milhões e quatrocentas mil pessoas confirmaram ser portadoras da doença//</p> <p>O Ministério da Saúde aponta que os casos de diabetes aumentam com a idade e que quase vinte por cento da população brasileira acima de sessenta e cinco anos é diabética//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<b>SOBE E DESCE BG</b>
	<b>LOCUTOR</b>	<p>O Diabetes/ que é caracterizado pelo aumento do açúcar no sangue/ é uma doença que não tem cura/ por isso/ a prevenção é a principal arma contra esse distúrbio//</p> <p>De acordo com Adriana Lúcia Mendes/ médica endocrinologista da Faculdade de Medicina de Botucatu/ há aproximadamente cinquenta tipos de Diabetes/ porém/ três são os mais conhecidos.</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<p><b>D.I = Na verdade sabe-se (57'')</b>  <b>D.F= e tem também o gestacional (2'04'')</b></p>

	<b>LOCUTOR</b>	Além de ser considerada uma doença crônica/ o Diabetes está relacionado com uma série de outros problemas de saúde// Órgãos como coração/ rim e olhos podem sofrer distúrbios de diferentes naturezas em decorrência do Diabetes//  Ainda de acordo com Adriana/ para cada tipo de Diabete há formas diferentes de tratamento//
	<b>TÉCNICA</b>	<b>DI = 2'52 – o tipo 1 necessariamente vai...</b>  <b>DF = 3'31 – cada uma contempla uma fase..</b>
	<b>LOCUTOR</b>	Os medicamentos utilizados em pacientes portadores de Diabetes são diversificados e de mecanismos diferentes// Cada caso comporta uma determinada combinação de remédios e a expectativa é que surjam três ou quatro tipos diferentes de medicação nos próximos anos//
	<b>TÉCNICA</b>	<b>PASSAGEM</b>



	<b>LOCUTOR</b>	<p>Alguns alimentos já tiveram seu poder cientificamente comprovado contra o Diabetes// Preste atenção nas dicas que o “Saúde em dia” traz para você//</p> <p>Consuma cogumelos: A enzima Ergosterol/ presente neste alimento/ empurra a insulina para dentro das células// A porção diária recomendada é de três colheres de sopa//</p> <p>Alimentos que possuem fibras solúveis tornam a absorção da glicose mais lenta// Consuma aveia/ berinjela/ arroz integral/ maçã/ manga e pêra//</p> <p>E lembre-se tanto a cebola quanto o alho são tradicionalmente usados contra a doença/ pois purificam o sangue/ reduzindo o açúcar//</p> <p>O programa “Saúde em Dia” termina aqui// Obrigado pela audiência e um grande abraço//</p>
	<b>TÉCNICA</b>	<b>VINHETA DE ENCERRAMENTO</b>
	<b>LOCUTOR</b>	<b>CRÉDITOS</b>

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração desse trabalho expõe um problema facilmente encontrado em algumas emissoras de rádio brasileiras: O pouco espaço dado à área da saúde nas grandes emissoras de rádio.

Tomando como base a programação da Rádio Jovem Pan AM, de São Paulo, e a Rádio CBN, também de São Paulo, consideramos que, embora existam programas que tratam de inúmeros assuntos que envolvam nosso dia-a-dia, incluindo saúde, o espaço para essa editoria é pequeno.

Dada a quantidade de problemas e doenças que acometem os brasileiros, seria oportuno que as emissoras de rádio pudessem oferecer espaços para médicos, especialistas e pesquisadores do campo da medicina. A ferramenta mais eficaz no combate a enfermidades ainda é a informação. Pensando nisso, elaboramos esta série de programetes que serão inseridos nos intervalos das programações de rádios. Com isso, podemos colaborar na disseminação de informações que vão ao encontro do público-consumidor do conteúdo radiofônico.

Podemos elencar neste espaço algumas dificuldades enfrentadas na elaboração desse trabalho. A primeira delas foi a pouca informação existente em livros sobre o tema “Jornalismo em Saúde”. O material que utilizamos nesse capítulo advém de artigos científicos e portais da internet que abordam o tema. Em uma segunda etapa, houve um tempo maior para realização das entrevistas com os médicos e pesquisadores utilizados como fontes de informação dos programetes. Levando em consideração a dinâmica de trabalho de médicos, foi difícil encontrar alguns minutos na agenda dos especialistas entrevistados para que pudessemos executar as entrevistas. Em um terceiro momento, o grande problema enfrentado foi o cansaço. Algumas horas de pesquisa nas madrugadas foram necessárias para conclusão do projeto, que teve início no mês de abril e é finalizado em novembro de 2010.

Este projeto contribuiu de forma significativa para aquisição de informações sobre as doenças abordadas nos programetes. Os números assustam, dada, a quantidade de pessoas que estão acometidas por estas moléstias. O jornalismo brasileiro, especialmente o de rádio, uma vez que possui grande abrangência,

necessita de informações objetivas que esclareçam a opinião pública. A sociedade brasileira terá capacidade de mobilização preventiva a partir do momento que souber dos números e as formas de prevenção existentes. Dessa forma, o projeto reveste-se de um caráter explicativo que fornece a mulher brasileira um conteúdo simples, direto e objetivo, que propõe a reflexão – com o propósito de mudança no estilo de vida - sobre as doenças apresentadas.

## REFERÊNCIAS

CALABRE, Lia. **A era do rádio**: descobrindo o Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Ciência em Debate: jornalismo científico nas ondas do rádio. **Comunicação & Educação**: Revista do Curso Gestão da Comunicação, 2008.

INCA. Instituto Nacional do câncer. Disponível em:  
<[http://www.inca.gov.br/70anos/revista/revista\\_rede\\_cancer\\_2.pdf](http://www.inca.gov.br/70anos/revista/revista_rede_cancer_2.pdf)>. Acesso em: 22 set. 2010.

JORNALISMO CIENTÍFICO. Disponível em:  
<<http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/conceitos/jornalismosaude.php>>. Acesso em: 13 set. 2010.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

KUSCINSKY, Bernardo. Jornalismo e saúde na era neoliberal. In: CONGRESSO DE SAÚDE PÚBLICA, 7., 2001, São Paulo. **Resumos...** São Paulo: Scielo, 2001. Mesa Redonda. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902002000100010&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902002000100010&script=sci_arttext&tlng=pt) >. Acesso em: 7 out. 2010.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: Ed.UNB, 1996.

MARQUES DE MELO, José. Comunicação em Saúde: requisito para o desenvolvimento sustentável. **PCLA**, v. 3, n. 1, out.-dez. 2001. Disponível em:< <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/artigos%209-2.htm>>. Acesso em: 24 out. 2010

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

NELKIN, Dorothy. Selling science. **How the press cover science and technology**. USA: Freeman and Company, 1995. Disponível em:< <http://www.sinprorp.org.br/tese/005.htm>>. Acesso em: 17 out. 2010

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2003.

SANTOS, Hernani. **Manual de jornalismo de rádio**. Lisboa: Centro Protocolar de Formação profissional para jornalistas (CENJOR), 2003. Disponível em: <<http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.exe?key=&doc=73221&img=452>>. Acesso em: 25 set. 2010

## APÊNDICE A

Entrevista com Francisco Haberman - Docente do Departamento de Clínica Médica – FMB Botucatu – UNESP

1) Quais são as formas de tratamento da hipertensão?

Resposta (Sonora 1): Hoje em dia não há pressão que resista aos remédios. Nós temos, felizmente, drogas que controlam perfeitamente a hipertensão arterial. Recentemente, ainda nesse mês (outubro), um congresso da sociedade internacional de hipertensão, realizada em Vancouver, no Canadá, onde nós estivemos presentes, pudemos perceber que a farmacoterapia atual ainda é a melhor.

2) Quais as causas da doença?

Resposta (Sonora 2): A genética que facilita o aparecimento da pressão arterial na população e o outro fator é o aumento do peso corporal, mais o stress, como já havia dito. E você pergunta, no Brasil quantos tem acima de 140 por 90. Exatamente 1/3 da população brasileira - o que é muita gente, o que exige muita mudança no estilo de vida para grande parte da nossa população.

## APÊNDICE B

Entrevista com Marcus Guazzelli M. de Oliveira – Ginecologista, Obstetra e Mastologista

1) Quais as causas do câncer de mama?

Resposta (Sonora 1): Isto pode ser devido a alterações genéticas ou até mesmo causas externas, como: a radiação, e outros fatores que levam ao câncer, por exemplo, o cigarro com câncer de pulmão e outras substâncias.

2) Como identificar o câncer de mama?

Resposta (Sonora 2): A identificação deve ser feita pelo diagnóstico precoce. Há uma diferença entre você palpar um câncer de mama, uma diferença no tratamento, e a mulher fazer o diagnóstico através da mamografia e do ultrassom. Quanto mais precoce o diagnóstico, melhor é o prognóstico dessa paciente. O restante da vida dela vai ser melhor. Ela vai fazer a cirurgia, quimioterapia, radioterapia, mas, quanto mais cedo você conseguir detectar o câncer melhor vai ser o futuro.

3) Quais as formas de tratamento?

Resposta (Sonora 3): O tratamento do câncer de mama é feito através de várias formas. A cirurgia é a primeira a ser realizada, a quimioterapia e a radioterapia. Esses são os três métodos de tratamento, já com trabalhos científicos confirmando. Existem outros tipos de tratamentos, como o tratamento psicológico que deve compor essa tríade.

## APÊNDICE C

Entrevista com Adriana Lúcia Mendes, médica endocrinologista da Faculdade de Medicina de Botucatu.

### 1) Quais os tipos de diabetes?

Resposta (Sonora 1): Na verdade sabe-se que já tem quase cinqüenta tipos de diabetes. Os mais comuns são o Diabetes tipo 1, aquele que conhecemos que passa na infância com jovens que se manifesta de maneira abrupta. São pessoas que geralmente não são obesas e que precisam da insulina para viver. O tipo 2 é o que está em 95% dos casos, que acontecem em pessoas mais idosas. Tem relação com o sedentarismo, excesso de peso ou história familiar de diabetes e geralmente a necessidade da insulina vai acontecer com o passar dos anos, não necessariamente para viver como acontece no tipo 1, mas, tem a necessidade do controle com a insulina. E tem também o diabetes gestacional, que acontece no momento da gravidez e também está relacionado com o aparecimento do diabetes tipo 2 mais tardiamente.

### 2) Quais as formas de tratá-la?

Resposta (Sonora 2): O tipo 1 necessariamente vai precisar da insulina. O tipo 2, em um primeiro momento, vai entrar com uma mudança no estilo de vida – isto para qualquer tipo de Diabetes – seja 1,2, gestacional, que inclui alimentação adequada, fracionada em seis refeições/dia de preferência e atividade física (no mínimo 150 minutos semanais). E as medicações – diversas – cada uma contempla uma fase.