

Série Mídia e Mobilização Social

# Equilíbrio Distante

tabaco, álcool e adolescência  
no jornalismo brasileiro

## **ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância**

---

PRESIDENTE

**Regina Festa**

DIRETOR DE PLANEJAMENTO

**Marcus Fuchs**

DIRETOR-EDITOR

**Veet Vivarta**

EDITORA DE ANÁLISE DE MÍDIA

**Patrícia Andrade**

CONSULTOR DE PESQUISA E ESTATÍSTICA

**Guilherme Canela**

---

**SDS Ed. Boulevard Center, Bloco A, Sala 101**

**70391-900 – Brasília, DF**

**Fone: (61) 322-6508 | Fax: (61) 322-4973**

**E-mail: analisedemidia@andi.org.br**

**Site: www.andi.org.br**

## **CORTEZ EDITORA**

---

**Rua Bartira, 317 Perdizes**

**05009-000 – São Paulo SP**

**Fone.: (11) 3864-0111 | Fax: (11) 3864-4290**

**E-mail: cortez@cortezeditora.com.br**

**Site: www.cortezeditora.com.br**

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Equilíbrio distante : tabaco, álcool e adolescência no jornalismo brasileiro / coordenação Veet Vivarta. – São Paulo : Cortez, 2003. – (Série mídia e mobilização social ; v. 3)

Várias editoras.

Apoio: Ministério da Educação, Instituto Ayrton Senna.

ISBN 85-249-0912-9 (Cortez)

1. Adolescentes – Uso de álcool 2. Adolescentes – Uso de tabaco  
3. Comunicação de massa – Aspectos sociais 4. Jornalismo – Aspectos sociais I. Vivarta, Veet. II. Título: Tabaco, álcool e adolescência no jornalismo brasileiro. III. Série.

03-0325

CDD-070.449362290835

### **Índices para catálogo sistemático:**

1. Adolescentes : Uso de álcool e tabaco : Cobertura jornalística  
070.449362290835

Série Mídia e Mobilização Social

# Equilíbrio Distante

tabaco, álcool e adolescência  
no jornalismo brasileiro

Realização:



Apoio:



# Ficha Técnica

---

SÉRIE MÍDIA E MOBILIZAÇÃO SOCIAL – Vol. 3

**Equilíbrio Distante – tabaco, álcool e  
adolescência no jornalismo brasileiro**

---

REALIZAÇÃO

**ANDI / Unicef / Cortez Editora**

APOIO

**MEC / Instituto Ayrton Senna**

EDIÇÃO

**Patrícia Andrade**

TEXTO

**Âmbar de Barros, Patrícia Andrade e Veet Vivarta**

PRODUÇÃO

*Coordenação:* **Ana Flávia Flôres**

*Assistentes:* **Emília Boudens, Janaína Freire, Ane Lima, Antônia Amélia, Eduardo Tavares e Rubenita Correa**

REVISÃO

**Lourenço Flores**

CLIPAGEM E CLASSIFICAÇÃO

*Coordenação Geral:* **Patu Antunes e Pedro Ivo Alcântara**

*Assistentes:* **Adriano Duarte, Aláise Beserra, Ana Gabriela Sales, Ana Graciele, Antônia Amélia da Conceição, Bruno de Sá, Cláudia Gisele Alves, Deilson Vogado, Érika Nunes, João Rodrigo de Lavor, Leandro Ferreira, Leonardo Faria, Magda Dias, Márcia Lima, Pablo Souto, Renata Noiar, Renato Farias, Sérgio de Castro, Thiago Araújo. Mídia Jovem: Gabriela Goulart (editora), Gisliene Hesse, João Ricardo Bulcão, Maria Moraes, Patricia Osandon, Thiago Hexsel.**

CONSULTORIA ESTATÍSTICA

*Assistentes:* **Fábio José Novaes de Senne, Paulo Roberto Attina Filho e Railssa Peluti Alencar**

*Processamento de Dados e Digitação:* **Wilson Rizzo**

DIRETÓRIO DE FONTES

*Coordenação e edição:* **Raquel Raw**

*Coleta de Dados:* **Mariana Costa Mendes**

PROJETO GRÁFICO

**Tool Box Produções Ltda**

DIAGRAMAÇÃO

**André Oliveira**

FOTOGRAFIAS (Capa e páginas internas)

**Rayssa Coe**

FOTOLITO

**XXXXXXXXXXXXXXXXXX**

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

**XXXXXXXXXXXXXXXXXX**

DISTRIBUIÇÃO E VENDAS

**Cortez Editora**

TIRAGEM

**5 mil exemplares**

*As opiniões e análises que integram o presente volume são de responsabilidade exclusiva da ANDI e dos autores dos artigos. É permitida a reprodução de trechos desta publicação, desde que citada a fonte.*

# Sumário

---

○	Uma Apresentação	8	<i>A série Mídia e Mobilização Social busca instrumentalizar jornalistas, fontes de informação e estudantes universitários</i>
○	Introdução	11	<i>Poucos assuntos são tão difíceis de abordar quanto o uso de drogas – inclusive o das lícitas. Mas é preciso romper as barreiras</i>
①	Hábito Permitido	21	<i>Qualificar as discussões sobre consumo de cigarro e bebidas alcoólicas na adolescência é um desafio para a imprensa</i>
②	Entre Goles e Tragadas	41	<i>Álcool e Tabaco são drogas com características bem distintas. A postura da sociedade diante delas também apresenta diferenças</i>
③	Ação Decisiva Contra o Cigarro	61	<i>Com medidas claras para frear o tabagismo, o governo consegue atrair a parceria da sociedade e mobilizar a imprensa</i>
④	Álcool: um Desafio Político	75	<i>O sucesso da iniciativa para limitar a publicidade do cigarro colca novo desafio para a sociedade: a prevenção ao uso do Álcool</i>
⑤	Comportamento Editorial	93	<i>A cobertura sobre Tabaco e Álcool na adolescência enfrenta dificuldades de enfoque, abordagem e tratamento</i>
⑥	Para Saber Mais	111	<i>Um roteiro com explicações sobre termos usados no universo das drogas lícitas e indicações de fontes de informação relevantes</i>
○	Consultores da Pesquisa	144	<i>Os especialistas que participaram do Grupo de Análise de Mídia em Tabaco e Álcool na adolescência</i>
○	Entidades Parceiras	146	<i>As instituições que contribuíram na elaboração deste projeto</i>

# Mídia e Mobilização Social – Uma Apresentação

---

A série *Mídia e Mobilização Social* é resultado da experiência que a **ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância** acumula desde 1992, quando passou a desenvolver um conjunto de estratégias direcionadas à expansão da presença de temáticas associadas à infância e à adolescência na pauta dos meios de comunicação brasileiros.

Ao mesmo tempo, esta série de livros representa a possibilidade de a ANDI e seus parceiros avançarem de forma mais objetiva no processo de instrumentalizar jornalistas, comunicadores, fontes de informação e estudantes universitários para a prática de um jornalismo socialmente responsável e alinhado com os principais parâmetros do desenvolvimento humano.

## **A imprensa e os desafios da agenda social**

Por uma feliz sincronicidade, esta série chega ao público num momento em que a conjuntura política e social do País exige da mídia uma cobertura não apenas mais abrangente e plural, mas também muito mais qualificada.

Por outra sincronicidade, nada feliz, estes livros e os desafios colocados pela agenda do governo federal – que se propõe a alavancar o resgate de significativa parcela de nossa dívida social – vão encontrar fragilizada a maioria das empresas de comunicação e suas redações, vitimadas por um grave contexto recessivo. Além dos repetidos cortes de pessoal e conseqüente sobrecarga de trabalho, as redações ainda lutam contra outros dois sérios limites: uma formação do corpo profissional apoiada em currículos acadêmicos quase sempre defasados de uma perspectiva nacional mais ampla, e o despreparo resultante do hábito perverso, enraizado ao longo das últimas décadas, de considerar a pauta social como sendo bem menos relevante, do ponto de vista jornalístico, do que a de política ou de economia.

## **Por uma nova cultura jornalística**

Isso não significa que falem exemplos de bom jornalismo social na imprensa brasileira. A ANDI, que acompanha muito de perto o trabalho dos meios de comunicação das diversas regiões do País, regularmente tem a oportunidade de registrar a veiculação de expressivas contribuições da imprensa para o enfrentamento das mazelas que colocam em risco o desenvolvimento de

nossas crianças e adolescentes. O problema é que na maior parte das vezes essas matérias ainda são mais o resultado de esforços individuais do que de linhas editoriais consolidadas.

Para que a imprensa venha a desempenhar com eficiência o papel que lhe cabe no processo de construção de um País menos vulnerabilizado pelas injustiças sociais, será necessário que se cristalice – não apenas na redações, mas já nas universidades – uma cultura jornalística suficientemente madura para pensar as questões inerentes ao desenvolvimento humano como abordagem transversal à cobertura oferecida a todas as grandes temáticas nacionais.

### **O poder da informação**

Cada um dos volumes que compõem a série *Mídia e Mobilização Social* teve como ponto de origem uma análise aprofundada, de cunho quanti-qualitativo, sobre o tratamento editorial dado pela imprensa brasileira a um determinado tema central para a promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente. Essas análises de mídia, elaboradas por equipes que reúnem profissionais de jornalismo e consultores especializados nas áreas em foco, não somente reconhecem os méritos e diagnosticam os principais problemas da cobertura, mas também procuram apontar caminhos para uma maior qualificação do trabalho do profissional de imprensa e mesmo do estudante de Comunicação Social.

A ANDI e seus parceiros reconhecem ainda ser fundamental a criação de uma cultura de co-responsabilidade pela qualidade da informação pública. Por isso, o presente volume, como os demais da coleção *Mídia e Mobilização Social*, contempla diretamente aspectos relacionados ao papel das fontes de informação na produção da notícia. Tanto quanto os jornalistas, esses atores sociais – governamentais, do setor privado ou da sociedade civil – são entendidos ao longo das próximas páginas como personagens prioritários no processo de democratização e de qualificação da informação – elementos essenciais na construção de consciências e de um estado permanente de mobilização transformadora.

Por todas estas razões, *Mídia e Mobilização Social* pretende ser uma nova contribuição aos avanços que a imprensa brasileira já tem conquistado no sentido de que crianças e adolescentes sejam o centro da pauta do desenvolvimento humano.



# Introdução

---

*Poucos assuntos são tão polêmicos e difíceis de abordar quanto o uso de drogas. Mesmo as lícitas, como o Tabaco e o Álcool, exigem um tratamento editorial diversificado e propositivo*



O CIGARRO E AS BEBIDAS ALCOÓLICAS FAZEM PARTE DO COTIDIANO DE MILHÕES DE JOVENS BRASILEIROS. NO CASO DE MUITOS ADOLESCENTES, EXPERIMENTAR ESSAS DROGAS CHEGA A SER UM RITO DE PASSAGEM OU UMA FORMA DE CONQUISTAR A APROVAÇÃO DOS AMIGOS. SOCIALMENTE ACEITOS E AMPLAMENTE CONSUMIDOS NO PAÍS, MAS TÃO PREJUDICIAIS À SAÚDE QUANTO AS DROGAS ILÍCITAS, O TABACO E O ÁLCOOL AINDA NÃO MERECEM DA IMPRENSA BRASILEIRA UMA COBERTURA EQUILIBRADA, IMPARCIAL E DESAPAIXONADA.

NÃO RARO, AO FALAR SOBRE ESSAS SUBSTÂNCIAS LÍCITAS, A MÍDIA ASSUME UM DISCURSO MORALISTA, PRECONCEITUOSO E ALARMISTA. ESSA FÓRMULA NÃO FUNCIONA, SOBRETUDO PORQUE A MENSAGEM DEVE SENSIBILIZAR E MOBILIZAR O PÚBLICO JOVEM, SE REALMENTE PRETENDE LEVAR À MUDANÇA DE COMPORTAMENTO. É PRECISO, TAMBÉM, IR ALÉM DA CLÁSSICA ABORDAGEM SOBRE OS PROBLEMAS GERADOS PELO CONSUMO DE CIGARRO OU DE BEBIDAS. POR MAIS TECNICAMENTE CORRETA QUE ELA POSSA SE MOSTRAR, ACABA SENDO POUCO EFICAZ PERANTE PESSOAS QUE ESTÃO NO AUGE DE SUA VITALIDADE.

POR ISSO A IMPORTÂNCIA DE TRABALHAR CONCEITOS QUE ESTIMULEM A PROMOÇÃO DA SAÚDE, DEIXANDO CLARO PARA OS ADOLESCENTES O QUE PODEM GANHAR QUANDO ADOTAM UM CUIDADO COTIDIANO COM O CORPO E A MENTE.

Não há dúvidas entre os especialistas de que essas duas drogas são as que mais causam impactos sociais. Tome-se o exemplo do Álcool – tema que, na comparação com o Tabaco, tem sido menos discutido pela sociedade. Ao analisar as internações hospitalares decorrentes do uso de drogas no Brasil entre os anos de 1988 e 1999, pesquisadores do Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (Cebrid), ligado à Universidade Federal de São Paulo, descobriram que o Álcool foi o responsável por nada menos do que 90% do total.

De acordo com o Datasus, sistema de informações do Ministério da Saúde, os gastos públicos com as internações decorrentes do consumo indevido de Álcool e de outras drogas cresceram 12% entre 1998 e 2001, passando de cerca de R\$ 61 milhões para R\$ 69 milhões. Isso sem contar os prejuízos com atrasos, faltas, acidentes e queda na produtividade no trabalho, causados pelo uso abusivo de bebidas alcoólicas. Segundo o psicólogo Amadeu Roselli Cruz, coordenador do Laboratório de Psicofarmacologia Social e Prevenção do Abuso de Drogas do Instituto de Ciências Biológicas da Universidade Federal de Minas Gerais, o consumo de Álcool está por trás de mais de 50% dos acidentes de trânsito, 80% dos casos de agressão física e entre 20% e 30% dos homicídios.

### **Mobilização contra o Tabaco**

Se o debate em torno do Álcool ainda não se tornou prioridade na agenda do governo e da sociedade brasileira,



Duas séries de pesquisas sobre o tratamento dado pela mídia brasileira ao consumo de drogas lícitas pelos adolescentes foram coordenadas pela ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância entre 1999 e 2001. As análises focalizaram suplementos e revistas destinados ao público jovem e também os principais jornais do País. Os resultados radiografam a precariedade da cobertura sobre o uso e os efeitos do Tabaco e do Álcool. Ao longo de 2001, por exemplo, foram veiculadas apenas 303 matérias em um universo de 49 grandes jornais e 30 publicações para jovens.



No ano de 2001, 49 grandes jornais acompanhados diariamente pela ANDI veicularam 75.797 reportagens relacionadas com a infância e a adolescência. Mas, desse universo, apenas 239 referiam-se ao tema das drogas lícitas na adolescência, 0,31% do total. Na Mídia Jovem, o cenário não é diferente: entre 10.435 matérias, apenas 64 – 0,61% – tratavam sobre Tabaco e Álcool.

o mesmo não se pode dizer do cigarro. Por iniciativa do Ministério da Saúde, deflagrou-se no País uma agressiva campanha antitabagista. Tal ação encontrou eco na mídia, embora seja importante ressaltar que o esforço da imprensa em abordar a questão do tabagismo termina pecando, em muitos casos, por cair no vício do tom terrorista, que pouco ajuda na tarefa de esclarecer a população a respeito de um tema tão relevante.

Apesar da forte onda contra o cigarro, que tomou conta de vários países do mundo nos últimos anos, ainda existem no planeta cerca de 1,2 bilhão de fumantes – 30 milhões no Brasil. A Organização Mundial de Saúde (OMS) considera o consumo de cigarro a mais devastadora causa evitável de doenças e mortes prematuras da história da humanidade. Segundo estimativas recentes da OMS, o fumo já mata cerca de cinco milhões de pessoas por ano no planeta.

Sabe-se que o hábito de fumar começa, na esmagadora maioria dos casos, na adolescência. Diversos estudos já mostraram que cerca de 90% das pessoas dependentes de cigarro deram suas primeiras tragadas antes dos 19 anos. As justificativas para essa iniciação precoce são muitas: desejo do jovem de ser aceito na turma, influência dos próprios pais, necessidade de controlar a ansiedade.

O problema é que apenas cerca de 20% dos adolescentes que provam o cigarro conseguem deixá-lo.

### **A missão deste livro**

Entender as deficiências e as qualidades do noticiário que a imprensa brasileira vem produzindo sobre o uso de Tabaco e Álcool pelos adolescentes. Ao mesmo tempo, discutir caminhos capazes de conduzir a uma abordagem tecnicamente mais precisa e eficaz de um assunto que exige cobertura qualificada por parte dos jornalistas. Esses são os objetivos desta publicação. Para isso, é traçado um retrato quanti-qualitativo de como o consumo e as conseqüências do uso do Tabaco e do Álcool são tratados pela mídia impressa. A partir deste diagnóstico, são então oferecidas algumas ferramentas para apoiar os profissionais da comunicação a exercerem com maior propriedade seu papel de informar, de contribuir para a formação da opinião pública e também de orientar adolescentes e adultos sobre um tema presente na vida de quase todos os brasileiros.

Integram este livro reflexões sobre os resultados das análises de mídia coordenadas pela ANDI, artigos de especialistas que aprofundam o entendimento das questões relacionadas ao uso de Tabaco e Álcool na adolescência, inúmeras sugestões de pauta e recomendações para qualificar a cobertura, um glossário produzido pela Senad (Secretaria Nacional Antidrogas) com explicações dos principais termos usados no universo dessas substâncias e um diretório com contatos de fontes de informação que atuam nessa área e podem auxiliar os profissionais da imprensa na tarefa de construir um noticiário cada vez mais consistente e diversificado.

## ENTENDA AS PESQUISAS

O presente volume apresenta os resultados de dois levantamentos coordenados pela ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância. O primeiro estudo escolheu como foco somente o universo da chamada Mídia Jovem, ou seja, os suplementos de jornais e as revistas direcionadas ao público adolescente. Os textos selecionados se referem ao período entre outubro de 1999 e setembro de 2000, ou seja, de 12 meses.

A Editoria de Mídia Jovem da ANDI organizou um Grupo de Análise de Mídia para estudar 74 reportagens sobre as áreas de Tabaco e Álcool veiculadas em cinco revistas e 25 suplementos de jornais desse segmento editorial. Formada por três técnicos e três jornalistas (*veja perfil dos consultores na página 144*), essa equipe trabalhou segundo cinco diretrizes prioritárias:

- Identificar os principais méritos e dificuldades da cobertura oferecida pela Mídia Jovem brasileira às questões ligadas ao uso do cigarro e das bebidas alcoólicas por adolescentes e jovens.
- Detectar aspectos dessas duas temáticas ignorados ou mal trabalhados, sugerir novos ângulos de cobertura e procurar enriquecer as opções de pauta dos veículos.
- Construir uma percepção clara do grau de acuidade técnica dos conceitos ou conselhos emitidos pelas reportagens.
- Aprofundar o entendimento do quanto e de como está sendo dada voz aos próprios adolescentes, a seus pais, aos educadores e aos especialistas no contexto das reportagens sobre as duas áreas.
- Avaliar o acesso dos profissionais da Mídia Jovem aos principais responsáveis pela implementação das políticas públicas relacionadas à saúde dos adolescentes e também às diversas fontes não-governamentais de informação.

Para realizar tal análise, o grupo contou com dados quantitativos, gerados pela classificação das reportagens segundo parâmetros específicos definidos previamente pelos próprios consultores.

Já o levantamento mais recente levou em conta o período entre janeiro e dezembro de 2001. Foram avaliados 303 textos: 239 matérias veiculadas em 49 jornais, acompanhadas diariamente pela ANDI, e mais 64 publicadas em 30 veículos direcionados aos jovens – 26 suplementos de jornais e quatro revistas de circulação nacional. Esse universo corresponde ao total de reportagens publicadas sobre Tabaco e Álcool, com referências a questões relativas à infância e à adolescência, na chamada Grande Mídia e na Mídia Jovem ao longo de 2001. Nesta pesquisa, foi possível analisar, entre outros aspectos, os seguintes quesitos:

- A pauta central das reportagens.
- A perspectiva adotada pelas matérias (por exemplo, se centravam o foco na discussão de políticas públicas, se adotavam uma abordagem mais individualizada ou temática).
- Se os textos apresentavam soluções, causas, conseqüências ou dicas de serviços e se falavam em medidas preventivas.
- O tratamento dado pelas matérias aos personagens adolescentes e jovens.

**VEÍCULOS DA GRANDE MÍDIA\* QUE MAIS PUBLICARAM  
SOBRE TABACO E ÁLCOOL NA ADOLESCÊNCIA EM 2001\*\***

VEÍCULOS	NÚMERO DE INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL	TOTAL DE INSERÇÕES SOBRE INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA NO ANO DE 2001	PARTICIPAÇÃO DAS INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL NO TOTAL
Jornal de Brasília (DF)	28	2.363	1,18%
Gazeta do Povo (PR)	18	1.946	0,92%
Folha do Paraná/Londrina (PR)	14	2.096	0,67%
Correio Braziliense (DF)	13	2.738	0,47%
Correio da Paraíba (PB)	12	1.669	0,72%
A Tarde (BA)	10	2.170	0,46%
Correio da Bahia (BA)	8	2.082	0,38%
O Dia (RJ)	7	1.500	0,47%
Meio Norte (PI)	7	2.018	0,35%
Folha de S. Paulo (SP)	7	2.100	0,33%
O Norte (PB)	7	1.210	0,58%
Jornal do Brasil (RJ)	7	1.384	0,50%
Folha do Estado (MT)	7	1.706	0,41%
A Crítica (AM)	6	2.407	0,24%
O Estado do Maranhão (MA)	6	1.694	0,35%
Diário Catarinense (SC)	6	1.256	0,48%
O Liberal (PA)	5	2.414	0,20%
Tribuna da Bahia (BA)	5	712	0,70%
O Globo (RJ)	5	1.987	0,25%
Diário do Pará (PA)	5	1.803	0,28%
A Gazeta (ES)	5	1.769	0,28%
Diário da Tarde (MG)	4	1.274	0,31%
A Gazeta (MT)	4	1.645	0,24%
Diário de S. Paulo (SP)	3	1.581	0,19%
O Estado de S. Paulo (SP)	3	1.987	0,15%

VEÍCULOS	NÚMERO DE INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL	TOTAL DE INSERÇÕES SOBRE INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA NO ANO DE 2001	PARTICIPAÇÃO DAS INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL NO TOTAL
Jornal do Commercio (PE)	3	1.238	0,24%
Tribuna do Norte (RN)	3	1.102	0,27%
Tribuna de Alagoas (AL)	3	1.323	0,22%
Diário de Pernambuco (PE)	3	1.064	0,28%
Correio de Sergipe (SE)	3	821	0,36%
Diário do Nordeste (CE)	2	1.735	0,11%
Gazeta de Alagoas (AL)	2	1.585	0,13%
Diário de Cuiabá (MT)	2	1.052	0,19%
Jornal do Tocantins (TO)	2	1.114	0,18%
Gazeta Mercantil (SP)***	2	436	0,46%
Estado de Minas (MG)	1	1.764	0,06%
Hoje em Dia (MG)	1	1.551	0,06%
O Povo (CE)	1	1.870	0,05%
A Gazeta (AC)	1	737	0,13%
Diário de Natal (RN)	1	1.414	0,07%
O Imparcial (MA)	1	1.123	0,09%
Diário da Amazônia (RO)	1	1.748	0,06%
O Estadão do Norte (RO)	1	1.779	0,06%
Jornal O Dia (PI)	1	927	0,10%

\* O termo Grande Mídia, usado na presente pesquisa, se refere aos 49 jornais brasileiros acompanhados diariamente pela ANDI\*\*\*\*.

\*\* Não estão computados na tabela acima textos eventualmente veiculados pelos suplementos que diversos destes jornais dedicam ao público adolescente (a chamada Mídia Jovem).

\*\*\* Esses números incluem, além do material nacional da Gazeta Mercantil, os textos do caderno regional do Centro-Oeste, não sendo computados os das demais regiões.

\*\*\*\* Ao longo de 2001, os temas Tabaco e Álcool na adolescência não foram foco central de nenhuma reportagem, entrevista, artigo ou editorial entre os seguintes jornais acompanhados pela ANDI: A Notícia (SC), Jornal da Tarde (SP), O Popular (GO), Valor Econômico (SP) e Zero Hora (RS).

Esta tabela enfoca apenas o aspecto quantitativo da cobertura. Não é possível avaliar, por meio dela, o caráter qualitativo dos textos.

**VEÍCULOS DA MÍDIA JOVEM\* QUE MAIS PUBLICARAM SOBRE TABACO E ÁLCOOL NA ADOLESCÊNCIA EM 2001**

VEÍCULOS	NÚMERO DE INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL	TOTAL DE INSERÇÕES EM 2001	PARTICIPAÇÃO DAS INSERÇÕES SOBRE TABACO E ÁLCOOL NO TOTAL
Tribu/A Tribuna (SP)	12	500	2,5%
Fun/Gazeta do Povo (PR)	10	598	1,67%
Zep/Jornal da Divisa (SP)	9	406	2,21%
Zine/A Gazeta (MT)	5	769	0,65%
For Teens/Meio Norte (PI)	5	362	1,39%
Dez!/A Tarde (BA)	4	294	1,36%
Papo Cabeça/A Crítica (AM)	4	99	4,04%
Folhateen/Folha de S. Paulo (SP)	3	501	0,60%
Galera/Estado do Maranhão (MA)	3	416	0,72%
Zerou/Zero Hora (RS)	3	390	0,77%
Revista Capricho (SP)	2	1040	0,19%
Megazine/O Globo (RJ)	1	865	0,11%
Azul/Diário de Cuiabá (MT)	1	733	0,14%
Revista MTV (SP)	1	402	0,24%
Planeteen/A Notícia (SC)	1	86	1,16%

\* O termo *Mídia Jovem*, usado nessa pesquisa, se refere aos suplementos de jornais e às revistas dedicadas ao público adolescente, acompanhados regularmente pela ANDI.\*\*

\*\* Ao longo de 2001, os temas *Tabaco e Álcool na adolescência* não foram foco central de nenhuma reportagem, entrevista ou artigo entre as revistas *Atrevida e TodaTeen* e os seguintes suplementos de jornais acompanhados pela ANDI: *Adolescência/O Povo (CE)*, *Atitude/Hoje em Dia (MG)*, *D+/Estado de Minas (MG)*, *Fanzine/A Gazeta (ES)*, *Pop/O Popular (GO)*, *QG/Folha de Londrina (PR)*, *Tribu/O Imparcial (MA)*, *Tribuna Teen/Tribuna de Alagoas (AL)*, *Tribuna Teen/A Tribuna (ES)*, *X-Tudo/Correio Braziliense (DF)*, *Zap!/O Estado de S. Paulo (SP)*, *Zona Teen/O Norte (PB)*, *Zuêra/Correio da Bahia (BA)*.

Esta tabela enfoca apenas o aspecto quantitativo da cobertura. Não é possível avaliar, por meio dela, o caráter qualitativo dos textos.

## O PERFIL EDITORIAL DA MÍDIA JOVEM

Desde 1997, quando a ANDI passou a analisar o comportamento dos suplementos de jornais e das revistas direcionadas aos adolescentes e jovens, uma tendência editorial vem regularmente se destacando: o crescimento no espaço dedicado a reportagens sobre temáticas que contribuem não só para a informação, mas também para a formação desse público.

No ano 2000, por exemplo, foi significativa a evolução do indicador que a ANDI utiliza para medir esse tipo de matéria (*Índice de Relevância Social*), que atingiu a marca dos 44,26%, praticamente quatro pontos percentuais superior ao número registrado em 1999. Foram computadas 5.021 inserções de reportagens relacionadas a temas de Relevância Social entre toda a produção jornalística dos 25 suplementos de jornais e cinco revistas analisados em 2000. Esses veículos publicaram um total de 1 mil 550 edições, com tiragem aproximada de 150 milhões de exemplares.

Em 2001, houve um novo avanço no universo editorial da Mídia Jovem. Um total de 4.797 matérias dentre 10.435 textos produzidos enfocou temas de conteúdo reflexivo e crítico. O *Índice de Relevância Social* alcançou a média de 45,97%, consolidando a curva ascendente verificada desde 1997.

Esses dados refletem a definição de um perfil editorial, por parte da maioria desses veículos, afinado com os parâmetros do que vem sendo chamado internacionalmente de educomunicação: um jornalismo consciente do papel estratégico que lhe cabe no processo de preparação de seus jovens leitores para enfrentar os desafios da vida contemporânea. Mais do que um expressivo crescimento no número de reportagens socialmente relevantes, tais índices testemunham a maior maturidade e qualificação de todo um segmento de profissionais de comunicação que até recentemente tinha como principal referência o jornalismo de comportamento/entretenimento.

### EVOLUÇÃO DO PERCENTUAL DAS MATÉRIAS DE RELEVÂNCIA SOCIAL NA MÍDIA JOVEM\*

Janeiro - Dezembro 2001	45,97%
Janeiro - Dezembro 2000	44,26%
Janeiro - Dezembro 1999	40,35%
Novembro 1998 - Abril 1999	36,13%
Mai - Outubro 1998	36,90%
Novembro 1997 - Abril 1998	28,03%
Agosto - Outubro 1997	26,87%
Mai - Julho 1997	24,20%

\* Fonte: A Mídia dos Jovens (ANDI e Instituto Ayrton Senna)

1

# Hábito Permitido

*O Alcool e o Tabaco lideram o ranking das drogas mais usadas no Brasil. Intensificar e qualificar as discussões sobre esse tema são um desafio para a sociedade*



---

UMA PESQUISA REALIZADA PELO CEBRID (CENTRO BRASILEIRO DE INFORMAÇÕES SOBRE DROGAS PSICOTRÓPICAS) E DIVULGADA EM JUNHO DE 2002 PELO GOVERNO FEDERAL RADIOGRAFOU, PELA PRIMEIRA VEZ, OS HÁBITOS DE USO DE DROGAS DOS BRASILEIROS ENTRE 12 E 65 ANOS, MORADORES DE 107 MUNICÍPIOS COM MAIS DE 200 MIL HABITANTES — UM UNIVERSO QUE CORRESPONDE A 41,3% DA POPULAÇÃO DO PAÍS. SEGUNDO O LEVANTAMENTO, DAS NOVE DROGAS MAIS CONSUMIDAS NO BRASIL, O ÁLCOOL CORRESPONDE A 68,7% DO TOTAL E O TABACO A 41,1%. ESTES DOIS NÚMEROS DEIXAM BEM DISTANTE A TERCEIRA COLOCADA, A MACONHA, QUE JÁ FOI USADA POR 6,9% DAS PESSOAS PELO MENOS UMA VEZ NA VIDA (A SOMA DOS PERCENTUAIS É MAIOR DO QUE 100% PORQUE HÁ QUEM CONSUMA MAIS DE UMA DESSAS SUBSTÂNCIAS AO MESMO TEMPO).

O RETRATO FEITO PELA PESQUISA DO CEBRID CONFIRMA O QUÃO É IMPORTANTE AMPLIAR A DISCUSSÃO EM TORNO DO TABACO E DO ÁLCOOL NA SOCIEDADE EM GERAL E NA MÍDIA BRASILEIRA, EM PARTICULAR. É FATO QUE A COBERTURA DE TEMAS RELACIONADOS AO USO DE DROGAS NÃO SE MOSTRA UMA TAREFA FÁCIL PARA OS PROFISSIONAIS DA IMPRENSA, SOBRETUDO PARA AQUELES JORNALISTAS QUE ATUAM NOS VEÍCULOS DIRIGIDOS A ADOLESCENTES E JOVENS. MANTER DISTÂNCIA TANTO DE UMA POSTURA REPRESSIVA QUANTO DA PERMISSIVIDADE É SEMPRE MAIS COMPLICADO QUANDO SE ENFOCA O UNIVERSO DAS SUBSTÂNCIAS ILÍCITAS. MAS O PERFIL EDITORIAL DAS REPORTAGENS SOBRE O CONSUMO DE CIGARRO E DE BEBIDAS ALCOÓLICAS POR PARTE DE ADOLESCENTES E JOVENS TAMBÉM ENCONTRA SÉRIOS LIMITES DE ORDEM CULTURAL E SOCIAL, DIFICULDADES TÉCNICAS DIVERSAS, ALÉM DE APRESENTAR — E NÃO HÁ AQUI COMO EVITAR O TROCADILHO — ALCUNS VÍCIOS PREOCUPANTES.

De maneira geral, as reportagens sobre os temas Tabaco e Álcool veiculadas nas publicações dirigidas a adolescentes e jovens (Mídia Jovem) e na Grande Mídia, são fundamentadas em conceitos tecnicamente corretos e fazem amplo uso de dados estatísticos e de pesquisas bastante atuais. Apesar disso, a grande maioria dos textos evidencia muita dificuldade em encontrar o caminho adequado para sensibilizar de maneira mais direta o público adolescente.

No caso da Mídia Jovem, esse é um equívoco grave. As matérias acabam fazendo uso de uma abordagem editorial que pouco se diferencia – a não ser pelo generoso e importante espaço dedicado aos depoimentos de jovens – daquela cobertura regularmente realizada pela imprensa brasileira sobre o uso de drogas lícitas. Em síntese: esses textos demonstram criatividade limitada enquanto produtos específicos de Mídia Jovem. Suas características principais os definem como reportagens sobre adolescentes, mas raramente para adolescentes.

### **Manancial de pautas**

A pesquisa conduzida pelo Cebrid e apoiada pela Secretaria Nacional Antidrogas (Senad) é o levantamento domiciliar mais amplo já realizado no País sobre o uso das substâncias psicotrópicas. As entrevistas foram feitas entre outubro e dezembro de 2001 pela equipe de pesquisadores do Cebrid. Os resultados desse estudo são uma preciosa e constante fonte



A pesquisa coordenada pela ANDI, que avaliou o comportamento da imprensa em relação aos temas Tabaco e Álcool durante 2001, mostra que tanto a Grande Mídia quanto a Mídia Jovem optam por uma abordagem bastante centrada numa linha “terrorista”. Na Mídia Jovem, prevalecem os enfoques sobre restrição e proibição do uso (12,5% das matérias) e relações do consumo com doenças (12,5%). Chama a atenção o baixo índice de matérias com ênfase na prevenção: apenas 1,6% dos 64 textos publicados em 30 veículos destinados a adolescentes e jovens priorizam essa questão.



Na Grande Mídia, há uma forte presença das questões ligadas à dependência e ao uso – 21,3% das 239 matérias publicadas em 2001 por 49 jornais. Um aspecto interessante é o número de reportagens com foco na prevenção, superior ao da Mídia Jovem: 12,6% dos textos da Grande Mídia têm essa preocupação. Nos dois casos, é muito pouco o espaço para matérias sobre Tabaco e Álcool nas escolas, em casa e entre amigos (veja as tabelas na página 25)

de pesquisa e de pautas para os jornalistas, tanto aqueles da Mídia Jovem quanto os da Grande Mídia. O conteúdo do material pode ser encontrado nos seguintes sites: [www.cebrid.epm.br](http://www.cebrid.epm.br) e [www.senad.gov.br](http://www.senad.gov.br). O levantamento envolveu mais de 200 pessoas na coleta de informações. Veja alguns achados:

- Entre brasileiros de 12 a 65 anos, o uso na vida de Álcool (consumo pelo menos uma vez) foi de 68,7% e de Tabaco de 41,1%. Na faixa de 12 a 17 anos, esse percentual é de 48,3%, no caso das bebidas alcoólicas, e de 15,7%, em relação ao Tabaco.
- 11,2% dos brasileiros são dependentes de Álcool (5,3 milhões de pessoas) e 9% de Tabaco (4,2 milhões). Na faixa etária de 12 a 17 anos, o percentual de dependência de bebidas alcoólicas é de 5,2% (387 mil) e de cigarro, de 2,2% (165 mil).
- As drogas legalizadas são, de longe, as com maiores porcentagens tanto de uso na vida quanto para a questão da dependência. O Brasil, por possuir dimensões continentais, apresenta características diferenciadas nas regiões. Assim, as campanhas preventivas devem respeitar essas particularidades quando se almeja um resultado mais eficaz.
- Os benzodiazepínicos, medicamentos para reduzir a ansiedade, estão na terceira posição no que diz respeito à dependência, atingindo 1,0%. Não há termo de comparação. As duas drogas mais consumidas são as que anunciam agressivamente – como é o caso do Álcool – em horário nobre na TV (a publicidade de cigarros foi recentemente proibida por lei), são encontradas em qualquer

padaria, banca de revistas ou supermercado e vendidas para menores de 18 anos, apesar das proibições legais (*veja quadro na página 28*).

### **Informar e educar**

É precisamente nesse cenário que a imprensa em geral, e mais especificamente a Mídia Jovem, pode desempenhar uma de suas mais importantes contribuições, de acordo com os parâmetros do que é atualmente conhecido como educomunicação – ou seja, a informação e a educação caminhando de mãos dadas. Mas aí está, também, um dos maiores desafios para quem se propõe a dialogar com o público adolescente.

Isto porque se, por um lado, os jornalistas da Mídia Jovem têm o privilégio e a responsabilidade de falar diretamente a um segmento que está cada vez mais vulnerável ao consumo de Tabaco e Álcool, por outro, precisam exercitar ao máximo a capacidade de usar ferramentas alternativas para passar sua mensagem. Para cativar os adolescentes, as reportagens devem se distanciar dos principais padrões que a imprensa vem adotando para cobrir esse assunto nos últimos anos.

Em resumo, isso representa fazer uma cobertura mais construtiva e menos sensacionalista, levando em conta aspectos diversificados do cenário relacionado ao consumo de cigarros e bebidas alcoólicas. Entre eles, se destacam o debate sobre políticas públicas de atendimento aos jovens dependentes, o papel da família, da escola e dos amigos nas ações de prevenção e nas de tratamento, além das questões de fundo que conduzem adolescentes e adultos de todas as classes sociais ao uso de drogas, lícitas ou ilícitas.

## A PAUTA CENTRAL DOS TEXTOS SOBRE TABACO E ÁLCOOL NA ADOLESCÊNCIA EM 2001

### MÍDIA JOVEM

Restrição/proibição	12,5%
Relações com a saúde/doenças	12,5%
Formas de abandonar o uso	10,9%
Iniciação	9,4%
Dependência/uso	9,4%
Comercialização de Tabaco/Álcool para menores de 18 anos	7,8%
Divulgação de pesquisas/estatísticas	6,3%
Álcool em geral	4,7%
Tabaco/Álcool nas escolas	4,7%
Tabaco em geral	3,1%
Relações com o trânsito	3,1%
Tabaco/Álcool entre amigos	3,1%
Tabaco/Álcool em casa	3,1%
Questões bioquímicas	3,1%
Relações com a sexualidade	1,6%
Prazer	1,6%
Família (participação, responsabilidade)	1,6%
Prevenção	1,6%

### GRANDE MÍDIA

Dependência/uso	21,3%
Prevenção	12,6%
Divulgação de pesquisas/estatísticas	9,2%
Restrição/proibição	8,8%
Iniciação	6,3%
Relações com a saúde/doenças	5,9%
Comercialização de Tabaco/Álcool para menores de 18 anos	5,9%
Repressão/combate	4,6%
Tabaco/Álcool nas escolas	4,6%
Família (participação/responsabilidade)	2,9%
Relações com o trânsito	2,9%
Tabaco/Álcool nos espaços de lazer	2,5%
Formas de abandonar o uso	2,5%
Outras questões da sociedade civil/3º setor/profissionais de saúde	2,1%
Álcool em geral	1,7%
Acesso	1,7%
Outras políticas públicas	1,3%
Tabaco/Álcool em casa	0,8%
Tabaco em geral	0,8%
Tabaco/Álcool entre amigos	0,4%
Outros assuntos	1,3%

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Editora do caderno juvenil Fun, do jornal *Gazeta do Povo* (PR), Danielle Soares Brito também trabalhou como repórter na *Folha de Londrina*. Ela é pós-graduada em História da Arte no Século 20.**

*Em 2002, a novela O Clone, da Rede Globo, abordou em uma campanha contundente a questão das drogas, o que se refletiu na imprensa. Entre as matérias sobre drogas produzidas pela Mídia Jovem, porém, poucas falavam sobre Tabaco e Álcool. A discussão em O Clone não seria uma ótima oportunidade para também se debater mais a questão das drogas lícitas? Eu concordo que seria realmente uma boa oportunidade e, de alguma forma, acho que ela foi aproveitada. Atualmente, é difícil consultar uma fonte especializada em dependência química (terapeuta, psicólogo, médico etc.) que não observe a influência, por exemplo, da permissividade dos pais quanto ao consumo “social” do Álcool por parte dos filhos adolescentes, o que poderia levar mais tarde ao alcoolismo e ao abuso de diversos outros tipos de drogas.*

O fato é que a novela centrou o foco em torno da personagem Mel – ligada à dependência de cocaína. E isso fez com que a mídia concentrasse a abordagem das matérias nesse ponto. Eu diria que foi uma onda, na qual todos nós embarcamos.

Quando surge um fenômeno como esse da novela, todo mundo acaba pegando carona, muitas vezes sem uma consciência crítica. No que diz respeito às drogas lícitas, dentro do possível, fazemos uma cobertura criteriosa. Mas é importante ressaltar que esse é um processo que ainda está em fase de amadurecimento no espaço dos cadernos juvenis.

*O governo federal deflagrou nos últimos anos uma forte campanha antitabagista. No entanto, até hoje não se tem no País uma ação parecida em relação ao consumo de bebidas alcoólicas. Para você, é papel da mídia começar a discutir essa questão, envolvendo adolescentes, pais e especialistas? Por que a Mídia Jovem não tem feito isso? Essa pergunta faz pensar. De alguma forma, o jornalismo voltado para o jovem tem reforçado, no decorrer dos anos, os mesmos signos que a propaganda utiliza. Assim como o cigarro, o Álcool é uma espécie de rito de iniciação no mundo adulto. É difícil abordar a questão sem se tornar um manual de bom comportamento. Particularmente, no Fun, já abrimos a discussão sobre a ditadura da beleza ligada ao consumo. Acho que sim, está na hora de ampliar esse debate para a questão da cerveja, cujas propagandas estão cada vez mais vinculadas a imagens de prazer e beleza.*

*Quais são as principais dificuldades em se abordar a questão das drogas lícitas na Mídia Jovem? Como aponte*

anteriormente, a questão é complexa. Assim como é tênue a linha que divide um consumidor social de cerveja de alguém que usa a bebida de forma abusiva – e que por diversos fatores pode se tornar um alcoólatra –, é difícil não usar um tom ameaçador numa matéria sobre dependência de Álcool ou Tabaco. Temos feito reportagens a partir de ganchos como pesquisas ou fatos noticiosos que envolvam a questão das drogas, legais ou não. Além de aproveitar o interesse que geralmente isso desperta, estamos calcados em situações reais. No caso das drogas lícitas, a maioria dos especialistas é categórica em dizer que elas são a porta de entrada para as outras drogas. Mas a maioria dos jovens não acredita que um dia possa perder a saúde ou morrer em decorrência de uma dependência. Essa é a grande dificuldade: dizer que um pileque hoje, ou um hábito que faz dele um membro do seu grupo, pode prejudicá-lo amanhã. Para obtermos resultados mais positivos, temos que primeiro aprender a trabalhar esse imediatismo de nosso público leitor.

## O PERIGO DAS GENERALIZAÇÕES

Ao focalizar o uso de drogas, o profissional de comunicação também não pode perder de vista que se trata de um tema altamente complexo, em que a generalização acaba se mostrando um caminho de alto risco. Alguns pontos devem necessariamente ser levados em consideração quando se deseja fazer uma reflexão consistente sobre o uso de substâncias psicoativas. Eles são contemplados no texto de *Um Guia para a Família*, publicação da Secretaria Nacional Antidrogas (Senad), elaborada a partir de contribuições dos professores doutores Dartiu Xavier da Silveira e Evelyn Doering Xavier da Silveira. Aqui destacamos alguns desses pontos-chave:

- Drogas diferentes produzem diferentes efeitos nas pessoas; alguns são perigosos, outros não.
- Existem formas mais e menos arriscadas de se consumir drogas (injetar substâncias, por exemplo, é geralmente um comportamento muito mais perigoso do que usá-las de outras maneiras).
- O uso de algumas drogas, como o Álcool, é socialmente mais aceitável do que o de outras. Entretanto, é fundamental lembrar que a idéia daquilo que é ou não socialmente aceitável depende sempre das características da comunidade em questão.
- Cada jovem é uma pessoa diferente e única e podem ser muitas as razões pelas quais alguém acaba se envolvendo com drogas. Da mesma forma, existem variadas formas de ajudar uma pessoa a interromper ou moderar o uso de uma determinada droga.



Segundo a análise coordenada pela ANDI, que avaliou o comportamento da imprensa em geral e o dos veículos destinados aos adolescentes diante das temáticas Tabaco e Álcool na adolescência em 2001, a Grande Mídia destinou mais espaço para a abordagem sobre bebidas alcoólicas do que para o cigarro: 50,2% das 239 reportagens publicadas em 49 jornais enfocam o Álcool e 34,7%, o Tabaco.



As duas pesquisas coordenadas pela ANDI sobre a produção jornalística focada no uso de Tabaco e Álcool pelo público adolescente não abrangem o “fenômeno Mel” – a contundente campanha contra o consumo de drogas, promovida pela novela O Clone, da *Rede Globo*, que teve seu auge no primeiro semestre de 2002. Neste mesmo período foi assassinado por traficantes, no Rio de Janeiro, o jornalista Tim Lopes, também da *Rede Globo*. Esses dois fatos e a comoção social por eles gerada contribuíram para o aumento do interesse da mídia pelo tema das drogas, como demonstra levantamento específico apresentado no texto “Quando o País Acordou”, na página 32.

### AS DROGAS MAIS CONSUMIDAS NO BRASIL\*

Tipo de Substância	Uso na vida
Álcool	68,7%
Tabaco	41,1%
Maconha	6,9%
Solventes	5,8%
Orexígenos (medicamentos para estimular apetite)	4,3%
Benzodiazepínicos (medicamentos para reduzir ansiedade)	3,3%
Cocaína	2,3%
Xaropes (codeína)	2,0%
Estimulantes (medicamentos anorexígenos, que tiram o apetite)	1,5%

\*Os percentuais referem-se à utilização de alguma droga pelo menos uma vez na vida (“uso na vida”). Fonte: Cebrid.

### O PERCENTUAL DE DEPENDENTES NO PAÍS

Tipo de Substância	Dependência
Álcool	11,2%
Tabaco	9,0%
Benzodiazepínicos	1,1%
Maconha	1,0%
Solventes	0,8%
Estimulantes	0,4%

## DESINFORMAÇÃO, OMISSÃO OU INTERESSE ECONÔMICO?

É cada vez mais comum a seguinte cena nas grandes cidades brasileiras: adolescentes de ambos os sexos que, na hora do recreio, tomam cerveja em bares localizados nas cercanias dos colégios. Esse comportamento parece não estar sendo tratado com a atenção que merece por vários segmentos da sociedade. Pais, escolas, policiais e pedestres têm agido diante desse quadro ora com atitudes meramente repressivas ora com certa indiferença. A imprensa reflete essa postura, assim como ignora muitos outros aspectos ligados ao consumo do cigarro e das bebidas alcoólicas.

Uma outra pesquisa do Cebrid, realizada em 1997 com 15 mil estudantes, fez uma radiografia sobre o uso de drogas entre alunos de Ensino Fundamental e Médio em dez capitais brasileiras. Esse estudo demonstrou que o uso de cigarro e bebidas alcoólicas acontece cada vez mais cedo. Segundo o levantamento, o primeiro contato com o Tabaco ocorre, em aproximadamente 11% dos casos, entre 10 e 12 anos. E cerca de 60% dos alunos entre 10 e 12 anos já haviam experimentado bebidas alcoólicas.

No entanto, segundo os pesquisadores, o mais preocupante foi a constatação de que o uso freqüente de bebidas alcoólicas (seis ou mais vezes por mês) apresentou aumento em seis das dez capitais estudadas. Quase 30% dos estudantes já tinham bebido até se embriagar. Chamam atenção também nesse estudo os seguintes dados: após beber, 11% dos estudantes já brigaram e 19,5% faltaram à escola.

## Cigarro e adolescência

Os dados relacionados ao consumo do Tabaco pela população jovem também não podem ser ignorados. Estudo realizado pelo Centro de Controle e Prevenção de Doenças, dos Estados Unidos, em parceria com o Instituto do Câncer americano, a Organização Mundial de Saúde (OMS) e a Associação de Saúde Pública do Canadá, que analisou o comportamento de estudantes de 43 países, mostrou que as nações em desenvolvimento têm as taxas mais elevadas de adolescentes fumantes. Além disso, 14% das pessoas entre 13 e 15 anos de todo o mundo consomem cigarro, sendo que um quarto dos adolescentes fumantes deu as primeiras baforadas aos 10 anos de idade.

Segundo estimativas do Inca – Instituto Nacional do Câncer, embora haja tendência de queda no consumo *per capita* de cigarros no Brasil nos últimos anos em razão do impacto das campanhas antitabagistas, a experimentação entre os jovens de 10 a 18 anos vem aumentando, o que pode ser sinal de que o tom alarmista adotado nessas iniciativas não está surtindo muito efeito nessa faixa etária.

Diante dessa série de números, cabe uma pergunta: por que a cobertura da imprensa sobre Tabaco e Álcool ainda é tão acanhada? Algumas hipóteses podem ser levantadas:



A pesquisa coordenada pela ANDI, que avaliou o comportamento de 30 veículos destinados aos adolescentes diante do tema das drogas lícitas em 2001, revela que a Mídia Jovem dá um pouco mais de espaço aos assuntos relativos ao cigarro do que para aqueles ligados ao consumo de Álcool. De acordo com a análise, 48,4% das reportagens falam sobre Tabaco e 46,9% sobre bebidas alcoólicas.



Uma outra pesquisa coordenada pela ANDI, que analisou o material publicado em 25 suplementos de jornais e cinco revistas dirigidas a adolescentes, entre outubro de 1999 e setembro de 2000, encontrou apenas 74 reportagens sobre Tabaco e Álcool. Parte considerável desses veículos (20% ou seis publicações) não veiculou uma única matéria sobre os dois temas ao longo de todo o período analisado pela pesquisa.

- Ainda são poucas as pesquisas abrangentes e confiáveis sobre o tema das drogas lícitas\*.
- É difícil abordar tema tão delicado, convencer as pessoas a se expor e a permitir a veiculação de seus depoimentos.
- Os editores têm receio de chocar os leitores, ouvintes ou telespectadores mais conservadores.
- Os proprietários dos veículos de comunicação temem enfrentar os interesses comerciais dos produtores de cigarros e bebidas alcoólicas – esses últimos gastam fortunas em campanhas de *marketing* na mídia. Segundo levantamento feito pela publicação *Meio & Mensagem*, somente os anúncios de cerveja na mídia, em 2001, totalizaram R\$ 173,6 milhões. Em 2000, esse número foi de R\$ 160 milhões.
- Há ainda a questão da dupla moral, que afeta sobretudo a Mídia Jovem. Existe a dificuldade em acertar o tom das reportagens. Isso porque se o jornalista segue a linha conservadora, pode acabar afastando os leitores, que vêm naquelas matérias um viés moralista semelhante ao discurso adotado pela família. Se o repórter, ao contrário, opta por um caminho mais aberto, corre o risco de ser acusado pelos pais ou professores de defender/estimular o uso das drogas.

*\*Esta possível justificativa, porém, não é das mais contundentes. A pesquisa do Cebrid e várias outras, realizadas por universidades e instituições de referência na área, estão disponíveis inclusive pela internet (veja como acessar algumas delas no Diretório de Fontes, na página 118).*

## ABORDAGENS DISTINTAS

O tratamento dado pela imprensa em geral e pelos veículos destinados aos adolescentes aos temas relacionados ao Tabaco ainda é bastante diverso daquele oferecido às questões associadas ao Álcool.

No caso do cigarro, por exemplo, é mais freqüente a abordagem alarmista dos fatos. Os textos, em geral, dão voz a um discurso praticamente unificado – o que levanta a bandeira do antitabagismo – enquanto no setor das bebidas alcoólicas encontram-se pontos de vista bem mais diversificados. É possível atribuir essa diferença, num primeiro momento, às próprias fontes: as informações relacionadas ao consumo do Álcool não são tão sistematizadas quanto as produzidas pelas entidades que atuam na área do Tabaco.

Essa maior eficiência das fontes, entretanto, não é fruto do acaso. O grau de mobilização da sociedade como um todo para o enfrentamento dos desafios representados pelo consumo de cada uma das duas substâncias também apresenta sensível discrepância. Em relação ao Tabaco, conta-se hoje com um movimento bem articulado e organizado, que envolve diretamente o governo federal, o legislativo, a sociedade civil e a própria mídia. Quanto ao Álcool, estamos praticamente engatinhando no Brasil em termos de mobilização social.

## A QUESTÃO LEGAL

Poucas matérias sobre Tabaco e Álcool, tanto na Grande Mídia quanto na Mídia Jovem, abordam o aspecto da legislação.



A análise coordenada pela ANDI sobre a cobertura dos temas Tabaco e Álcool em 2001 mostra que quando o assunto é o cigarro a Grande Mídia fala mais em restrição e proibição (19,3% das matérias) e em prevenção (18,1%). Quando o tema é o Álcool, a abordagem mais recorrente é a dependência e o uso (24,2% dos textos). No caso das bebidas alcoólicas, apenas 9,2% das matérias priorizam o enfoque da prevenção – um número preocupante.



Na Mídia Jovem, o teor das reportagens sobre Tabaco segue, em geral, a mesma linha das matérias dos grandes jornais – ou seja, uma abordagem mais “alarmista”. Alguns números: 19,4% dos textos falam das relações entre o consumo e diversas doenças, 16,1% abordam o aspecto da restrição/proibição e 16,1% discutem formas de parar de fumar. Já quando o assunto é o Álcool, o enfoque que prevalece é o da dependência/uso, com 16,7%, seguido da comercialização para menores de 18 anos, com um índice de 13,3%.

O dilema é óbvio: numa sociedade claramente complacente e conivente com o uso dessas drogas pelos adolescentes, os jornalistas não desejam correr o risco de desempenhar um papel que pode ser interpretado como o de censor ou juiz de seu público.

Não é isso, entretanto, que se espera da imprensa em geral e sobretudo da chamada Mídia Jovem. É razoável imaginar que os veículos venham a abrir espaço em sua pauta para uma discussão franca das mensagens contraditórias passadas pela sociedade em relação aos limites legais impostos ao consumo das drogas lícitas pelos adolescentes.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) proíbe, em seu artigo 81, a venda de bebidas alcoólicas e de produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica para pessoas com menos de 18 anos. O texto completo diz o seguinte:

“É proibida a venda à criança ou adolescente de:

- I - armas, munições e explosivos;
- II - bebidas alcoólicas;
- III - produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica ainda que por utilização indevida;
- IV - fogos de estampido e de artifício, exceto os que pelo seu reduzido potencial sejam incapazes de provocar qualquer dano físico em caso de utilização indevida;

V - revistas e publicações a que alude o artigo 78;

VI - bilhetes lotéricos e equivalentes”.

## QUANDO O PAÍS ACORDOU

Nunca se falou tanto em consumo de drogas no Brasil quanto no primeiro semestre de 2002. Foi quando o Brasil acompanhou as agruras dos personagens na novela *O Clone*, da *Rede Globo*. Jornais, revistas, programas de tevê, telejornais, rádios: todos abordaram esse tema, com maior ou menor profundidade. As conversas em casa, entre pais e filhos, e as discussões nas escolas se intensificaram.

Tamanho estardalhaço teve reflexos na cobertura dos principais jornais do País, acompanhados diariamente pela ANDI. Os resultados são previsíveis. De janeiro a junho de 2002, quando as drogas estiveram mais presentes no enredo da novela, foram publicadas 1.200 reportagens sobre esta temática.

A partir de fevereiro, quando a novela começa a enfatizar o consumo de cocaína pela personagem Mel, interpretada pela atriz Débora Falabella, e seus amigos, há um aumento consistente no número de matérias. Tomando-se fevereiro como base, constata-se que o número de inserções nos jornais e revistas de maior circulação subiu:

- 65% em março
- 120% em abril
- 156% em maio

Em junho de 2002 o índice de crescimento relativo a fevereiro já havia caído para 120% — ainda assim, bastante

elevado. É curioso notar que, do total de 1200 matérias veiculadas no período, apenas 20% falavam de Tabaco e/ou Álcool, justamente as drogas mais consumidas no País.

### **Mídia Jovem: postura mais tímida**

O comportamento dos veículos destinados ao público adolescente em relação à campanha antidrogas deflagrada no folhetim global foi bem mais acanhado. Entre janeiro e junho de 2002, foram registradas 64 inserções sobre esse tema. Para se ter uma idéia, em 2001 o assunto mereceu 183 abordagens na Mídia Jovem. Fazendo-se uma projeção para todo o ano de 2002, mesmo que outros 64 textos fossem publicados entre julho e dezembro, o período fecharia com a marca de 128 – bem inferior, portanto, ao número de 183, verificado em 2001.

É importante notar também que, entre as 64 matérias sobre drogas veiculadas no primeiro semestre de 2002, apenas 12 abordavam prioritariamente o Álcool e o Tabaco. A maior parte desse universo – 35 textos – falava da temática drogas de maneira geral. Um dado preocupante é a irrisória quantidade de matérias enfocando com destaque a prevenção: apenas duas entre 64. Ou seja, a Mídia Jovem perdeu uma belíssima oportunidade para qualificar o debate em torno de um tema tão importante e tão presente no cotidiano dos adolescentes.

### **DROGAS NA MÍDIA JOVEM**

Desde o período março-abril de 1997, quando a ANDI passou a acompanhar o comportamento editorial dos veículos dirigidos ao público jovem e adolescente, a retranca Drogas está entre aquelas com maiores dificuldades em firmar espaço adequado em meio às ações dos editores e repórteres. A constante oscilação de seu Índice Percentual Temático de Relevância Social\*, ao longo de nove edições da pesquisa *A Mídia dos Jovens*, é o melhor retrato deste problema. O valor de 3,29%, alcançado no período janeiro-dezembro/2000, é um dos mais baixos aferidos pela ANDI. Em 2001, o quadro teve uma pequena evolução: o índice aferido foi de 3,81%.

*\*O Índice Percentual Temático de Relevância Social é calculado dividindo-se o número de inserções registrado por um determinado tema pelo total de inserções que os 18 assuntos considerados de Relevância Social pela pesquisa da ANDI sobre a Mídia Jovem acumularam naquele determinado período.*

### **VARIAÇÃO DO "ÍNDICE PERCENTUAL TEMÁTICO DE RELEVÂNCIA SOCIAL" NA COBERTURA DE DROGAS**

Março/abril 1997	3,95%
Maiio/julho 1997	3,71%
Agosto/outubro 1997	3,50%
Novembro 1997 a abril 1998	2,86%
Maiio a outubro 1998	4,50%
Novembro de 1998 a abril de 1999	3,53%
Janeiro a dezembro de 1999	4,12%
Janeiro a dezembro de 2000	3,29%
Janeiro a dezembro de 2001	3,81%

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Marco Uchôa é repórter especial da Rede Globo desde 1996. Além de matérias investigativas e sociais para o Fantástico, colabora com o Jornal Nacional e com o Globo Repórter. É autor do livro *Crack - o caminho das pedras*, da Editora Ática, ganhador do prêmio Jabuti de melhor livro-reportagem.**

*As drogas lícitas são as mais consumidas pelos adolescentes no Brasil. No entanto, merecem pouco destaque na mídia impressa brasileira, conforme atesta pesquisa feita pela ANDI. Essa é uma pauta que também está pouco presente no noticiário da tevê? Assim como nos jornais e nas revistas, o assunto aparece com pouco destaque nos telejornais. É um fato, mas não é uma situação específica do jornalismo brasileiro. Em outros países, principalmente da América Latina, essa "dificuldade" também tem lugar de destaque. Vale a reflexão e, principalmente, a determinação em mudar esse quadro. É mais fácil aprovar uma pauta sobre a nova "droga do momento" do que investir em matérias de comportamento sobre pré-adolescentes que seguem bêbados pelas ruas das cidades. No Fantástico, esse tema pode surgir a qualquer momento, não necessariamente precisa estar atrelado ao factual. Mas é claro que a pesquisa de uma universidade ou de um instituto renomado facilita, e muito, a aprovação da pauta. Recentemente aprovamos uma matéria sobre os resultados de uma*

pesquisa que mostra os efeitos de um medicamento em homens e mulheres que sucumbiram ao Álcool. O foco é a pesquisa, mas não só ela. A intenção é mostrar o resultado e humanizar as questões. É uma maneira de fazer a abordagem pelo viés do comportamento. Assim conseguimos nos aproximar muito mais dos nossos telespectadores.

*É comum o formato de rodas de debates em programas para adolescentes. De modo geral, essas discussões são ricas. Mas também apresentam pontos fracos, como a dificuldade dos adolescentes em se aprofundar em determinadas questões. Como evitar possíveis entraves? A linguagem direta é o melhor caminho. Mas é fato que nem sempre conseguimos colocar no ar um produto que avance, sobretudo em pontos polêmicos. É importante ouvir o que os jovens pensam sobre drogas, porém só isso não é suficiente. É preciso embasar melhor essa questão, oferecer a quem estiver em casa elementos mais consistentes que ajudem a entender o assunto. O simples blá-blá-blá cansa, não avança nada. Vários formatos já foram testados, mas acredito que a TV brasileira ainda carece de um programa que coloque uma lente de aumento nesses assuntos para o público jovem, de todas as classes sociais. Nada de puxão de orelha, e sim um produto bem acabado que retrate esse mundo com uma abordagem diferenciada.*

---

### Artigo

---

## AS DROGAS E A ADOLESCÊNCIA

por Sandra Scivoletto\*

---

O uso abusivo e a dependência de drogas eram, até algumas décadas atrás, um problema quase que exclusivo da idade adulta. Como outros fenômenos que ocorrem cada vez mais cedo na vida dos jovens (por exemplo, início de atividade sexual e escolha profissional), os quadros de dependência de drogas começam a incidir em idades mais precoces, apesar dos esforços preventivos estarem aumentando.

Felizmente, a maioria dos adolescentes interromperá o uso de drogas conforme for assumindo outros papéis na vida adulta (o consumo de Tabaco é exceção, tendendo a permanecer). Não estão, porém, isentos de riscos. Basta lembrar a possibilidade da ocorrência de acidentes, especialmente os de trânsito, quando sob efeito de Álcool, por exemplo. Há, ainda, indivíduos que progredirão do consumo habitualmente experimental dessa fase para padrões mais graves de abuso e dependência, que na juventude geralmente envolve múltiplas drogas.

Assim, o uso experimental de algumas substâncias, dentre elas o Álcool, o Tabaco e também algumas drogas ilícitas, pode ser considerado um comportamento dentro do padrão normal de desenvolvimento do adolescente. Ainda que o consumo de Álcool e Tabaco seja legalmente proibido para menores de 18 anos, o uso de determinadas substâncias não deveria ser visto automaticamente como patológico. O problema é que o consumo precoce de drogas pode afastar o adolescente de seu

desenvolvimento normal, impedindo-o de experimentar outras atividades importantes.

### Aspectos epidemiológicos

Outra questão é que não sabemos, previamente, quais adolescentes têm maior predisposição para passar do uso experimental à dependência. Mas é fato que a experimentação de uma substância psicoativa coloca o jovem em situação de maior exposição a outros fatores capazes de contribuir para o uso regular e dependência. Várias pesquisas têm mostrado que o melhor marcador de risco para a evolução rumo ao consumo de outras drogas é o uso regular de bebidas destiladas. O adolescente que começa a beber todos os finais de semana ou até com maior regularidade, usando o Álcool para sentir o efeito da bebida e não pelo seu sabor, tem grande chance de passar a consumir outras drogas. No momento em que ele começar a ficar tolerante aos efeitos do Álcool ou quando achar que tais sensações “não são mais novidade” pode decidir experimentar outras substâncias.

Na interpretação dos dados sobre a prevalência de uso também se deve ter em mente as influências sociais, econômicas e culturais, o que é muito importante na adolescência – idade mais suscetível às influências ambientais ou aos conhecidos “modismos”.

### **“Aqui e agora”**

As substâncias psicoativas mais consumidas, independente da população estudada, são aquelas de uso lícito para os adultos: o Álcool e o Tabaco. São vários os fatores que levam um adolescente a beber ou usar drogas. Algumas pesquisas tentaram analisar quais seriam os mais importantes, porém os resultados foram conflitantes. Cada caso é um caso, com influência maior de um ou de outro fator de risco, geralmente envolvendo diversos, sendo que os aspectos envolvidos devem ser analisados em conjunto.

Sem dúvida, a curiosidade natural dos adolescentes é um dos fatores de maior peso que leva à experimentação de drogas lícitas ou ilícitas, ao lado de questões externas como opinião dos amigos e facilidade de obtenção das substâncias. O adolescente vive o “aqui e agora”. E o apelo dos efeitos causados pela droga é sedutor: no contexto de vida atual, é mais fácil fumar um cigarro comum ou de maconha do que desgastar a imaginação e driblar as dificuldades de tempo, violência e problemas econômicos para sentir prazer.

Já na passagem da experimentação para o uso regular e a manutenção do uso, outros fatores mais relacionados com características internas do adolescente, tais como insegurança

ou sintomas depressivos, estariam envolvidos. Esses aspectos internos também se relacionam com o início do uso de drogas, uma vez que a insatisfação do adolescente em suas atividades ou sua própria insegurança poderiam aumentar a curiosidade e a necessidade de buscar novas sensações, como a experimentação de drogas diferentes. Portanto, fatores externos e internos interagem, não sendo possível isolar a ação de cada um deles.

### **A influência da família**

A família pode ser um fator de risco ou protetor para o uso de substâncias psicoativas. Em primeiro lugar, temos a questão genética: filhos de pais dependentes de Álcool e/ou drogas têm quatro vezes maior risco de se tornarem dependentes. Mas o desenvolvimento desse quadro irá variar de acordo com a interação da predisposição com os fatores ambientais. Em segundo lugar, a família tem papel fundamental na formação do adolescente. Crianças que crescem num ambiente com regras claras e aprendem a lidar com os limites e as frustrações, geralmente são mais seguras. Sem isso, as crianças buscam os limites dentro de casa, adotando um comportamento desafiador com os pais, como se provocassem a imposição dessas normas.

O adolescente que aprendeu a viver sem limites pode repetir o comportamento desafiador fora de casa. É natural que ele se sinta inseguro e, na tentativa de descobrir as regras do mundo, irá também testar os limites, deparando-se com frustrações. Esse jovem precisará dos mecanismos para lidar com tais frustrações e que não foram desenvolvidos. Nesse momento, as drogas surgem como “solução mágica”: ele as consome e todos os sentimentos ruins desaparecem por alguns instantes, sem necessidade de esforços maiores.

## O papel dos médicos

Na grande maioria das vezes, os adolescentes são indivíduos saudáveis. Trabalhar com eles, tanto do ponto de vista psicológico quanto físico, implica em realizar prevenção. Isso significa fornecer informações e condições propícias para a promoção da saúde física e mental. Com relação ao abuso de substâncias, a importância da prevenção reside justamente em evitar e, quando isso não for possível, retardar o início do uso de drogas. Quanto mais tarde se dá o início do uso dessas substâncias, menos chances o indivíduo tem de acabar se tornando um usuário regular.

Apesar do crescente número de campanhas de esclarecimento e de projetos de prevenção nas escolas, essas ações não são capazes de erradicar o consumo de substâncias na adolescência. Portanto, é importante o investimento em diagnóstico precoce e tratamento, pois nessa fase agiriam tentando impedir a progressão de um estágio de consumo para outro mais grave. Com esse objetivo de aumentar as ações preventivas, alguns autores propõem que os adolescentes deveriam fazer consultas anuais para avaliar o estado tanto do desenvolvimento físico quanto do psíquico.

De qualquer forma, cabe ao pediatra ou clínico geral orientar os jovens e também a seus pais nas consultas habituais. Os pré-adolescentes devem ser informados sobre os efeitos das drogas e precisam encontrar liberdade para esclarecer com seu médico suas curiosidades a respeito do tema. Já para os adolescentes, o clínico deve perguntar sobre o consumo de Álcool e outras drogas no ambiente de convívio deles. Os pais precisam ser orientados a reavaliar e discutir os seus próprios consumos de

Álcool, Tabaco, medicamentos e outras drogas; devem ser estimulados a conversar com seus filhos e avaliar situações de estresse familiar que possam estar agindo sobre a criança ou adolescente, além de conhecer eventuais antecedentes familiares de uso ou abuso de substâncias psicoativas.

Os resultados dos trabalhos de prevenção nesta área poderão ser mais abrangentes e significativos se os esforços preventivos dos programas já existentes forem somados à participação mais ativa dos clínicos gerais e dos pediatras, juntamente com orientação e participação dos pais, ou seja, por meio da participação integral da comunidade, cada um dentro de seu próprio papel.

---

*\*Sandra Scivoletto é médica psiquiatra e doutora em Psiquiatria pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. É Coordenadora-Executiva do Grupo Interdisciplinar de Estudos de Álcool e Drogas (GREA) do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (IPq-HC-FMUSP) e responsável pelo Ambulatório de Adolescentes e Drogas do Serviço de Psiquiatria da Infância e Adolescência (SEPIA) do IPq-HC-FMUSP.*

## Caminhos para Aprimorar a Cobertura

### RECOMENDAÇÕES PARA OS JORNALISTAS

● A presença regular dos temas Tabaco e Álcool nas pautas da Grande Mídia ou de suplementos de jornais, revistas e programas de rádio ou televisão dirigidos a adolescentes deve-se valer de uma visão de transversalidade. São muitos os aspectos da vida do adolescente e do jovem que permitem a abordagem circunstancial de informações relativas ao cigarro e à bebida. Matérias que tratem de escola, família, lazer, prazer ou sexualidade são algumas das opções mais evidentes. Quando os profissionais de Mídia Jovem e da Grande Mídia passam a adotar essa perspectiva transversal, assume nova dimensão a idéia de que um dos principais desafios está em encontrar soluções criativas e eficazes para manter o adolescente e o jovem bem informados.

● A abordagem das drogas lícitas não precisa estar necessariamente atrelada a reportagens de fôlego. Pode valer-se também de notas e do uso de depoimentos de jovens ou personalidades.

● Enriquece o panorama de debates sobre o uso de Tabaco, Álcool e outras drogas a abordagem de hipóteses sócio-culturais mais abrangentes. Para alguns usuários, parece que essas substâncias funcionam como agentes de um estado ideal de ser, onde a felicidade é eterna. Estariam assim respondendo a pressões da sociedade contemporânea, que tem dificuldades em lidar com

experiências típicas da condição humana, como a solidão, os conflitos ou as frustrações? Segundo essa abordagem, a relação de dependência com certas drogas seria então uma maneira do indivíduo evitar o confronto direto com doses excessivas de “realidade”.

● Podemos também ver o uso abusivo da droga, seja ela lícita ou ilícita, como expressão de um padrão de satisfação compensatório. Ou seja: se nossa sociedade insiste em impor parâmetros de conduta que ignoram ou violentam valores essenciais, as pessoas acabariam buscando compensações para a falta de sentido existencial decorrente deste estilo de vida.

● Os usuários de drogas (inclusive as lícitas) são muitas vezes confundidos com sua dependência – e discriminados por isso. É muito importante estar atento à forma como a sociedade – e a mídia também – trata as pessoas que cometem determinados tipos de infração: o marido que agride a mulher, o estupro, o pedófilo, o pai que bate nos filhos. Apesar de a proteção e o atendimento às vítimas serem essenciais, não se deve esquecer que o comportamento do agressor, claramente patológico, necessita também de assistência, que quase sempre inclui tratamento psicológico ou psiquiátrico. Evitar a visão moralista, que contribui para aumentar a discriminação que cerca essas pessoas, é uma ação alinhada com os princípios fundamentais dos direitos humanos.

## SUGESTÕES DE PAUTA

- Merece uma ampla discussão – e pode envolver jovens, pais, educadores e especialistas – o conceito de “dependência”. Será que nossas relações com comida, sexo, jogo, consumo, internet podem se tornar um tipo de dependência? Existem pesquisas que fazem uma análise sobre isso? O que as drogas – lícitas ou não – têm de comum com essas coisas, e no que são diferentes?
- O fato de um jovem experimentar drogas não o transforma necessariamente em dependente. É importante discutir os fatores (sociais, culturais, emocionais etc) capazes de levar uma pessoa a se tornar dependente de drogas. Qual é a diferença entre a dependência física e a psicológica? Quais são os tratamentos hoje existentes para tratar a dependência e qual é o papel da escola, da família e dos amigos nesse processo? Existem experiências bem sucedidas em que o tratamento da dependência química não é centrado na abstinência inicial. Um outro ponto a ser explorado é que a internação, por exemplo, é hoje vista com muitas ressalvas pelos especialistas, pois, em alguns casos, pode haver até o aumento do consumo. Em quais casos é necessário apelar para esse recurso?
- Reconhecer o prazer envolvido no ato de fumar ou beber é importante, pois se trata de um dado da realidade do jovem. Melhor do que negar isso é abordar

outras formas de buscar prazer, o que pode ser um excelente gancho para discutir a questão das drogas lícitas ou ilícitas na adolescência. Esportes, música, meditação podem despertar o mesmo sentimento de transcendência que as drogas provocam, com a vantagem de não colocar em risco a saúde das pessoas.

- Estudos mostram que o contexto familiar e os hábitos dos pais em relação ao cigarro e à bebida estão entre os elementos que mais influenciam as crianças e os adolescentes. E, embora não esteja provado, algumas pesquisas assinalam que os filhos podem se tornar dependentes devido ao consumo de Tabaco pelos pais. Esses aspectos têm sido pouco abordados tanto pela Mídia Jovem quanto pela Grande Mídia. Um bom caminho é reunir para um debate na redação jovens e adultos para trocar idéias sobre essa questão.
- Outro assunto que deve ser abordado: a relação entre determinados transtornos psiquiátricos com o abuso e a dependência de drogas. Entre esses problemas estão a depressão, a ansiedade e os distúrbios neurocognitivos (dificuldades de atenção, memória, concentração ou linguagem). Muitas vezes esses males que afetam a auto-estima e o desenvolvimento de crianças e jovens não são percebidos pela família e pela escola. Até que ponto eles podem ser um fator para a dependência de drogas? Quando tratados, podem levar o usuário de drogas a não consumi-las mais?

2

# Entre Goles e Tragadas

---

*Álcool e Tabaco são drogas com características bem distintas. Os processos de uso e de dependência são diferentes para cada uma das substâncias, assim como a postura da sociedade diante da relação do jovem com o consumo*



AS CONSEQÜÊNCIAS IMEDIATAS DO CONSUMO DE CIGARROS SÃO APARENTEMENTE MENOS IMPACTANTES DO QUE AQUELAS DECORRENTES DO USO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS, EMBORA O PROCESSO DE DEPENDÊNCIA DO TABACO SE ESTABELEÇA DE MANEIRA BEM MAIS RÁPIDA. APENAS ALGUMAS SEMANAS SÃO SUFICIENTES PARA QUE O CÉREBRO PASSE A EXIGIR NICOTINA. ALÉM DISSO, ATINGE O ADOLESCENTE DE FORMA DEVASTADORA: QUEM COMEÇA A FUMAR TÃO CEDO, DIFICILMENTE ESCAPA DA DEPENDÊNCIA — APENAS ENTRE 20% E 30% CONSEGUIRÃO ABANDONAR O CIGARRO. DE ACORDO COM LEVANTAMENTO DO MINISTÉRIO DA SAÚDE, 78% DOS FUMANTES BRASILEIROS GOSTARIAM DE DAR UM FIM ÀS BAFORADAS, MAS APENAS ENTRE 2% E 5% CONSEGUEM FAZER ISSO SOZINHOS, OU SEJA, SEM A AJUDA DE TRATAMENTOS ESPECÍFICOS. E HÁ UM OUTRO PONTO RELEVANTE: É MUITO RARA ENTRE OS FUMANTES A ATITUDE DE “FUMAR SOCIALMENTE”. EM GERAL, A PESSOA OU É FUMANTE, OU NÃO É.

EM RELAÇÃO À DEPENDÊNCIA, OS RESULTADOS DO CONSUMO DO ÁLCOOL, SE COMPARADOS AOS DO CIGARRO, PARECEM SER MENOS GRAVES: O NÚMERO DE ADOLESCENTES ENVOLVIDOS COM A EXPERIMENTAÇÃO QUE IRÃO SE TORNAR DEPENDENTES NÃO ULTRAPASSA A FAIXA DOS 20%. O FATO DE SER POSSÍVEL ADMINISTRAR UM USO “APENAS SOCIAL” OU EVENTUAL DE BEBIDAS ALCOÓLICAS, SEM QUE O PROCESSO DE DEPENDÊNCIA CHEGUE A SE INSTALAR, SE EXPRESSA TAMBÉM NA POSTURA DE GRANDE PARTE DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS, QUE EM OCASIÕES FESTIVAS NÃO SÓ ACEITA LIVREMENTE O CONSUMO DE ÁLCOOL POR ADOLESCENTES, COMO MUITAS VEZES ATÉ O ESTIMULA. ESSE COMPORTAMENTO, COMUM NA SOCIEDADE, PODE EXPLICAR, EM PARTE, O TRATAMENTO DIFERENCIADO QUE A IMPRENSA CONFERE ÀS DUAS DROGAS MAIS CONSUMIDAS NO PAÍS.

Aprimorar comportamentos editoriais diante da questão das drogas é uma missão prioritária para a imprensa em geral e também para a Mídia Jovem. Isso porque suplementos de jornais, revistas e, claro, programas de rádio e televisão voltados para o público adolescente são canais estratégicos para que o Poder Público, os pais e os educadores disseminem atitudes preventivas ao uso de substâncias lícitas ou ilícitas.

O grande desafio editorial em relação a temas como o das drogas lícitas é envolver o leitor mais pelo senso crítico, pela consciência de prevenção e capacidade de escolha por uma vida saudável do que se restringir à denúncia de riscos e prejuízos que o Tabaco e o Álcool trazem para a saúde. Na Mídia Jovem especificamente, é preciso levar em conta peculiaridades de um público ávido por experimentação, que é bombardeado por mensagens de consumo com elementos tão envolventes quanto o prazer, o charme, a sensualidade, o poder e a beleza.

Não há como ignorar as estatísticas assustadoras do consumo de Tabaco e Álcool. Segundo a Opa, o tabagismo já mudou as principais causas de morte nas Américas. Males não infecciosos (muitos causados pelo cigarro) matam mais do que doenças transmissíveis, afecções maternas, perinatais e carências nutritivas. As informações sobre riscos, estimativas, estratégias de comunicação, pesquisas e recomendações sobre políticas de controle disponibilizadas pela Organização Mundial de Saúde, sobretudo no período próximo ao Dia Mundial Sem Tabaco, 31 de Maio, podem contribuir para trazer à tona o tema das drogas lícitas.



Apesar de terem ampla aceitação na sociedade, as bebidas alcoólicas são mais retratadas como drogas pela Grande Mídia do que o cigarro. É o que mostra a pesquisa coordenada pela ANDI, que se debruçou sobre o comportamento da imprensa em geral e dos veículos destinados aos adolescentes diante dos temas Tabaco e Álcool durante o ano de 2001 (*confira as tabelas da página 46*).



Na Mídia Jovem, há mais dificuldades em considerar as duas substâncias como drogas – uma postura arriscada. Na pesquisa anteriormente realizada pela ANDI, que analisou suplementos e revistas destinados aos adolescentes entre os anos de 1999 e 2000, o cenário era diferente. A Mídia Jovem resistia em traçar um perfil nítido do Álcool enquanto droga, mas não tinha a mesma dificuldade em relação ao Tabaco. A postura mais complacente em relação ao cigarro, adotada hoje, pode ser consequência da menor mobilização da sociedade em torno do tema, após os intensos esforços pela aprovação da lei que restringiu sua publicidade (*veja tabelas na página 46*).

## ABORDAGENS QUE NÃO FUNCIONAM

**Aterrorizante:** centrada nos problemas de saúde gerados pelo Tabaco ou pelo Álcool, descreve em detalhes riscos como a morte por câncer de pulmão ou por cirrose hepática.

*Diagnóstico:* impressiona o jovem, mas não consegue fazer conexão com sua experiência pessoal, pois ele costuma contar com plena saúde e vitalidade.

**Moralista:** apela para uma linha de argumentação que condena o uso do Tabaco e do Álcool como comportamento anti-social ou autodestrutivo, não adequado a uma juventude saudável e feliz.

*Diagnóstico:* não sensibiliza o jovem, que além de experimentar o cigarro e a bebida como fontes de prazer, tem neles meios de afirmação junto a seu grupo de amigos.

**Técnico-científica:** utiliza dados e estatísticas, comprovando os danos do cigarro e do Álcool e a vulnerabilidade do público jovem a situações de dependência química e/ou comportamental.

*Diagnóstico:* não é atraente para o jovem; aqueles que se dão ao trabalho de ler ou assistir a este tipo de reportagem são geralmente os que não fumam nem bebem.

**Policialesca:** utiliza argumentos das abordagens anteriores, porém carregando no discurso de cunho repressivo, que não raro sugere a proibição do Tabaco e da bebida por parte de pais e/ou escolas.

*Diagnóstico:* acaba tendo o efeito contrário ao desejado, firmando junto ao jovem a imagem do cigarro e do Álcool como símbolos de contestação e rebeldia.

## O Álcool também exige atenção

A questão do Álcool não pode ser menosprezada. Os impactos sociais e humanos derivados do consumo abusivo de bebidas alcoólicas até agora não mereceram, seja por parte do governo federal, seja dos demais setores da sociedade brasileira, uma ação ampla e eficaz de enfrentamento, similar àquela orquestrada, não faz muito tempo, com inegável sucesso, em torno da restrição à publicidade do Tabaco.

É importante lembrar que está também no período da adolescência o momento preferencial para a iniciação, cada vez mais cedo, ao consumo de Álcool – fator que poderá, no futuro não muito distante, definir um grave quadro de dependência.

Especialmente no caso dos veículos da Mídia Jovem, é essencial evitar um tratamento “adulto” da questão – enfoque pouco lúdico, tom professoral, excesso de informação de cunho técnico (*veja quadro nesta página*).

Por outro lado, a análise do material produzido pelos suplementos de jornais e revistas para adolescentes demonstra que existe um caminho. Há exemplos de reportagens escritas num tom tão amigável e convidativo, que o adolescente se sente motivado a refletir sobre o uso do Tabaco e do Álcool.

## AVOZ DA REDAÇÃO

**Atuando no jornalismo desde 1990, Jorge Eduardo, chefe de reportagem do *Jornal de Brasília*, já trabalhou nos jornais *O Dia (RJ)*, *Tribuna da Imprensa (RJ)* e nas rádios *Globo*, *Tupi* e *Manchete*.**

*Boa parte das matérias sobre Tabaco e Álcool prioriza o enfoque das questões relacionadas à dependência e ao uso dessas drogas. Seria possível adotar uma abordagem mais ampla?* Possível, eu acho que é. Mas todos os jornais ainda pecam na abordagem da prevenção. Acredito que seja necessário haver um esforço de todos os veículos de comunicação para focar mais essa questão, e não só no que diz respeito às drogas lícitas. No *Jornal de Brasília*, costumo orientar os repórteres para que toda e qualquer matéria traga sempre um conteúdo de serviço. Ou seja, é importante dar dicas para o pai, a mãe ou outros familiares sobre como lidar com os filhos adolescentes e como prestar atenção se eles estão se envolvendo com drogas, por exemplo. Na minha opinião, um dos problemas que impedem enfoques mais amplos é que os jornais ainda estão muito escravos da pauta. O jornalista não se conscientizou que ele pode ir além da pauta estabelecida. Essa escravidão precisa acabar.

*Há poucas matérias sobre Tabaco e Álcool nas escolas, em casa e entre amigos nos jornais analisados pela ANDI. Por que essa pauta está quase ausente do noticiário?* Acho que, em geral, há espaço limitado

para tais assuntos porque eles esbarram no problema social. Por que um aluno foge de uma escola para usar droga? Por que uma criança ou adolescente foge de casa? Possivelmente está fugindo de um pai carrasco ou de um pai permissivo demais.

Nem sempre mostrar as mazelas da sociedade agrada os leitores. E a questão das drogas, lícitas ou não, está afetando jovens de vários lugares do País. Acredito que nós, da imprensa, não podemos fechar os olhos. Uma notícia é consistente quando olha para os problemas, para a realidade. Acho que precisamos fazer produtos com maior responsabilidade social. Isso significa dar o foco e mostrar possíveis soluções.

*O Jornal de Brasília foi o veículo que mais publicou matérias sobre Tabaco e Álcool na adolescência em 2001, conforme mostra a pesquisa coordenada pela ANDI. Por que o assunto está mais presente na pauta do jornal?* Uma de nossas linhas de atuação é fazer pautas direcionadas para a família e, por isso, o assunto drogas está sempre presente, pois se trata de uma questão que preocupa os pais. Procuramos englobar vários aspectos: prevenção, causas, conseqüências e serviços. A meu ver, esse tema não é muito abordado pela imprensa em geral porque ainda se tem a concepção de que dá mais status falar sobre assuntos ligados à política e à economia. Mas acho que o leitor está cansado de abrir jornal que chove no molhado.

**O ÁLCOOL É RETRATADO COMO DROGA?**

GRANDE MÍDIA (2001)

Sim	67,5%
Não	32,5%

MÍDIA JOVEM

	1999/2000	2001
Sim	41,6%	46,7%
Não	58,4%	53,3%

**O TABACO É RETRATADO COMO DROGA?**

GRANDE MÍDIA (2001)

Sim	42,2%
Não	57,8%

MÍDIA JOVEM

	1999/2000	2001
Sim	68%	35,5%
Não	32%	64,5%

**ADMITE QUE O ÁLCOOL PROVOCA PRAZER?**

GRANDE MÍDIA (2001)

Sim	10%
Não	90%

MÍDIA JOVEM

	1999/2000	2001
Sim	79%	23,3%
Não	21%	76,7%

**ADMITE QUE O TABACO PROVOCA PRAZER?**

GRANDE MÍDIA (2001)

Sim	4,8%
Não	95,2%

MÍDIA JOVEM

	1999/2000	2001
Sim	30%	16,1%
Não	70%	83,9%

## CONSTRUINDO SAÚDE – UM PROCESSO

Alguns dos problemas localizados nas reportagens sobre Tabaco e Álcool publicadas na Grande Mídia e nos veículos direcionados ao público adolescente podem ser atribuídos a uma percepção distorcida do trabalho preventivo, cuja característica principal é a de ser um processo educacional a médio e longo prazo, ou seja, vai muito além de intervenções instantâneas e definitivas.

A imprensa, contudo, não opera dessa forma por acaso. Ela simplesmente reflete a ansiedade que predomina no discurso da sociedade, quando apresentada aos indicadores que retratam expansão quase sempre crescente do consumo do cigarro e das bebidas entre a população jovem.

A intensa utilização de estatísticas sobre doenças e mortes – mais comum na abordagem das questões relacionadas ao Tabaco – é um bom exemplo de como essa reação excessivamente emocional se expressa na mídia.

### Ação mais ampla

O foco das intervenções jornalísticas e dos demais atores sociais não pode ficar restrito às práticas preventivas ou assistenciais, por mais importantes que estas sejam. É fundamental que a abordagem das questões associadas ao cigarro e à bebida – e também às drogas ilícitas – seja pautada por um contexto mais abrangente, onde se destaca a promoção da saúde e da qualidade de vida. É a partir desses parâmetros, afinados com as modernas diretrizes de saúde pública – foco no ciclo de vida, pois todas as ações realizadas numa determinada

## PREVALÊNCIA DE USO DE TABACO NA VIDA DE ESTUDANTES ENTRE 10 E 18 ANOS

CAPITAL	1987	1989	1993	1997
Belém	22%	30,3%	29,9%	27,1%
Belo Horizonte	23,2%	34%	37%	34,3%
Curitiba	18,4%	24,1%	29,9%	41%
Distrito Federal	22,4%	27,7%	26,7%	33,7%
Fortaleza	21,6%	24,7%	25,7%	32,8%
Porto Alegre	20,8%	29,7%	31,7%	44,1%
Recife	20,5%	21,6%	25,6%	26,7%
Rio de Janeiro	22,7%	27,1%	25,5%	26,9%
Salvador	17,9%	22,8%	19,3%	30,5%
São Paulo	25,4%	31,8%	29,1%	30,7%

Fontes: Ministério da Saúde (1987), Cebrid (1989, 1993 e 1997)



Os familiares aparecem como fontes em apenas 1,6% das reportagens publicadas nos veículos destinados ao público adolescente, aponta pesquisa coordenada pela ANDI sobre o noticiário de Tabaco e Álcool veiculado em 2001. Na Grande Mídia, a família é ouvida em somente 0,8% dos textos sobre drogas lícitas.



A pesquisa também detectou que a Grande Mídia apresenta uma maior diversidade de atores ouvidos. Já a Mídia Jovem dá mais ênfase à voz dos adolescentes e dos usuários do sistema de saúde. Em ambos os casos, os especialistas estão entre os mais ouvidos.



A Mídia Jovem geralmente adota uma postura mais realista e menos moralista em relação às drogas lícitas. É maior o número de matérias, proporcionalmente à Grande Mídia, que associam o Tabaco e o Álcool a experiências prazerosas (veja as tabelas na página 46). No entanto, é preciso lembrar que a maior parte das reportagens da Mídia Jovem peca por não retratar claramente o cigarro e as bebidas alcoólicas como drogas.

faixa etária influenciam diretamente as fases seguintes – que se abrem também novas perspectivas para a imprensa que busca uma cobertura socialmente responsável.

### A FAMÍLIA AUSENTE

Diversos estudos apontam claramente que os hábitos dos pais diante do Tabaco e do Álcool estão entre os fatores que influenciam de forma mais marcante as crianças e os adolescentes. Segundo a pesquisa realizada pelo Cebrid, em 1997, com 15 mil estudantes de escolas de Ensino Fundamental e Médio, quase a metade dos jovens tinha bebido pela primeira vez na casa dos pais.

Outro aspecto que deve ser levado em conta é que atualmente várias correntes envolvidas com a questão da saúde do adolescente concordam estar no ambiente familiar um dos meios mais eficazes de promovê-la.

Apesar disso, a imprensa em geral e até mesmo a Mídia Jovem praticamente ignoram a importância dos familiares no debate em torno das drogas. No caso dos suplementos destinados ao público adolescente, a ausência da voz da família se dá também nos demais temas abordados. São comuns reportagens que costumam focar como personagens centrais apenas os garotos e garotas ou seu círculo de amizades. Eles aparecem, portanto, isolados da escola e da família, como se vivessem numa esfera apenas adolescente.

Nesse contexto, o relato da família ocorre por meio da voz do próprio jovem: “meu pai...”, “minha mãe...”. Mas o pai e

a mãe raramente são ouvidos diretamente. Nos textos sobre Tabaco e Álcool que foram foco das análises coordenadas pela ANDI em dois momentos: – veiculados de setembro de 1999 a outubro de 2000 e de janeiro a dezembro de 2001 – nota-se que falta a visita do repórter à casa do adolescente, para conversar com ele, seus pais, irmãos ou outros parentes próximos sobre cigarro e bebida. Além disso, os professores também quase não são procurados para falar sobre o tema.

Diante de cenário tão decisivo, o profissional de imprensa deve estar atento a mais um fato: na sociedade contemporânea, muitas vezes é o conceito estendido de família que se aplica ao adolescente – e não apenas a tradicional família nuclear.

### **PREVENÇÃO INTEGRAL**

Distinguir a pessoa do seu comportamento negativo. Essa é a regra número um defendida pelo hebeatra (clínico de adolescentes) Valdi Bezerra para que os pais consigam se aproximar dos filhos com amorosidade. Valdi coordena o Adolescentro, serviço de saúde da Rede Pública do Distrito Federal dedicado especificamente a pessoas de 10 a 18 anos. Com uma equipe multidisciplinar, formada por médicos, pedagogos, psicólogos, enfermeiros e assistentes sociais, o centro trabalha a saúde de forma integrada, valorizando a história de vida e o contexto de cada pessoa.

Começar o discurso com os adolescentes atacando o cigarro pode gerar uma defesa, em vez de um diálogo. No Adolescentro, se fala menos do fumo e mais dos esportes, da beleza, do charme, valorizando o adolescente saudável, bonito, que não cheira à

fumaça de Tabaco. “Ao estimular o lado positivo, ele percebe que o cigarro só atrapalha”, diz Valdi. Ele conta que os pais chegam reclamando dos filhos fumantes, de uma maneira impotente, como se não pudessem fazer nada porque também fumam ou já fumaram.

### **Laços reforçados**

É com a família que o adolescente passa a maior parte do tempo. Nada mais estratégico do que reforçar esse vínculo para trabalhar a relação dos jovens com o Álcool, o Tabaco e as drogas em gerais. “Atraímos a família oferecendo maneiras de estar com os filhos, colocando limites, não como cerceamento, mas como referenciais de vida”, explica Valdi. Esse processo ele denomina de “resgate da autoridade dos pais”. Para isso, é fundamental abrir o canal de comunicação de uma forma positiva.

Com base na Epistemologia da Complexidade, difundida pelos estudiosos Edgar Morin e Fernando Gonzales Rey, Valdi indica algumas atitudes que podem ajudar os pais a se aproximar de seus filhos adolescentes. Algumas delas são: distinguir a pessoa de suas atitudes negativas; esclarecer quem é quem na relação; abraçar, mesmo que isso não pareça muito espontâneo no começo; elogiar pequenas atitudes e iniciar a conversa contando experiências pessoais.

## ALIANÇAS PARA PROMOVER A SAÚDE

É diante de uma realidade de trabalho a médio e longo prazo e das dificuldades da família em lidar com a questão das drogas lícitas que se encontra um outro desafio da imprensa: atuar para apoiar – mostrando resultados e denunciando ineficiências – a implementação das políticas públicas promotoras da saúde.

Pautas de maior impacto investigativo podem contribuir para uma clara percepção do grau de compromisso expresso por escolas, secretarias de Saúde e de Educação estaduais e municipais e governo federal. E também radiografar o nível de mobilização dos pais e das próprias crianças e adolescentes para que programas de prevenção às drogas lícitas e de valorização da saúde sejam disponibilizados pelas escolas que integram as redes pública e particular de ensino.

A mídia pode auxiliar o aluno e seus familiares, portanto, a tomar consciência de que a existência ou não desses programas em uma sala de aula é também resultado de uma decisão política. E aos jornalistas cabe também a responsabilidade de checar a consistência das justificativas apresentadas pelos diversos atores responsáveis, quando essa decisão não contempla de forma direta área tão prioritária.

## AS FONTES MAIS OUVIDAS EM 2001: MÍDIA JOVEM

Pacientes/usuários do sistema de saúde	18,8%
Outras especialidades médicas	14,1%
Adolescentes em geral	12,5%
Universidades	12,5%
Psicólogos	6,3%
Judiciário	3,1%
Associações	1,6%
Executivo Federal	1,6%
Especialistas (exceto da área da saúde)	1,6%
Familiares	1,6%
Outros	7,8%
Não foi possível identificar	18,8%

### Escolas na mira

Inspirado nos conceitos definidos pela OMS em relação à Escola Promotora de Saúde (*veja o quadro na página 56*), o Ministério da Saúde vem realizando, por meio do Instituto Nacional do Câncer, o *Programa Saber Saúde de Prevenção do Tabagismo e Outros Fatores de Risco de Câncer nas Escolas*. A iniciativa parte do princípio de que a escola é o espaço onde acontece o confronto dos diferentes saberes: de alunos e seus familiares, que têm crenças e valores culturais próprios; do conhecimento científico; dos conceitos divulgados pelos meios de comunicação de massa e dos apresentados pelos professores. Estabelece-se, assim, o que se pode chamar de “cultura escolar”.

## AS FONTES MAIS OUVIDAS EM 2001: GRANDE MÍDIA

Executivo Federal	2,5%
Executivo Estadual	6,7%
Executivo Municipal	2,5%
Judiciário	4,2%
Ministério Público	1,3%
Legislativo Federal	0,4%
Legislativo Estadual ou Distrital	1,7%
Legislativo Municipal	1,3%
Especialistas (exceto da área da saúde)	0,8%
Oncologistas	0,8%
Hebeatas (especialistas em adolescência)	0,4%
Outras especialidades médicas	16,7%
Psicólogos	5,0%
Diretores de hospitais e postos de saúde	2,1%
Pacientes/usuários do sistema de saúde	3,3%
Adolescentes em geral	11,7%
Familiares de adolescentes	0,8%
Universidades	4,6%
Conselhos Tutelares	0,4%
Outros Conselhos	1,3%
Fundações/Institutos	0,4%
Associações	4,2%
Outras organizações da sociedade civil	0,4%
Empresas (não estatais)	1,7%
Organismos internacionais	2,5%
Outros	6,3%
Não foi possível identificar	15,9%

Instituído em 1998, o *Programa Saber Saúde* tem como foco principal alunos do Ensino Fundamental (de sete a 14 anos) e como objetivo geral conscientizar as crianças e os adolescentes a respeito dos principais fatores de risco para o câncer, desestimular o consumo do Tabaco e a ingestão de bebidas alcoólicas, além de alertar para a exposição exagerada a radiações solares. Também incentiva hábitos saudáveis de alimentação e atividades físicas entre professores e alunos. Os estudantes de Ensino Médio são agregados ao processo como multiplicadores, recebendo capacitação para exercer essa função.

### Trabalho conjunto

A implementação do programa envolve quatro níveis de organização: Federal (Ministérios da Saúde e da Educação), Estadual, Municipal (em ambos os casos, as secretarias de Saúde e de Educação) e local (a própria escola em questão).

O Ministério da Saúde coordena o trabalho, elabora o material técnico, capacita profissionais e realiza a avaliação. As secretarias estaduais, entre outras ações, indicam os profissionais a serem preparados. Às municipais cabe a iniciativa de inscrever-se no programa e cadastrar as escolas. É nas escolas que o *Programa Saber Saúde* realmente se realiza.

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Luís Gustavo Klein trabalha desde 1990 no jornal *A Tribuna de Santos* (SP). Integrou a equipe como repórter, escreveu para as editorias de Artes e Variedades e de Cidades. Atualmente edita o Tribu – caderno voltado para o público adolescente. É também responsável pela publicação de dois projetos sociais voltados para os jovens: o Vozes de Santos, em parceria com a ONG Cidade Escola Aprendiz e um colégio da região, e a Gincana da Cidadania, que envolve 23 escolas (públicas e particulares) e mais de 300 estudantes de ensino médio, numa parceria com várias entidades, entre elas, o Instituto Pró-Ação e o Instituto Ayrton Senna.**

*Pesquisa coordenada pela ANDI, que acompanhou a cobertura sobre Tabaco e Álcool na adolescência em 2001, mostra que a imprensa dá pouco espaço à discussão sobre essas drogas. Na Mídia Jovem, foram publicadas apenas 64 matérias sobre Tabaco e Álcool num universo de mais de 10 mil reportagens. Por que são tão raros os textos a respeito desse tema? Eu acredito que o pouco espaço dado pela mídia para as notícias sobre drogas lícitas na adolescência se deve ao fato de ainda existir na sociedade a crença de que as drogas ilícitas causam maior dano ao usuário, de que provocam um mal maior ao organismo e de que estão mais diretamente ligadas à marginalidade.*

*O suplemento Tribu foi o que mais publicou matérias sobre Tabaco e Álcool em 2001, na Mídia Jovem, com 18,8% do total do universo analisado. O que motiva a pauta sobre essas drogas? As matérias publicadas pelo jornal são, em sua maioria, pautadas pelos ganchos factuais mesmo. No entanto, existem também trabalhos de iniciativa própria. Santos é uma cidade que possui um grande número de barzinhos, o que favorece o consumo de drogas lícitas, sobretudo do Álcool. A consequência disso são rotineiros acidentes de trânsito causados por jovens que exageram nas doses de bebida.*

*As duas séries de pesquisas coordenadas pela ANDI sobre a cobertura de Tabaco e Álcool na Mídia Jovem revelaram que esses veículos adotam, em geral, uma abordagem terrorista ao falar sobre essa temática. Por que o enfoque das matérias está concentrado num tom alarmista? Talvez falte criatividade. Mas acho que é possível sair, sim, dessa camisa de força. A gente pode mudar esse enfoque, buscando uma linguagem mais branda. Os textos devem puxar pelo racional, porém de forma agradável. Isso significa tratar esses assuntos sem ter que recorrer – como o próprio Tribu já fez em tempos passados – ao terror, ao medo. O ideal, na minha visão, é apelar para a consciência de quem está lendo, produzir uma reportagem que pode até lançar mão de recursos como o humor, que fale do assunto de uma forma que o leitor queira ler o texto até o final, e não fechar o jornal horrorizado.*

No meu entender, um dos caminhos viáveis é mostrar, por exemplo, que o Álcool é um problema que pode levar a outros, que o consumo de bebidas alcoólicas pode conduzir a um sexo sem camisinha. Que, em um momento em que ele esteja fora de si por ter bebido algumas cervejas a mais, pode achar normal fumar maconha oferecida por algum amigo. Que o cigarro é capaz de afetar o rendimento de um atleta, apesar do prazer que pode proporcionar.

É preciso, sim, falar do risco de câncer que o uso de Tabaco acarreta. No entanto, não dá para centrar uma matéria voltada para jovens nesse ponto: eles não vêm isso acontecer com os colegas. O câncer virá dali a 20, 30 anos. Não é algo presente no dia-a-dia deles. Para os adolescentes, não representa um risco imediato.

*Uma atitude recorrente da imprensa é mostrar apenas o discurso antitabagista. Na sua opinião esse enfoque direcionado prejudica a qualidade das reportagens? Enfocar matérias no antitabagismo é um equívoco que nós já cometemos. Chegamos ao cúmulo de estampar, numa capa do caderno, uma ilustração muito forte mostrando um cinzeiro com um monte de gente morta dentro, como se fossem as cinzas do cigarro. Pois é... Se você enche a pessoa que fuma de medos, dizendo que o cigarro é ruim, e quando ela fumar pela primeira vez gostar, tudo o que você disse vai por água abaixo. Mas, por mais que tenhamos aprendido, ainda temos muito que evoluir nessa área.*

O projeto oferece aos colégios material didático que ajuda os professores a discutir com os alunos de 4<sup>a</sup> a 8<sup>a</sup> série questões relativas à prevenção do câncer e ao controle do tabagismo. São dois livros para professores, duas revistas para estudantes, cartazes, adesivos e CD-Rom, ilustrados pelo cartunista Ziraldo. Até 2002, tinham sido treinadas 1.700 escolas em todo o País, atingindo 600 mil alunos e 26 mil professores.

### NAS MÃOS DO PROFESSOR

Um ponto crítico na interface das áreas de saúde e educação é o fato de o professor muitas vezes não ter preparo para lidar com assuntos relacionados à sexualidade, ao cigarro, ao Álcool e às drogas ilícitas. Também não são raras as situações de dupla mensagem: por exemplo, o professor fuma, mas em sala ensina que o adolescente não deve fumar.

Apesar de complexa, a integração dos esforços dos setores de Saúde com os de Educação vem avançando no Brasil. Um dos fatores centrais nesse processo é a capacitação de um amplo leque de educadores – e não apenas do professor de Ciências ou Biologia – a partir da constatação de que quando o professor utiliza a abordagem científica correta, ele dá maior credibilidade ao seu discurso, facilitando o diálogo com o jovem. O investimento é na formação continuada dos

## PRAZER E LIBERDADE

A adolescência é, sem dúvida, o período em que a necessidade de experimentar a vida é mais urgente. A juventude exige prazer e liberdade em doses altas. Prazer que pode estar nos mais diferentes momentos da vida: ir à praia, ao cinema, ao shopping, ler um livro, praticar esporte, ir à lanchonete, assim como namorar ou usar drogas.

Associar sexo e prazer é fácil. As experiências pessoais se encarregam de ilustrar a questão. Sexo é instinto, é biológico, é químico. Independentemente disso, a sociedade sempre tenta enquadrá-lo, para que a liberdade que se aprende com esse prazer não perturbe o resto de nossas ações.

Ao se falar em droga, tudo se complica. O tema ainda é polêmico e carregado de pré-conceitos. As respostas atuais sobre o “não” às drogas afirmam que elas levam a comportamentos autodestrutivos, perda de liberdade e ações ilegais. Parte-se do princípio de que por trás da droga só existe tragédia. Esse tipo de atitude, com idéias exageradas sobre o perigo “devastador” das drogas, além de não contribuir para uma consciência crítica, põe em risco a credibilidade do que se diz.

Não se pode ter medo de reconhecer o prazer. Melhor seria enfrentá-lo. Não falar sobre o prazer só aumenta a hipocrisia que cerca a questão. A repressão pura só estimula a curiosidade e o

interesse pelo assunto, além de levar ao encontro da vontade de transgredir – que também faz parte do dia-a-dia do jovem.

Reconhecer o prazer derivado do uso da droga não é estimular o seu consumo. É só o primeiro passo para se repensar o fascínio que ela pode exercer sobre os jovens, como uma das opções para saciar a urgência de prazer e liberdade.

Oferecer informações sobre as drogas e abrir um espaço de comunicação sincero é fundamental. Mas só informar não é tudo. As drogas devem receber um tratamento criativo, dentro de um contexto que vise abordar assuntos que interessem ao jovem, substituindo o didatismo tradicional por abordagens mais dinâmicas. Assim, estimular o jovem a pensar em formas de obter prazer e fazer opções saudáveis, sem tentar persuadi-lo, é a melhor forma de sensibilizá-lo. Pensar em prevenção é pensar em formas de prazer, fantasia, oferecer alternativas emocionantes. As reportagens devem achar soluções que motivem o jovem – e não valorizar argumentos moralistas.

*Fonte: Os Jovens na Mídia – O Desafio da Aids, publicação lançada em 2000 pela Coordenação Nacional de DST e Aids do Ministério da Saúde e pela ANDI, em parceria com Unicef, Unesco, UNDCP e Instituto Ayrton Senna.*

professores, contribuindo para a construção de uma nova cultura da saúde, na qual a educação e a saúde tenham sentidos e significados mais integrais e que resultem na elaboração de projetos de vida mais saudáveis e na melhor qualidade de vida das crianças, adolescentes e jovens escolares brasileiros.

Essa é a idéia que anima os novos Parâmetros Curriculares Nacionais ([www.mec.gov.br/sef/ensfund/paramnac.shtml](http://www.mec.gov.br/sef/ensfund/paramnac.shtml)) definidos pelo Ministério da Educação e também iniciativas como o próprio *Programa Saber Saúde*. Com a assinatura da Portaria Interministerial 766/GM, de 17 de maio de 2001, os Ministérios da Saúde e da Educação deram um passo importante para a implementação dessa ação integrada.

Já aderiram ao *Programa Parâmetros Curriculares Nacionais em Ação* nada menos que 2.779 municípios. A iniciativa conta com uma Rede Nacional de Formadores composta de 167 consultores contratados, que atuam nos 301 pólos de formação constituídos. Os números, que expressam a ampla abrangência da execução do Programa, apontavam para 20.815 coordenadores de grupos e para 384.109 professores distribuídos em todo o território nacional, segundo dados coletados em setembro de 2002.

Os *Parâmetros Curriculares em Ação – Orientação Sexual* estavam em processo de conclusão no final do ano de 2002 e os de Saúde encontravam-se em fase de elaboração. A idéia é que essas diretrizes possam nortear os trabalhos em instituições de Educação Infantil, Ensino Fundamental (de 1ª a 4ª séries e de 5ª a 8ª séries), Educação de Jovens e Adultos, Educação Indígena e Ensino Médio (antigo 2º grau).

## A PERSPECTIVA DA COBERTURA EM 2001

### MÍDIA JOVEM

Enfoque da Matéria	
Temático*	67,2%
Individualizado**	15,6%
Políticas Públicas	14,1%
Sociedade civil/3º setor/profissionais de saúde	3,1%

### GRANDE MÍDIA

Enfoque da Matéria	
Temático*	50,2%
Políticas públicas	28,9%
Sociedade civil/3º setor/profissionais de saúde	13,4%
Individualizado**	6,7%
Setor Privado	0,8%

\*A matéria concentra sua atenção em um tema específico.

\*\*A matéria concentra sua atenção na história de uma pessoa.



A pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura a respeito de Tabaco e Álcool revela que tanto a Grande Mídia quanto a Mídia Jovem adotam, preferencialmente, um enfoque temático nas reportagens. Isso significa que as matérias se limitam, na maioria dos casos, a explorar um assunto específico sem se preocupar em ampliar a abordagem promovendo, por exemplo, discussões sobre políticas públicas ou participação direta da sociedade civil em determinadas ações (veja as tabelas na página 55).



A maioria das reportagens temáticas traz um enfoque clínico-científico, ou seja, concentra sua atenção na divulgação dos resultados de pesquisas e levantamentos sobre Álcool e Tabaco e suas consequências. Na Grande Mídia, esse vício é mais recorrente: 61,7% dos textos adotam essa linha e apenas 28,3% exploram os aspectos sócio-culturais. Na Mídia Jovem, a situação se inverte: 51,2% das matérias têm uma abordagem sócio-cultural e 34,9% seguem o caminho científico.

## AS RECOMENDAÇÕES DA OMS

**Uma Escola Promotora de Saúde é aquela que desenvolve no seu dia-a-dia o compromisso de estimular a saúde física, social e emocional de estudantes, funcionários, pais e integrantes da comunidade. De acordo com as linhas definidas pela Organização Mundial de Saúde, de maneira geral essa escola deve ter as seguintes características:**

- Ser um ambiente que favoreça a aprendizagem com espaços adequados, área de recreação, instalações sanitárias, facilidades de preparação e administração de alimentos e medidas de segurança.
- Promover de forma ampla a responsabilidade individual, familiar e comunitária.
- Apoiar o desenvolvimento de estilos de vida saudáveis, seguindo um programa atrativo de assuntos de interesse das crianças, dos adolescentes, da comunidade, dos professores e dos funcionários.
- Ajudar crianças e adolescentes a desenvolver o seu potencial físico, psicológico e social, promovendo assim sua auto-estima e autocuidado.
- Definir objetivos claros para a promoção da saúde e a segurança de toda a comunidade escolar.
- Explorar a disponibilidade de recursos comunitários para as ações de promoção da saúde.
- Implementar um desenho curricular sobre educação em saúde com métodos pedagógicos críticos, reflexivos e facilitar a participação ativa dos alunos e da comunidade.
- Equipar os alunos com as habilidades necessárias para tomar decisões saudáveis acerca da conservação e melhoria da saúde pessoal e da segurança física e mental.

---

**Artigo****QUANDO O PAPO É A DROGA**

*Anita Campos\**

---

Todos se agitam quando as drogas estão em jogo. Uns acham que elas são o mal da humanidade, outros, a salvação. Isso acontece porque existem muitos mitos que confundem nossa cabeça. Certamente, você já ouviu falar que se usar, irá se viciar e entrar para o mundo do crime. Ou então que as drogas abrem a mente. Mas não é bem assim.

Você que se acha santo, vou logo dizendo: provavelmente é um viciado. Drogas ilícitas, Álcool e Tabaco, remédios, TV, comida, amor, sexo, religião, compras, trabalho, tudo, dependendo de como se usa, pode ser considerado uma droga. Vício é uma relação de dependência que se cria. Desfazendo algumas mentiras, eu digo: as drogas dão muito prazer. Senão, não tinha tanta gente usando. E tem uma para cada gosto: as que relaxam, as que te deixam sensível, as que produzem imagens, as que desinibem etc. Além disso, há o ritual, a adrenalina, a enorme sensação de liberdade.

Há dois tipos de dependência química: a que vem de uma predisposição orgânica e a adquirida. Existem pessoas que já nascem com uma disfunção na produção de neurotransmissores, responsáveis pela sensação de prazer. Elas podem se viciar facilmente. É como se as drogas complementassem o prazer que seu corpo produz. Comer, tomar banho, sexo, ouvir música se tornam bem mais interessantes. É como se vivêssemos um momento único e interagíssemos com tudo.

Como não querer sentir isso? Quanto mais se usa, mais se vai descobrindo coisas. E dá vontade de ter esse prazer o tempo todo. As drogas danificam muitas partes do corpo. Mas o que leva à dependência são os danos causados nos neurotransmissores. Aos poucos, o organismo não consegue estimular naturalmente a produção deles, e a droga se torna mais necessária.

Não há como saber o futuro. Você pode ter uma predisposição, um organismo frágil, ou não; você pode vir a adorar as drogas ou não. Não dá para nos comparar ao cara que morreu de overdose ou à velhinha que bebeu a vida inteira e morreu aos 120 anos. Hoje, penso que não é preciso usar drogas. Podemos conseguir ser felizes com o que temos. Quando aprendemos a lidar com a vida, aprendemos a dar valor ao que somos, a buscar uma qualidade de vida, a ter prazer com as pequenas coisas. Estamos tendo um aprendizado duradouro e real, um prazer que só tende a crescer, que não tem hora para acabar, e o melhor: não dá ressaca!

---

*\*Anita Campos, 20 anos, é estudante de jornalismo e integrante do conselho editorial do jornal Radcal, publicação educativa, produzida pela Fundação Athos Bulcão e distribuída gratuitamente nas escolas públicas de Ensino Médio de Brasília. Texto reproduzido da edição 23 do Radcal, de 2002.*

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Editor-chefe do Diário Catarinense desde 1998, o jornalista Cláudio Thomas trabalha na área de comunicação há mais de duas décadas. Foi professor de Jornalismo da Universidade de Caxias de Sul (RS) e já passou pelas redações do Jornal do Comércio (RJ) e da Rádio Gaúcha (RS).**

*A mídia já discute políticas públicas ao falar sobre o uso de Tabaco entre adolescentes (36,1% das matérias sobre cigarro de 49 jornais acompanhados pela ANDI em 2001 adotam essa linha). Esse percentual é menor quando o assunto é o Álcool. O que explica esse comportamento? Na verdade, os jornais cobrem pouco ou quase nada os assuntos relacionados com Álcool e Tabaco entre os jovens. Por isso, a abordagem sobre políticas públicas também não aparece. Falta uma pauta permanente de orientações, exposição dos problemas decorrentes do uso excessivo e até orientações para os próprios pais relacionadas ao alcoolismo. Como o Álcool faz parte do nosso dia-a-dia, as pessoas e a própria mídia não vêem problemas no seu consumo por jovens. E os pais não sabem direito como proceder por falta de informação.*

*Como você avalia a postura do governo em relação às bebidas alcoólicas? Acho que o governo e a sociedade têm que se mobilizar mais em torno dessa questão. Na minha opinião, o governo ainda não deflagrou*

*ações por conta da pressão das indústrias produtoras de cerveja. Vende-se uma ilusão nos anúncios que associam a cerveja a mulheres bonitas, a pessoas saudáveis. Era como acontecia com o cigarro. Assim como ocorreu com o Tabaco, deve haver proibição das propagandas de bebidas e também da publicidade em eventos esportivos.*

*A cobertura sobre Tabaco, em diversos aspectos, é mais completa do que a do Álcool. Apresenta mais soluções, fala mais em prevenção. Há dificuldades em fazer matérias mais amplas sobre bebidas alcoólicas? Acho que as duas são carentes. Falta "vontade política" e consciência dos veículos para transformar esses temas em pauta permanente. É preciso tratar esses assuntos de maneira decisiva, como se fez com a Aids. A meu ver, o problema é que Álcool e cigarro são vistos como algo normal. Mas é fato que quando são abordados com responsabilidade, há um alto índice de leitura. O problema é que a mídia fica restrita a uma cobertura superficial.*

*A abordagem sobre os problemas decorrentes do uso de Álcool é mais freqüente. Por quê? Talvez seja mais flagrante verificar os problemas do abuso com Álcool. Matérias sobre outros aspectos do uso de bebidas são muito importantes. Para viabilizá-las, não faltam fontes de consulta. Na verdade, precisamos é de uma mudança cultural na própria redação.*

## Caminhos para Aprimorar a Cobertura

### RECOMENDAÇÕES PARA O JORNALISTA

- Utilizar como gancho fatos, eventos ou obras de arte que envolvam situações relacionadas ao consumo de Tabaco e Álcool é sempre uma solução que tende a ampliar o leque da discussão, trazendo maior criatividade e atualidade às reportagens.
- É muito reduzido o número de reportagens que abordam as questões relacionadas ao uso do Tabaco e do Álcool por adolescentes e jovens a partir do fator gênero. Também são raras as situações em que os jornalistas buscam colocar frente a frente garotas e garotos para discutir as diferenças na relação que desenvolvem com o cigarro e a bebida.
- O uso de bebidas alcoólicas e de cigarro está presente em todas as classes sociais. Portanto é importante que a mídia não reproduza a idéia de que quem sofre de alcoolismo, por exemplo, é “pobre, marginal e excluído”. Promover amplo debate, resgatando protagonistas de classes sociais mais favorecidas, é ainda uma pauta a ser explorada por muitos veículos.
- Quando for divulgada alguma pesquisa sobre o uso de drogas, vale repercutir as conclusões com os adolescentes. Será que se sentem representados naquele levantamento? Que tipo de críticas eles fazem aos números?

### SUGESTÕES DE PAUTA

- Em vários países – França, Dinamarca e EUA são alguns exemplos – os próprios adolescentes são estimulados a se envolverem em campanhas de prevenção ao uso de drogas lícitas. Algumas acontecem na escola, outras se expandem para a comunidade. É freqüente, inclusive, que recursos públicos sejam destinados a essas campanhas. O foco central é sempre na vida saudável, colocada como contraponto aos problemas gerados pelas drogas. Há experiências desse tipo no Brasil? Qual é o impacto delas?
- Uma ótima matéria de serviço: apresentar e discutir as alternativas de tratamento hoje disponíveis para os dependentes das drogas lícitas. Quais atividades podem ajudar adolescentes e adultos a abandonar o cigarro e/ou a bebida? Uma primeira relação inclui ginástica, natação, caminhadas, ioga, meditação, artes marciais, diferentes abordagens psicoterápicas, grupos de auto-ajuda, spas, clínicas de desintoxicação.
- É importante valorizar histórias de família: relatos de filhos que convenceram os pais a parar de fumar e/ou beber ou de pais que ajudaram seus filhos (o mesmo vale para irmãos e outros parentes). Como se dá dentro de casa a relação do dependente com o não-dependente? Quais as tensões presentes? Será que os dependentes respeitam a posição das outras pessoas – e vice-versa? São estabelecidas relações de ajuda?

③

# Ação Decisiva Contra o Cigarro

*Com a adoção de medidas incisivas para frear o tabagismo, o governo brasileiro atrai a parceria da sociedade e da própria imprensa*



DESDE 1999, O GOVERNO BRASILEIRO VEM ADOTANDO ESTRATÉGIAS DE CHOQUE CONTRA O CIGARRO. TAIS ESFORÇOS CULMINARAM NA APROVAÇÃO, PELO CONGRESSO NACIONAL, DE LEI QUE ESTABELECEU A PROIBIÇÃO DA PROPAGANDA DO PRODUTO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA A PARTIR DE 2001 E A OBRIGATORIEDADE DE A INDÚSTRIA DO TABACO EXIBIR NAS CARTEIRAS DE CIGARRO FOTOS QUE ILUSTRAM, DE FORMA ESTARRECEDORA, OS PROBLEMAS CAUSADOS PELO FUMO — ACOMPANHADAS DA ADVERTÊNCIA DE QUE FUMAR FAZ MAL À SAÚDE.

BANDEIRA ASSUMIDA PELO ENTÃO MINISTRO DA SAÚDE, JOSÉ SERRA, O ANTITABAGISMO MOBILIZOU DIVERSOS SETORES DA SOCIEDADE BRASILEIRA E, CONSEQÜENTEMENTE, A PRÓPRIA COBERTURA DA IMPRENSA. A MÍDIA ASSUMIU DE FORMA EXPLÍCITA UM PAPEL DE PARCERIA ATIVA, EMBORA NÃO FORMALIZADA, QUE DEU SIGNIFICATIVA CONTRIBUIÇÃO AO SUCESSO DE AÇÕES CUJA TÔNICA DOMINANTE FERIA O INTERESSE DE GRANDES GRUPOS ECONÔMICOS.

Um discurso unificado e, sem dúvida, politicamente correto, como o adotado por boa parte da imprensa em geral e pelos veículos direcionados aos adolescentes em relação ao Tabaco, tem porém uma contra-indicação: termina por infringir um dos princípios básicos da boa educomunicação, que é permitir e estimular o diálogo dos jovens com o conteúdo das reportagens veiculadas.

A disposição em contribuir para a redução do consumo de cigarro entre as faixas mais jovens da população levou muitos jornalistas da Grande Mídia e Mídia Jovem a praticamente eliminar de suas páginas a visão de quem não consegue ou não deseja parar de fumar, estimulando – mesmo que não intencionalmente – uma atitude discriminatória.

Vale lembrar que a onda antitabagista começou a ganhar força em quase todo o mundo em meados da década de 1990. Os comerciais glamourosos, com imagens de uma juventude saudável, esportista e feliz em meio às baforadas, deram lugar à contrapropaganda veiculada por alguns governos, como os dos Estados Unidos, do Canadá e do próprio Brasil, que seguiu o modelo criado por esses dois países.

Nos Estados Unidos, os fabricantes de cigarro passaram a perder bilhões de dólares em batalhas na Justiça, contra



O teor do material sobre Tabaco veiculado pela Mídia Jovem entre outubro de 1999 e setembro de 2000, analisado pelos consultores reunidos pela ANDI, é um bom exemplo de postura editorial alinhada com uma causa mais ampla. O que, vale lembrar, não significa necessariamente a elaboração de um produto jornalístico da melhor qualidade. O caso merece um olhar atento. Afinal, o período coberto pelas matérias avaliadas é marcado por um contexto bastante complexo e delicado: aquele que corresponde ao auge dos esforços, por parte da sociedade brasileira, em consolidar um consenso francamente antitabagista. Mesmo quem defendia sua condição de fumante passou a reconhecer abertamente que o cigarro faz mal e, de maneira geral, se posicionou a favor da limitação da publicidade do Tabaco.

indivíduos que tentavam recuperar o dinheiro gasto no sistema de saúde com o tratamento dos fumantes. Em 1999, a onda foi parar no cinema. O filme *O Informante*, com Al Pacino e Russel Crowe, relatava a história de um bioquímico da empresa Brown & Williamson, que foi demitido e decidiu contar à Justiça os bastidores da indústria do Tabaco, revelando que os altos executivos da empresa sabiam que o cigarro causava dependência e câncer.

No Brasil, as iniciativas do governo federal seguiram a linha dramática, desmascarando o mito do bem-estar e vitalidade que a indústria insiste em associar ao Tabaco. "Sabe aquele cowboy da propaganda de cigarro? Morreu de câncer.", dizia uma peça de contrapropaganda do Ministério da Saúde, veiculada em 2000. Trata-se de uma história verdadeira. O ator dessa publicidade do cigarro Marlboro faleceu de câncer em 1992. No livro *O Cigarro* (Publifolha/2001), o jornalista Mário César Carvalho traz outros dados sobre as campanhas antitabagistas no Brasil e no mundo, além de informações gerais sobre o Tabaco (*veja Diretório de Fontes, na página 139*).

Aliada à ofensiva publicitária, os governantes de todo o planeta contaram e contam com um consistente trabalho de investigação científica que vem mostrando,

## O OUTRO LADO DO BALCÃO

**Psicóloga e psicanalista lacaniana, com especialização na área de drogas, e pós-graduanda em Psicologia pela Universidade de São Paulo, Giovanna Quaglia é da equipe da Secretaria Nacional Antidrogas (Senad) e atualmente desenvolve a pesquisa *A Construção da Imagem da Droga pela Mídia*.**

*Como você avalia a cobertura sobre consumo de Tabaco e Álcool na adolescência? Em primeiro lugar, acho que esse é um assunto que ainda não está na pauta das redações. Da experiência que tenho com a imprensa, posso afirmar que nunca fui entrevistada para falar sobre Tabaco e Álcool. Outro dia me ligou uma repórter perguntando sobre as novas drogas que estão sendo consumidas pelos jovens. Esse tipo de abordagem é comum. Já em relação às drogas lícitas, é muito raro o interesse da mídia.*

*E, na sua opinião, por que esse tema não entrou na pauta? Acredito que exista uma dificuldade de as pessoas perceberem Tabaco e Álcool como drogas. Para a maioria, drogas são aquelas ilícitas e elas é que fazem mal à saúde. Já aquilo que eu posso comprar no supermercado não é droga. Essa é uma visão que está presente na sociedade. Então, dentro da redação, a questão do Álcool não é encarada como notícia. Mas esse panorama está começando a mudar agora, com o Tabaco. Um outro aspecto é que a produção científica ainda privilegia estudos sobre os efeitos das drogas ilícitas no cérebro. O*

mesmo não acontece com várias drogas lícitas, como os medicamentos vendidos nas farmácias.

Por fim, é importante lembrar que as políticas públicas são dúbias. O Álcool, por exemplo, não está incluído na Lei de Entorpecentes. A pessoa que comete um delito alcoolizada não é tratada pela lei como aquela que ingeriu cocaína. Portanto, para mudar mesmo a visão na própria sociedade e na mídia é preciso primeiro acabar com a hipocrisia.

*Quais são as principais dificuldades enfrentadas por você no relacionamento com os jornalistas? Existe uma dificuldade típica. A maioria dos jornalistas acha que há somente um tipo de tratamento para a dependência química. Não importa se é experiente ou se está no começo da carreira. Em geral, ele ignora que existem vários modelos de tratamento e acredita no mito da internação. Ou seja, é difícil explicar para o repórter que a internação é um último recurso, que o tratamento pode ser ambulatorial e que não está centrado apenas na abordagem psiquiátrica. Tudo isso é fruto de um modelo de pensamento que ainda persiste na sociedade e é refletido pela imprensa. O problema é que se cria um ciclo vicioso. O jornalista acaba reforçando assim essa visão dominante e perde a oportunidade de informar corretamente a população.*



Refletindo as ações governamentais contra o cigarro, a Grande Mídia e a Mídia Jovem discutem mais as políticas públicas quando falam de Tabaco do que ao abordar o Álcool, aponta a pesquisa coordenada pela ANDI, que analisou 239 reportagens nos jornais e 64 nos veículos direcionados aos adolescentes, publicadas em 2001. Dos textos da Grande Mídia com foco no Tabaco, 36,1% discutem políticas públicas. Na Mídia Jovem, esse percentual é um pouco menor: 22,6%.



Apesar de ter um tom mais alarmista, em muitos aspectos a abordagem sobre Tabaco é mais abrangente do que a sobre o Álcool, aponta a pesquisa coordenada pela ANDI sobre as reportagens que focalizam as drogas lícitas, veiculadas em 2001. Uma explicação para isso é o fato de que, por haver uma discussão mais organizada sobre o cigarro no País, também é mais fácil para o jornalista obter dados a respeito do assunto. Tanto na Grande Mídia quanto na Mídia Jovem, apresentam-se mais soluções quando o tema é o fumo (*veja a tabela na página 68*).

desde a década de 1960, os malefícios provocados pelo cigarro. A Organização Mundial de Saúde (OMS) registra a existência de mais de 60 mil pesquisas publicadas em diversos lugares do mundo comprovando a relação entre o Tabaco e várias doenças, como câncer de pulmão, enfisema pulmonar, infarto do miocárdio, bronquite crônica e derrame.

De fato, sobram estatísticas para mostrar os efeitos nocivos das tragadas. De acordo com cálculos da Organização Pan-Americana de Saúde (Opas), a cada oito segundos morre uma pessoa devido ao tabagismo. A fumaça do cigarro possui cerca de cinco mil substâncias diferentes, entre elas a nicotina, o monóxido de carbono e o alcatrão. Considerada droga pela OMS, a nicotina leva apenas oito segundos para chegar ao cérebro. A recente pesquisa do Cebrid (Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas) revelou que 15,7% dos adolescentes entre 12 e 17 anos já fumaram pelo menos uma vez na vida. Uma das surpresas por trás dessa estatística é que o percentual é ligeiramente maior no público feminino: 16,2% entre elas contra 15,2% entre os meninos.

### **Mais ações**

São dados como esses que têm levado a OMS a acreditar que é preciso apertar ainda mais o cerco contra o Tabaco. Em outubro de

2002, a organização revisou suas estimativas e informou que o hábito de fumar está ligado diretamente à morte de cerca de 5 milhões de pessoas por ano e não de 4,2 milhões, como havia sido divulgado em 1998. Também em 2002, os 192 países que integram a OMS se reuniram em Genebra, na Suíça, para a quinta rodada de negociações sobre a Convenção Preliminar do Tabaco – uma primeira tentativa global de combate ao fumo, que inclui iniciativas como restrições a propagandas, promoções, vendas e contrabando de cigarros.

### **Os aspectos econômicos**

Além das iniciativas para limitar ou até proibir a propaganda do Tabaco, vários países têm adotado a estratégia de sobretaxar o fumo. Segundo dados do Inca, o Brasil taxa o maço de cigarros em 74%, fazendo com que o recolhimento de impostos que incidem sobre o Tabaco seja muito significativo para a economia do País. Este é, aliás, um dos principais trunfos da indústria do fumo, que faz *lobby* junto às instâncias governamentais sobre a importância da receita originária dessa taxa e dos milhares de empregos que seriam gerados na cadeia produtiva do Tabaco.

Apesar desses argumentos, estudiosos dos efeitos do tabagismo afirmam que os prejuízos causados pelo cigarro são infinitamente maiores e mais impactantes para a sociedade. Segundo um estudo do Banco Mundial, o consumo do fumo gera uma perda global de 200 bilhões de dólares por ano. Nessa conta, entram despesas do sistema de saúde com tratamento dos males decorrentes do cigarro, aumento de faltas no trabalho, queda na produtividade, acidentes, poluição, degradação ambiental e morte de indivíduos em plena idade produtiva.

## AVOZ DA REDAÇÃO

**Há vinte anos no jornalismo, Edna Dantas já trabalhou na *Folha de S. Paulo*, no *Estado de S. Paulo* e nas revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Tudo*. Foi diretora da revista *Carícia*, destinada ao público adolescente, que a Editora Abril extinguiu em 2000. É hoje repórter especial de *Época*.**

*Segundo pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura de drogas lícitas pela imprensa brasileira, na Grande Mídia o Álcool é mais retratado como droga do que o Tabaco. Por que acontece esse tratamento diferenciado? Nesse caso, acho que a mídia reflete o que a sociedade pensa e vivencia. O Álcool é mais abordado como droga porque os efeitos que ele provoca são mais palpáveis. As bebidas abrem portas para o consumo de outras drogas, podem estimular relações sexuais precoces e desprotegidas, são capazes de provocar acidentes. Assim, a imagem do Álcool como droga é mais clara. Já quando se fala em Tabaco, a abordagem é centrada mais nos danos que ele pode causar para o fumante. É um enfoque mais médico, menos comportamental, acredito.*

*A maioria dos textos não admite que essas duas drogas provocam prazer. Você acha que essa é uma postura moralista? Sim, acho que tem aí uma mensagem meio moralista. Agora, essa abordagem vai depender do veículo para o qual se está trabalhando. Na Mídia Jovem, acho que é*

necessário dizer explicitamente que essas drogas dão prazer. Mas é preciso mostrar o outro lado: dizer que o prazer por si só pode não valer a pena, que Tabaco e Álcool são capazes de trazer conseqüências para o adolescente e para outras pessoas. Só que quando falamos para esse público, não podemos representar o personagem do pai ou da mãe. E também não dá para querer ser igual aos adolescentes. O importante é jogar aberto. Ou seja: admitir que as pessoas fumam e bebem porque é gostoso. Na Grande Mídia, esse tom não é tão necessário, pois estamos escrevendo para adultos e a questão do prazer está implícita.

*Poucas matérias falam sobre legislação. É difícil tocar nesse ponto? Quando eu trabalhava na *Carícia*, fizemos duas grandes matérias sobre Álcool e uma sobre cigarro. Em relação ao Álcool, foi mais fácil falar da legislação, porque ela é mais explícita. Os textos abordavam a venda de bebidas para menores de 18 anos nos bares, o que é proibido. Mas acredito que a maior dificuldade em enfocar o aspecto da legislação está na desinformação dos jornalistas em relação a essas leis. Apesar de o ECA já ter mais de uma década de existência, não é tão conhecido pelos repórteres da Grande Mídia. Por outro lado, há a permissividade do consumo dessas drogas. Então, é um desafio para o jornalista levar essa discussão sem parecer que está adotando um tom conservador.*

### PRINCIPAIS ENFOQUES DOS TEXTOS DA MÍDIA JOVEM EM 2001

TABACO	Causas	Soluções	Prevenção	Consequências	Serviço
Sim	67,7%	45,2%	16,1%	58%	9,7%
Não	22,6%	45,2%	74,2%	35,5%	87,1%
Não se aplica	9,7%	9,7%	9,7%	6,5%	3,2%

ÁLCOOL	Causas	Soluções	Prevenção	Consequências	Serviço
Sim	50%	43,3%	20%	70%	30%
Não	43,3%	50%	76,7%	20%	70%
Não se aplica	6,7%	6,7%	3,3%	10%	—

### PRINCIPAIS ENFOQUES DOS TEXTOS DA GRANDE MÍDIA EM 2001

TABACO	Causas	Soluções	Prevenção	Consequências	Serviço
Sim	38,6%	41%	44,6%	47%	15,7%
Não	53%	50,6%	53%	50,6%	81,9%
Não se aplica	8,4%	8,4%	2,4%	2,4%	2,4%

ÁLCOOL	Causas	Soluções	Prevenção	Consequências	Serviço
Sim	55,8%	33,3%	35%	60%	10,8%
Não	44,2%	66,7%	65%	40%	89,2%

## MEDIDAS DE CONTROLE

Na opinião dos especialistas, ações que visam restringir o consumo de cigarro são tão importantes para a saúde pública quanto políticas de imunização infantil e atenção integradas às doenças da infância. Apesar disso, muitos países ainda hesitam em implementar tais iniciativas.

Entre os argumentos apresentados estão, por exemplo, fatores como a diminuição do número de empregos, a redução das receitas públicas e o incentivo ao contrabando. O Banco Mundial responde mostrando soluções como a transição econômica e o desenvolvimento de alternativas para produtores de fumo.

Segundo o Bird, o aumento de impostos causa queda do consumo, mas em proporção menor do que a elevação da receita. Estima-se que um aumento de 10% no preço real do cigarro é capaz de gerar um declínio de 4% no consumo nos países de alta renda e uma queda de 8% nos de renda baixa ou média. Outras medidas consideradas eficazes são: controle do contrabando, políticas de informação ao consumidor, limitações e proibições à promoção do Tabaco, restrições ao fumo em lugares públicos e de trabalho, apoio aos fumantes que querem largar a dependência. De modo geral, os custos dessas ações são baixos em relação aos benefícios da redução de gastos dos serviços de saúde.

Alguns aspectos, no entanto, têm dificultado o consenso em relação à necessidade de criar normas mundiais de controle do tabagismo. Entre os principais obstáculos estão as diferenças nos sistemas legais de cada país e a dificuldade de conciliar os interesses da saúde pública com os das nações que dependem economicamente da produção do fumo.



Quando o assunto é o Tabaco, a maioria das matérias da Grande Mídia (53%) não apresenta causas para o problema. Nesse quesito, a performance da Mídia Jovem é bem superior: 67,7% dos textos que abordam o cigarro discutem as causas, conforme aponta a pesquisa coordenada pela ANDI sobre o comportamento da imprensa escrita brasileira, ao longo de 2001, diante das temáticas Tabaco e Álcool.



É preocupante o limitado número de matérias, na Mídia Jovem e na Grande Mídia, que apresentam serviços. Segundo o estudo coordenado pela ANDI em 2001, os veículos direcionados para adolescentes se saíram pior nesse aspecto: apenas 9,7% dos textos com foco no Tabaco deram dicas para os leitores, como contatos de hospitais e de especialistas. Na imprensa em geral, esse número é de 15,7%.

---

### Artigo

## TABAGISMO E FAMÍLIA: UMA RELAÇÃO AINDA CONFLITUOSA

por *Amadeu Roselli Cruz\**

---

Ao estudarmos a reação dos pais quando descobrem que os filhos estão fumando cigarros, ficou claro que, além das dificuldades em manejar a questão do abuso de drogas ilegais como a maconha e a cocaína, a família brasileira também não lida bem com o uso de uma droga que é legal e quase sempre vendida livremente para crianças e adolescentes de qualquer idade em bares, padarias e supermercados. Na pesquisa, realizada em seis estados do Brasil, o Instituto de Ciências Biológicas da UFMG também investigou a conduta adotada por alguns colégios frente à mesma situação. A conclusão é de que a escola também tem problemas para administrar o consumo de cigarros por estudantes. Mas o mais grave nessa história toda é que as famílias e as instituições de ensino, de modo geral, não estão trabalhando em conjunto para enfrentar a questão.

Nas seis cidades escolhidas para a pesquisa – Fortaleza, Natal, Belo Horizonte, Bauru, Curitiba e Porto Alegre – foram entrevistadas 533 crianças e adolescentes do sexo masculino, com idades entre 5 e 14 anos, matriculados na pré-escola e no Ensino Fundamental. Um total de 212 casais, pais desses alunos, e mais 79 mães e 31 pais, também foram entrevistados para confirmar ou não as informações dadas pelos filhos. Ao estudante que concordava em participar do estudo, eram feitas quatro perguntas: “Você já fumou alguma vez? Seus pais já

descobriram que você fuma ou fumou? Qual foi a reação do seu pai e da sua mãe quando viram você fumando pela primeira vez? O que eles fizeram ou falaram nessa hora?”. Também foram visitadas as escolas desses alunos para investigar se a instituição tinha alguma política de prevenção ao tabagismo e qual era o papel dos pais na elaboração de tais iniciativas.

### Discurso terrorista em casa

Nessa pesquisa, identificamos seis tipos de reação dos pais ao flagrar o filho fumando pela primeira vez: violenta, repressiva científica, autoritária, chantagista, afetiva científica e indiferença com estímulo. O comportamento mais comum entre os entrevistados foi o chamado “afetivo científico”, caracterizado pelo diálogo com a criança ou o adolescente em que são destacados aspectos como a importância da qualidade de vida e os efeitos gerais do fumo – 28% das famílias praticaram esse discurso.

No entanto, chama a atenção o fato de ainda predominar em algumas casas reações violentas, que incluem atos como a agressão física, além de comportamentos baseados no autoritarismo e na linha repressiva científica, em que os pais adotam uma espécie de terrorismo na relação com os filhos,

enumerando as diversas conseqüências malélicas do tabaco em um tom bem alarmista (veja a tabela ao lado). Com essa atitude, os pais evitam usar uma argumentação familiar para convencer o filho de que fumar faz mal. Assim, a ciência é que proíbe o cigarro, e não a família. A informação científica terrorista sobre o possível desenvolvimento do câncer, por exemplo, é apenas um escudo que os pais usam para fugir do diálogo com os filhos.

### ECA não é cumprido

Também foram verificados vários conflitos entre família e escola. Alguns dos pais entrevistados até autorizam, por escrito, que seus filhos fumem no colégio. O problema é que, em muitas escolas, isso não é permitido. O inverso também acontece: existem colégios em que os adolescentes podem fumar, mas a família proíbe. Diante disso, torna-se ainda mais necessária a construção de uma aliança entre pais e instituições de ensino para que possam lidar melhor com a situação, evitando condutas conflitantes e comportamentos que nada ajudam a disseminar uma verdadeira cultura de qualidade de vida entre as crianças e os adolescentes.

Em cada cidade pesquisada, escolhemos ainda 10 estabelecimentos comerciais que

vendem cigarros, como bares, padarias e supermercados, e pedimos que alunos entre 5 e 14 anos comprassem maços. Em 100% desses locais, eles conseguiram realizar a tarefa. É mais uma prova de que a legislação, que proíbe terminantemente esse ato, sujeitando o comerciante a penalidades, não está sendo cumprida no País.

*\*Amadeu Roselli Cruz é psicólogo, biomédico e especialista em terapia de adolescentes. É também coordenador do Laboratório de Psicofarmacologia Social e Prevenção do Abuso de Drogas do Instituto de Ciências Biológicas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).*

### REAÇÕES DOS PAIS QUANDO DESCOBREM QUE SEUS FILHOS DE IDADES ENTRE 5 E 14 ANOS, DO SEXO MASCULINO, FUMAM CIGARROS

COMPORTAMENTO FAMILIAR IDENTIFICADO	DESCRIÇÃO OPERACIONAL DO COMPORTAMENTO	%
Afetivo científico	Conversar com o filho, dialogar, falar em qualidade de vida e efeitos gerais do fumo sobre a saúde	28
Repressivo científico	Fumar dá câncer, úlcera gástrica, enfarto e podem cair os dentes	22
Autoritário	Quem manda na família é o pai e tem que obedecer sem discutir	19
Chantagem emocional	Se você gosta de seu pai e de sua mãe, não vai fumar nunca mais	17
Indiferença com estímulo	O fato passa despercebido; pais acham que filho já está virando homem	12
Violento	Agressão física, forçar a comer o cigarro, a fumar maços de cigarros inteiros, a engolir cigarro aceso	2

Fonte: Pesquisa UFMG

## Caminhos para Aprimorar a Cobertura

### RECOMENDAÇÕES PARA O JORNALISTA

● O *press release* é um instrumento informativo importante, porém limitado. Sua função – “vender” determinada pauta para os meios de comunicação – assume um papel inflado no jornalismo contemporâneo. Jornalistas apressados e técnicos de saúde não-disponíveis reduzem a cobertura de temas relevantes a uma mera reciclagem das informações que as assessorias de comunicação oferecem. O resultado é que muitas reportagens trazem basicamente as posições governamentais. É preciso ter ainda mais cuidado em momentos em que o Poder Público deflagra alguma campanha, como a cruzada contra o Tabaco. O “vício” do *press release* limita a capacidade criativa e o potencial de contribuição do jornalista, que não renova o discurso oferecido pela fonte governamental e não ajuda a sociedade a repensar estratégias.

● O despreparo dos jornalistas em lidar com certos temas de maior densidade técnica, associado à falta de paciência, de tempo ou de compreensão por parte dos profissionais de saúde, coloca a mídia como refém daquelas fontes que gostam de falar – algumas de boa qualidade, outras nem tanto. É importante que o jornalista busque romper esse círculo vicioso, descobrindo maneiras de motivar outros técnicos de saúde a confiarem no potencial dos meios de comunicação. E, embora referências de

alcance nacional sejam valiosas, não se deve deixar de reconhecer a importância de colaborações de figuras de destaque regional ou local.

● É preciso muita atenção quando o técnico é consultado nas reportagens apenas para dar orientação adicional sobre um determinado tema, sem que tenha participado diretamente de um debate com os jovens ouvidos ou que tenha sido informado sobre o assunto a ser abordado na matéria. Se mal trabalhado, esse recurso pode fazer com que se estabeleçam na matéria dois universos paralelos: a voz do cotidiano adolescente e o discurso científico. Isso termina interferindo no acesso do leitor/telespectador à mensagem tecnicamente qualificada.

● Usar depoimentos – de jovens, pais, professores, especialistas – é um recurso que geralmente produz bons resultados. Mas é fundamental evitar o discurso único, antitabaco, que afasta de imediato o jovem fumante. É importante contemplar nessas reportagens diversos pontos de vista, evitando discriminar quem fuma. Pode ser interessante convidar para o debate jovens ou técnicos de grupos de apoio ao fumante que desenvolvem boas estratégias de prevenção e de enfrentamento da dependência.

## SUGESTÕES DE PAUTA

- A distribuição gratuita dos coquetéis anti-HIV resultou numa substancial redução no número de vítimas fatais de Aids no Brasil. Não deveria ser também disponibilizado na rede pública o acesso ao tratamento antitabagismo, que envolve trabalho comportamental e o uso de drogas caras? O governo federal recolhe anualmente um valor significativo em impostos com o cigarro, o que justificaria ainda mais um investimento na área de tratamento aos dependentes. O Serviço Nacional de Saúde britânico distribui os medicamentos de substituição da nicotina para a população de baixa renda.
- Uma pauta forte: o trabalho infantil nas plantações de Tabaco, abordando as questões sociais aí envolvidas. Como vivem crianças e adolescentes nas regiões de plantação de Tabaco? De que forma são levados a trabalhar precocemente? Como é o trabalho de plantação e colheita? Quais os efeitos na saúde deixados pela manipulação do Tabaco? E os efeitos no meio ambiente? O que pensam esses adolescentes sobre o cigarro? Como fica, diante deste quadro, a questão da responsabilidade social das indústrias e dos consumidores do cigarro?
- É importante debater os caminhos que a indústria do Tabaco está tomando desde que a publicidade do

fumo foi proibida nos meios de comunicação. Que novas abordagens foram desenvolvidas para atingir o adolescente nos países que precederam o Brasil na limitação à propaganda do cigarro?

- Alguns depoimentos mostram a negação do jovem diante da dependência do cigarro: “eu fumo só de vez em quando”, “posso parar quando quiser”. A mídia pode colocar em pauta a discussão dessa falácia, focalizando inclusive a questão do prazer. Testes demonstram que a nicotina é um agente antidepressivo. O cigarro pode não dar “barato”, mas certamente cria uma sensação química de bem-estar. É em razão disso, também, que as boas reportagens para adolescentes e jovens não devem apenas mostrar os malefícios do Tabaco, mas também destacar os benefícios para quem decide deixar de fumar.
- Outro assunto que merece ser discutido pela imprensa é o mercado ilegal de cigarros, que está crescendo no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Segundo estimativas da Organização Mundial de Saúde (OMS), com o contrabando deixam de ser arrecadados de US\$ 20 bilhões a US\$ 30 bilhões por ano no planeta. O mercado ilegal contribui para o aumento do consumo de Tabaco nos países em desenvolvimento, abre portas para a comercialização de produtos sem qualquer controle de qualidade, além de alimentar o tráfico de drogas.

4

# Álcool: um Desafio Político

---

*O sucesso da recente limitação à publicidade do cigarro abre uma nova frente para o governo e a sociedade: investir de maneira mais contundente na prevenção ao consumo de bebidas alcoólicas*



---

APESAR DE AMPLAMENTE ACEITO PELA POPULAÇÃO, SEGUNDO OS ESPECIALISTAS, O ÁLCOOL É A DROGA COM MAIOR CUSTO SOCIAL NO BRASIL. DIVERSOS ESTUDOS JÁ MOSTRARAM QUE ELE ESTÁ ENVOLVIDO EM CERCA DE 50% DOS ACIDENTES DE TRÂNSITO COM VÍTIMA FATAL, É O PRINCIPAL CAUSADOR DE FALTAS, AFASTAMENTO E ACIDENTES NO TRABALHO, ESTÁ POR TRÁS DE 80% DOS EPISÓDIOS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA CONTRA A MULHER E REPRESENTA MAIS DE 80% DAS INTERNAÇÕES HOSPITALARES POR DEPENDÊNCIA. PESQUISA DE 2001 DO CEBRID (CENTRO BRASILEIRO DE INFORMAÇÕES SOBRE DROGAS PSICOTRÓPICAS) REVELOU QUE O ÁLCOOL É, DE LONGE, A DROGA MAIS USADA NO PAÍS: QUASE 70% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA JÁ CONSUMIU BEBIDAS ALCOÓLICAS PELO MENOS UMA VEZ NA VIDA E 11,2% DESENVOLVERAM DEPENDÊNCIA.

DIANTE DE TAMAÑHOS PREJUÍZOS, ERA DE SE ESPERAR, TANTO POR PARTE DA SOCIEDADE QUANTO DO GOVERNO, AÇÕES MAIS EFETIVAS PARA PREVENIR O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS. MAS ISSO NÃO ACONTECEU. AO CONTRÁRIO. O ÁLCOOL NUNCA FOI PRIORIDADE NAS POLÍTICAS DE SAÚDE PÚBLICA DO PAÍS. ESSA REALIDADE, PORÉM, DÁ SINAIS DE QUE PODE MUDAR. O SUCESSO DAS INICIATIVAS CONTRA O TABACO TEM LEVADO ALGUNS SETORES DA SOCIEDADE A EXIGIR ALTERAÇÕES NAS REGRAS DA PUBLICIDADE DE BEBIDAS ALCOÓLICAS. E A DISCUSSÃO DESSE TIPO DE MEDIDA PREVENTIVA É UMA ÓTIMA PAUTA PARA OS JORNALISTAS INTERESSADOS EM CONTINUAR A CONTRIBUIR PARA UM AMPLO ENFRENTAMENTO DAS QUESTÕES LIGADAS AO UNIVERSO DAS DROGAS LÍCITAS.

Todas as críticas direcionadas à propaganda do Tabaco se aplicam também às das bebidas alcoólicas. É regra geral, por exemplo, associar o uso do Álcool às mesmas imagens de alegria, juventude, vitalidade, esporte, sucesso, poder e sedução que enfeitavam as propagandas de cigarro. Limitar radicalmente essa publicidade é, de novo, o melhor caminho para iniciar-se um trabalho sério de prevenção. Assim não se está proibindo o consumo (o que, por sinal, não é desejável nem eficaz), mas evitando que ele seja estimulado por meio de mensagens que o apresentam como uma fonte de realização (*leia na página 83 o artigo "A propaganda de bebidas alcoólicas no Brasil: seqüestros dos nossos símbolos nacionais"*).

É preciso lembrar que o consumo de Álcool atinge um número cada vez maior de adolescentes e sua iniciação tem se dado cada vez mais cedo. O levantamento do Cebrid, divulgado pelo governo federal em 2002, mostrou que 48,3% das pessoas entre 12 e 17 anos já consumiram bebidas alcoólicas pelo menos uma vez na vida. O número de dependentes nessa faixa etária chega a 5,2%.

### Consumo em ascensão

De acordo com o psicólogo Amadeu Roselli Cruz, coordenador do Laboratório de Psicofarmacologia Social e Prevenção do Abuso de Drogas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), o consumo de Álcool é o que tem aumentado mais entre os jovens nos últimos anos. Em parceria com a Universidade Santa Úrsula, do Rio de Janeiro, a UFMG



Em alguns aspectos, a Mídia Jovem se sai melhor que a Grande Mídia ao abordar os temas Tabaco e Álcool, aponta a pesquisa coordenada pela ANDI. De modo geral, ao longo de 2001, os veículos destinados aos adolescentes apresentaram mais causas (59,4% das matérias), soluções (43,8%) e conseqüências (60,9%) para os problemas levantados no conjunto das matérias sobre drogas lícitas. Na Grande Mídia, esses percentuais foram, respectivamente, 51%, 39,3% e 53,1%.



Nota-se, tanto na Grande Mídia quanto na Mídia Jovem, que a abordagem sobre as conseqüências geradas pelo consumo é freqüente quando se fala em Álcool. Na Mídia Jovem, isso acontece em 70% dos textos que trataram de bebidas alcoólicas e adolescência. Na Grande Mídia, esse número foi de 60% (veja tabelas na página 68).



Quando as políticas públicas estão no foco da Grande Mídia, 30% das matérias sobre Álcool mencionam os governos estaduais e 30%, os municipais. A União aparece em apenas 6,7% dos textos. Na Mídia Jovem, o cenário é um pouco diferente: 50% desses textos falam nos municípios. Em outros 50%, no entanto, não está explícito o nível de governo tratado, revela a pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura da imprensa acerca do tema das drogas lícitas em 2001.

vem realizando pesquisas sobre o uso de drogas – lícitas e ilícitas – em escolas de Ensino Fundamental e Médio desde 1988. Segundo Cruz, o consumo de bebidas alcoólicas cresceu cerca de 15% entre os adolescentes de 1988 até 2002. Ainda de acordo com o especialista, na década de 1980 a primeira experiência com o Álcool ocorria entre 16 e 17 anos. Agora, na média, isso acontece entre 13 e 14 anos, sendo que em alguns casos entre nove e dez anos de idade.

Os diversos levantamentos conduzidos pelo Cebrid desde 1987 também mostram que está crescendo o uso pesado de Álcool entre os adolescentes de oito das dez capitais brasileiras pesquisadas. Entende-se por uso pesado o consumo da droga por 20 vezes ou mais no mês que antecedeu o estudo. Na última pesquisa, realizada com 15 mil estudantes, em 1997, verificou-se que 10% dos alunos que já haviam experimentado bebidas alcoólicas passaram a consumi-las quase diariamente.

### **A sociedade reage**

Atentas ao aumento do consumo de bebidas alcoólicas pelos jovens brasileiros, várias entidades da sociedade civil têm se mobilizado. Em julho de 2002, a Associação Brasileira de Estudos do Álcool e Outras Drogas (Abead), a Associação Médica Brasileira (AMB), a Secretaria Nacional Antidrogas (Senad) e a Associação Brasileira de Psiquiatria - Departamento de Dependência Química lançaram, em conjunto, um manifesto exigindo que a propaganda de bebidas alcoólicas tivesse o mesmo tratamento dado à publicidade do cigarro no Brasil. Na opinião de Ronaldo Laranjeira, presidente da Abead e professor-adjunto do Departamento

**EVOLUÇÃO DO USO PESADO DE ÁLCOOL ENTRE ESTUDANTES DE DEZ CAPITAIS, SEGUNDO LEVANTAMENTOS DO CEBRID**

<b>CAPITAL</b>	<b>1987</b>	<b>1989</b>	<b>1993</b>	<b>1997</b>
Belém	3.9	4.6	4.1	5.1
Belo Horizonte	6.8	7.2	6.9	7.0
Brasília	5.0	6.3	6.4	8.7
Curitiba	5.6	6.9	7.4	9.4
Fortaleza	3.3	4.8	5.0	7.6
Porto Alegre	5.2	5.7	5.1	7.7
Recife	6.0	7.0	7.4	9.0
Rio de Janeiro	4.5	6.2	6.8	7.2
Salvador	9.0	8.2	9.8	10.1
São Paulo	5.3	5.7	5.1	7.3



É significativo notar que mais de 70% das matérias publicadas sobre Álcool na Grande Mídia não estabelecem uma relação entre a educação e o problema do consumo de bebidas alcoólicas por adolescentes. A constatação é da pesquisa coordenada pela ANDI sobre o noticiário a respeito de drogas lícitas na mídia impressa brasileira durante 2001.



Nos veículos direcionados ao público jovem, o percentual de reportagens sobre Álcool que não fazem associação entre a educação e o consumo de bebidas por adolescentes é ainda maior: 80%, conforme atesta a pesquisa realizada pela ANDI e seus parceiros.

de Psiquiatria da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), esse cenário precisa mudar radicalmente, porque uma das grandes vilãs dessa história é mesmo a propaganda, que reforça a imagem de que o Álcool é algo cotidiano e inofensivo.

Também em 2002, em maio, a Organização Mundial de Saúde (OMS) promoveu em Valência, na Espanha, uma reunião técnica que analisou o impacto do *marketing* e da promoção de bebidas alcoólicas na juventude. Participaram do encontro 50 pessoas de 22 países, entre especialistas em *marketing*, saúde pública e jovens dedicados à prevenção de abuso de substâncias.

Os técnicos produziram um documento com informações sobre a situação mundial de propaganda de Álcool e propostas a serem executadas. Na opinião deles, os jovens de hoje vivem em uma realidade caracterizada por esforços agressivos e intensos, realizados de forma muito bem organizada pela indústria do Álcool, para que iniciem precocemente o consumo de bebidas alcoólicas e que bebam pesadamente. De acordo com os especialistas, essas ações influenciam de forma substancial o comportamento dos adolescentes, que passam a achar normal o hábito de exagerar nas doses de Álcool.

### **Iniciativas governamentais**

Os sinais de mudança começam a chegar ao governo federal. Em abril de 2002, o Ministério da Saúde lançou o *Programa Nacional de Atenção Comunitária Integrada a Usuários de Álcool e Outras Drogas* (Portaria GM/816 – 30 de abril de 2002), o qual, entre outras propostas, viabiliza a implantação dos chamados CAPSad – Centros de Atenção Psicossocial, voltados para o atendimento específico em Álcool e Drogas.

Essas unidades seguem o modelo dos CAPS – Centros de Atenção Psicossocial, rede alternativa de tratamento de transtornos mentais que vem substituindo o sistema assistencial anteriormente centrado no hospital psiquiátrico.

Por sua característica de serviço aberto e comunitário, o CAPS pode oferecer programas terapêuticos de menor nível de exigência, portanto disponíveis a mais pessoas da comunidade. Segundo Paulo Roberto Aranha de Macedo, consultor do Ministério da Saúde para a Área Técnica de Álcool e Drogas, as modalidades de cuidados para Álcool e Drogas nas unidades CAPS devem obedecer a uma lógica de redução de danos, seja relativa às práticas de prevenção às DST/Aids, seja em relação ao próprio uso indevido de bebidas alcoólicas por adolescentes.

### **Atuação articulada**

De acordo com Macedo, esses centros atuam em parceria com outros dispositivos assistenciais em saúde mental (ambulatorios, leitos em hospital-geral, hospitais-dia) e da rede básica de saúde (unidades básicas etc), bem como ao *Programa de Saúde da Família* e ao *Programa de Agentes Comunitários de*

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Atuando há mais de 20 anos na Mídia Jovem, Mônica Figueiredo já foi diretora das revistas *Capricho* e *Querida*. Desde fevereiro de 2001 está no comando da revista *MTV Brasil*, lançada nessa mesma data.**

*Os adolescentes vêm consumindo bebidas alcoólicas cada vez mais cedo e com uma frequência cada vez maior. Apesar disso, a Mídia Jovem dá mais espaço para a discussão do consumo de cigarro do que do Álcool, em comparação com a Grande Mídia. Você acha que o debate sobre o uso de bebidas alcoólicas poderia estar mais presente nos veículos destinados aos adolescentes? Como fazer isso? Sim, sem dúvida poderia. Esse debate tem potencial para atingir os jovens, mas como tudo que é feito para eles deve ser escrito de uma forma direta, sem rodeios. Nossa abordagem é essa: falar direto, de maneira clara, sem medo. Estamos o tempo inteiro tentando aprimorar essa linguagem e para isso, conhecer profundamente o nosso público é chave – para que a aproximação seja natural, quase uma consequência de um relacionamento construído em cima de respeito, de curiosidade e de nenhum preconceito.*

*Entre as 64 reportagens publicadas na Mídia Jovem sobre Tabaco e Álcool em 2001, apenas 17,2% falavam em prevenção. Por que esse aspecto está sendo,*

*muitas vezes, deixado de lado justamente pelos veículos destinados ao público adolescente? Acho que é um vacilo nosso, mesmo. Uma bela de uma bobeadada! Essas matérias devem ser feitas e logo! Mas sabe o que eu acho também? De repente, pinta um medo de ser professoral, de ser careta, chato. Acho que tem alguma coisa que passa por aí, que acaba desfocando nosso papel de imprensa, de informar, alertar, esclarecer.*

*Outra constatação da pesquisa coordenada pela ANDI é a de que não há matérias, tanto na Grande Mídia quanto na Mídia Jovem, sobre a relação entre o consumo de Álcool e Tabaco e o exercício da sexualidade pelos adolescentes. Na sua opinião, isso é um equívoco da imprensa? É uma abordagem interessante e necessária, que deve, sem dúvida, ser tratada. De novo, só posso falar por mim e não por toda a mídia: acho que cada vez mais estamos conscientes do nosso papel. Mas ainda há uma longa estrada a ser percorrida. Se os jornalistas tivessem mais humildade e vontade de aprender, esse processo seria bem mais fácil.*

*Saúde*. Também se articulam em torno dos dispositivos de suporte social existentes nas comunidades, configurando redes flexíveis de cuidados, que possam responder por um determinado território populacional e que se remodelem de forma dinâmica, mediante a necessidade de inclusão/exclusão de novos serviços e formas de cuidado.

Na opinião do consultor do Ministério da Saúde, o rumo tomado pela implantação e pela implementação das práticas assistenciais determinará a configuração real de uma política especificamente voltada para os adolescentes que fazem uso abusivo de Álcool ou são dele dependentes. Para ele, esses são os passos iniciais para a viabilização de condições básicas à reconstrução não somente de uma vivência do adolescente em que a participação do Álcool seja mínima ou até nenhuma, mas de projetos de vida individualizados que comportem opções mais produtivas e que detenham uma perspectiva evolutiva para o futuro dessas pessoas.

### **ABORDAGEM MAIS EQUILIBRADA**

Na comparação com o tratamento oferecido ao Tabaco, a cobertura dada pela imprensa ao tema do Álcool é mais equilibrada, menos

aterrorizante, com menor volume de números e estatísticas, além de ser mais motivada por iniciativas dos próprios veículos do que por ações públicas – mesmo porque, até hoje, ainda são limitadas as iniciativas governamentais na área de bebidas alcoólicas. Na *Mídia Jovem*, por exemplo, os noticiários contemplam a presença de depoimentos de adolescentes que bebem, mesmo quando reconhecem saber que não poderiam ou deveriam estar bebendo. A partir dessa abordagem, é facilitada a identificação do adolescente com o texto – o que praticamente não ocorre com as reportagens veiculadas sobre o Tabaco.

Essa maior liberdade de discussão em relação ao Álcool, quase sempre pautada pelo fato de ser possível e aceitável o uso apenas social das bebidas – o que, vale relembrar, não acontece no setor Tabaco, pois a dependência gerada pela nicotina é quase instantânea – termina desenhando uma cobertura menos distante do paradigma da Redução de Danos (*leia quadro na página 86*). Muitas vezes, os textos estimulam o jovem a aprender a lidar de forma responsável com o universo das bebidas, discutindo a importância de descobrir como autorregular o consumo, de estar atento aos riscos e de procurar evitar constrangimentos derivados do uso exagerado.

O discurso presente nas matérias sobre Álcool, portanto, consegue relativizar a questão do consumo por parte dos jovens, a exemplo do que propõem os modernos conceitos de enfrentamento do desafio das drogas:

- Cada droga é uma droga.
- Cada indivíduo é único.
- Cada período de sua vida também.
- Família, escola, amigos e comunidade do usuário devem ser levados em consideração, caso a caso.

## Artigo

### A PROPAGANDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NO BRASIL: SEQÜESTRO DOS NOSSOS SÍMBOLOS NACIONAIS

por Ilana Pinsky\*

A indústria do Álcool no Brasil gasta anualmente milhões de dólares com propagandas na mídia para promover seus produtos, sem contar as outras diversas estratégias de *marketing* empregadas, como promoção de festas, confecção de produtos e patrocínios de eventos esportivos. Dados da consultoria AC Nielsen mostram que cerca de US\$ 106 milhões foram gastos em propaganda de Álcool em 2001, sendo que 80% deste total em publicidade de cerveja. Por outro lado, os investimentos em mídia feitos pela indústria de comidas salgadas, doces e bebidas não-alcoólicas foram, respectivamente, de US\$ 24,7 milhões, US\$ 71 milhões e US\$ 68,2 milhões.

A propaganda de bebidas alcoólicas é regulada pela lei 9.294, de 1996. Além de regulamentar a publicidade do Álcool, também se dirige a cigarros, medicamentos e venenos agrícolas. Segundo ela, bebida alcoólica é somente aquela com mais de 13 GL, ou seja, a legislação exclui cervejas e vinhos – a medida de 13 GL pode ser traduzida como 13% de etanol/álcool puro no produto. Sua principal regra é restringir a veiculação de propagandas de Álcool na televisão ao período entre as 21 e as 6 horas.

#### Tratamento diferenciado para o cigarro

No entanto, as chamadas – aquelas propagandas de poucos segundos – são permitidas em qualquer período do



A primeira pesquisa coordenada pela ANDI sobre Tabaco e Álcool, que analisou apenas o material das publicações destinadas aos adolescentes, entre setembro de 1999 e outubro de 2000, detectou que foi veiculada naquele período uma quantidade considerável de reportagens de boa qualidade sobre a relação do consumo de bebidas alcoólicas com acidentes de trânsito. Vale lembrar, no entanto, que na etapa focalizada pela pesquisa, além de uma campanha do governo federal, algumas iniciativas da sociedade civil colocaram o binômio trânsito/Álcool na berlinda, apoiadas em estatísticas que mostram ser 61% dos acidentes causados pelo abuso de bebidas.



Já na segunda pesquisa coordenada pela ANDI sobre as temáticas Tabaco e Álcool, a relação entre uso de bebidas e acidentes de trânsito não mereceu grandes destaques, tanto na imprensa em geral quanto na Mídia Jovem. Apenas 2,9% das 239 reportagens publicadas sobre drogas lícitas na Grande Mídia em 2001 abordaram esse assunto. Na Mídia Jovem, o percentual foi de 3,1% em 64 textos.

dia e da noite. Desde 2000, uma nova lei (a de número 10.167) foi sancionada pelo governo e praticamente proibiu qualquer propaganda de cigarro – a exceção fica para os locais de venda do produto. Essa proibição não atingiu, porém, as bebidas alcoólicas. Apesar disso, o clima político no País parece ter se alterado um pouco. Em janeiro de 2002, havia mais de 50 projetos de lei no Congresso propondo maiores restrições às propagandas de Álcool.

Além da lei federal, a publicidade de bebidas alcoólicas é regulada, informalmente, pelo Conar (Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária). Formado por empresas de propaganda, esse instituto confirma o limite de horário, mais uma vez deixando cerveja e vinhos de fora, e propõe algumas restrições quanto ao conteúdo das propagandas. O Conar sugere, por exemplo, que menores de 18 anos não sejam o alvo nem apareçam nos anúncios e que as bebidas alcoólicas não sejam associadas à sexualidade, ao desempenho saudável de qualquer atividade e a imagens ou idéias de maior êxito profissional ou social.

### **Jovens no alvo**

Mas qualquer pessoa que já tenha assistido a alguma propaganda de Álcool na televisão brasileira verifica a agressiva utilização da sexualidade nos anúncios, especialmente no

caso da cerveja. Também é fácil notar que os (muito) jovens são certamente alvos preferenciais das propagandas, com temas evidentemente voltados a eles, como o uso de desenhos animados e de festas embaladas por música eletrônica, conhecidas como *rave*, entre outros apelos.

Além disso, as indústrias têm desenvolvido linhas voltadas para essa faixa etária – como os produtos *ice*, destilados misturados com refrigerantes ou sucos – e oferecido patrocínio a festas frequentadas apenas pelo público adolescente e jovem.

Mas tão importante quanto as estratégias descritas acima é a utilização do Brasil e de símbolos nacionais para a venda de Álcool. Um exemplo bem evidente dessa técnica ocorreu durante a Copa Mundial de Futebol, em 2002, com a criação de uma tartaruga de desenho animado associada a uma marca de cerveja que foi denominada a “torcedora símbolo da seleção brasileira”. Algumas marcas de cachaça também têm se utilizado de características fortemente brasileiras, como o samba, para vender seus produtos.

### **Só um lado da moeda**

Esse tipo de associação das bebidas alcoólicas com o que temos de mais característico no nosso País normatiza o Álcool. Em especial, esse é mais um exemplo de como a propaganda do Álcool mostra apenas uma face do uso. Assim, esquece ou associa a uma minoria de “pessoas problemáticas” sua grande contribuição para o aparecimento de doenças, a mortalidade e os prejuízos sociais, criando inclusive um ambiente hostil e ridicularizador para as mensagens e medidas de saúde pública que venham a ser veiculadas.

Por que esse cenário é preocupante? Um fator que devemos levar em conta é a inexistência de contrapartida da indústria do Álcool no Brasil, no que se refere ao desenvolvimento de atividades sérias, coerentes e efetivas de prevenção ao abuso dessa substância. Com exceção de uma atividade de pequenas proporções desenvolvida por um dos maiores fabricantes de Álcool no País, a indústria como um todo não dá sinais de reconhecer sua responsabilidade social, nem para fins de relações públicas. Ou seja, esse setor não assume e não se responsabiliza por qualquer tipo de problema relacionado ao Álcool.

Os números de problemas associados ao Álcool no Brasil não deixam dúvida quanto ao seu potencial devastador, principalmente junto aos jovens. As propagandas e o *marketing* das bebidas alcoólicas no País são parte integrante da criação de um clima normatizador, associando-as exclusivamente a momentos gloriosos, à sexualidade e ao ser brasileiro. É desanimador notar que a indústria do Álcool e da propaganda no Brasil não está, nem de longe, desempenhando um papel responsável. Por isso, já está mais do que na hora de tomar medidas claras para lidar com esse grave problema de saúde pública.

---

*\*Ilana Pinsky é psicóloga, com doutorado na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e pós-doutorado na Robert Wood Johnson Medical School, nos Estados Unidos. É coordenadora do ambulatório de adolescentes da Uniad (Unidade de Pesquisa em Álcool e Drogas) da Unifesp.*

## ÁLCOOL, SEXO E VIOLÊNCIA

É possível afirmar que a maioria das reportagens sobre Álcool analisadas pela ANDI e seus parceiros usa como referência não um mundo ascético, onde foi completamente abolido o consumo de bebidas, mas sim uma sociedade em que esse consumo pode vir a acontecer sem significativos impactos sobre a saúde e o projeto de vida do cidadão ou sobre o próprio tecido econômico-social.

Por outro lado, a cobertura dedicada pelos suplementos de jornais e revistas da Mídia Jovem e pela Grande Mídia ao consumo de Álcool por adolescentes, apesar de bem mais flexível e diversificada do que aquela em torno do Tabaco, não aborda – ou trata apenas tangencialmente – alguns aspectos que possuem grande relevância.

Um deles é o fato, fartamente documentado, de que a ingestão de algumas doses de bebida alcoólica reduz a capacidade de discernimento do usuário. Isso pode conduzir a práticas sexuais inseguras ou a outros comportamentos potencialmente perigosos para o indivíduo e para o grupo, por parte tanto dos garotos quanto das garotas.

Mas são ainda raras as matérias que trabalham a vinculação entre o consumo

## ASSUMINDO O CONTROLE NA RELAÇÃO COM AS DROGAS

**Elaborados em contextos distintos, dois conceitos podem contribuir para ampliar a compreensão acerca da complexa relação dos usuários com os mais diversos tipos de drogas e as possibilidades de atuação diante do problema.**

O primeiro é o da Redução de Danos, uma política de saúde pública adotada desde 1994 no Brasil pelo Ministério da Saúde, em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Controle Internacional de Drogas (UNDCP) como ação complementar de prevenção a DSTs, Aids e hepatites e resgate da cidadania dos usuários de drogas que não querem ou não conseguem abandoná-las. A estratégia foi adotada quando se percebeu que desencorajar o consumo de drogas e contribuir para a reinserção social dos ex-usuários já não eram mais suficientes no combate à Aids. Um dos objetivos da Redução de Danos é evitar que quem sofre com a dependência seja infectado pelo HIV. Entre as medidas, estão a distribuição de seringas e preservativos aos usuários de drogas injetáveis, orientações sobre prevenção e riscos do uso abusivo de drogas e encaminhamento dos beneficiários a serviços de saúde pública,

O segundo conceito é o de Resiliência. É um princípio da Física, utilizado pela Engenharia para descrever a capacidade de um material sofrer tensão

e recuperar seu estado normal, após ultrapassado um "estado de risco". Carmen Silveira de Oliveira, estudiosa da vulnerabilidade social dos jovens, explica, em seu livro *Sobrevivendo no Inferno – a violência juvenil na contemporaneidade* (Ed. Sulinas, 2001), que na Psicologia o conceito de Resiliência é usado para expressar a capacidade humana de enfrentar adversidades sucessivas.

Aparentemente contraditórios, já que um assume a possibilidade do ser humano não querer ou não conseguir largar as drogas e o outro trabalha com a capacidade de vencer limites, tais conceitos podem complementar-se, pois despertam o usuário para o auto-cuidado e contribuem para aumentar a sua auto-estima.

Para a Redução de Danos, o importante é que o consumo de drogas não cause prejuízos graves aos dependentes ou a terceiros. O lema é "Assuma o controle sobre o uso". O usuário assume esse controle com pequenas vitórias: deixar o consumo para depois, trocar uma seringa, limpar o braço antes de se aplicar, usar preservativo.

A Resiliência pressupõe auto-estima. Quando há uma autoconfiança diminuída, as pessoas se acreditam impotentes, tornando-se desvitalizadas e passivas diante das adversidades.

de bebidas alcoólicas – e, vale assinalar, também de drogas ilícitas – com a vulnerabilidade ao HIV e à gravidez não planejada. Também é pouco valorizada, na cobertura da temática Álcool, a questão da violência. Os textos, em geral, não fazem a relação direta entre o uso abusivo de bebidas e a propensão a comportamentos agressivos. Ignoram, inclusive, que esse é fator presente em significativa parcela dos homicídios cometidos nos grandes centros urbanos.

## O COMPONENTE SÓCIO-ECONÔMICO

Há um outro aspecto bastante negligenciado no tratamento oferecido pela Grande Mídia e também pela Mídia Jovem às questões relacionadas ao consumo de Álcool e de Tabaco por parte da população adolescente e jovem: a contextualização dos fatores sócio-econômicos envolvidos.

Indicadores vêm demonstrando acelerada pauperização do uso de ambas as substâncias em nosso País. Com menos acesso às informações preventivas, expostos a ambientes familiares disfuncionais e não raro convivendo com pessoas dependentes, os adolescentes e os jovens das periferias das grandes metrópoles lutam ainda contra uma estrutura educacional deficiente, a falta de opções de lazer e as cada vez mais diminutas perspectivas de colocação profissional digna.

### Cigarro, álcool e pobreza

Uma pesquisa do Inca (Instituto Nacional do Câncer) demonstrou que no município do Rio de Janeiro, por exemplo, os analfabetos e os pobres são os que mais consomem cigarro.

Entre os analfabetos, 26% fumam – taxa superior à média da população do Rio, que é de 21,4%. A proporção de fumantes também sobe entre a população mais pobre: 23,5% dos que ganham até dois salários mínimos fumam. A taxa cai para 21,4% entre os que recebem de dois a quatro mínimos e para 16,5% entre os que ganham mais de 20 salários.

Mais do que nunca, nessas circunstâncias o consumo de drogas – sejam elas lícitas ou ilícitas – pode ser encarado como um fator compensatório à ausência de uma perspectiva de vida viável, realizadora.

Um recente estudo realizado no bairro do Jardim Ângela, um dos mais violentos da periferia paulistana, mostrou que existe pelo menos um bar para cada 12 moradias no local – uma das maiores concentrações de pontos de venda de Álcool já registradas na literatura internacional. Várias pesquisas têm mostrado que quanto maior a quantidade de pontos de comercialização de bebidas alcoólicas, maior o consumo, maior a violência e maior também é o número de problemas relacionados com o Álcool.

### Medidas restritivas

A amostra da pesquisa, coordenada pelo psiquiatra Ronaldo Laranjeira, da Universidade Federal de São Paulo, contou

com 86 entrevistas e compreendeu uma área de 28 ruas. O levantamento chegou a conclusões importantes: mais de 80% desses estabelecimentos vendem bebidas alcoólicas a crédito, sendo a cachaça e a cerveja os produtos mais comercializados, a maioria tem clientes que freqüentam o bar diariamente, o período que as pessoas gastam em cada visita é de aproximadamente 30 minutos, o tempo de funcionamento desses locais é de mais de 85 horas por semana e a maioria deles não tem licença para operar. Durante a realização desse trabalho, que se deu em 2000, estava sendo desenvolvido na região um serviço comunitário de tratamento de dependência de Álcool e outras drogas.

Na opinião do especialista, os dados dessa pesquisa apontam para a necessidade de haver uma política que restrinja o surgimento de novos bares no espaço do Jardim Ângela, além de medidas para regular o horário de funcionamento deles. "Obteve-se a impressão de que não há horário na maioria dos bares, que tendem a fechar quando os clientes são poucos e já estão intoxicados. Se isso ocorre – fechamento de bares dependendo do consumo – é porque a procura por Álcool é satisfeita a qualquer hora do dia e da noite", detalha o psiquiatra, em um trecho de seu estudo.

### **Avaliação cautelosa**

O especialista ressalta, porém, que a venda e o consumo de Álcool na área é quase uma ação comunitária e que qualquer tentativa de regulamentação deve avaliar cuidadosamente os custos que as propostas, apesar de bem intencionadas, imporiam à sociedade local. Uma das soluções apontadas por Laranjeira é a de criar licenças diferenciadas de funcionamento. Por exemplo: um estabelecimento pode ter aval para vender Álcool somente nos finais de semana e o custo pode ser maior ou menor conforme determinação da autoridade de saúde.

Segundo Laranjeira, entre outras medidas que poderiam ser adotadas estão a criação de formas mais eficazes e localizadas de controle da comercialização de bebidas para menores de 18 anos, inclusive em pontos de venda a varejo, como os supermercados e os postos de gasolina, a implantação de penalidades severas para os comerciantes que continuam vendendo Álcool quando o freguês está intoxicado e o estabelecimento de meios que visem aumentar o preço desses produtos, tais como uma taxaço diferenciada para produtores e distribuidores de bebidas.

O debate em torno de questões como essas devem fazer parte da pauta da Grande Mídia e da Mídia Jovem. Uma informação que leve em conta o quadro sócio-econômico contribui também para que o público desses veículos (em grande parte, de classe média) perceba que não pode generalizar para outros extratos da população os parâmetros que norteiam suas relações com as drogas. E também é uma forma de pressionar as autoridades governamentais e os diversos segmentos da sociedade pela adoção de políticas públicas eficazes para essa área.

## SAÚDE MENTAL E USO INDEVIDO DE ÁLCOOL

O uso abusivo e/ou dependência do Álcool nunca foi um problema apenas psiquiátrico ou médico. Exige que as ações terapêuticas, preventivas e educativas sejam planejadas em uma perspectiva ampliada de saúde mental, que extrapole o conceito de ausência de doença. Qualquer tentativa de reduzir ou eliminar a influência de fatores de risco e valorizar os de proteção deve considerar todas as esferas da vida do adolescente.

De modo geral, a vulnerabilidade é maior em pessoas que estão insatisfeitas com a sua vida, possuem saúde deficiente, não detêm informações adequadas sobre Álcool e drogas, têm fácil acesso às substâncias e vivem problemas de integração comunitária. Leia aqui um breve resumo dos aspectos capazes de levar ao consumo abusivo e daqueles que podem evitar que isso aconteça.

**Domínio individual:** os principais fatores de risco são baixa auto-estima, falta de autocontrole e assertividade, comportamento anti-social precoce, doenças pré-existentes (como transtorno de déficit de atenção e hiperatividade) e vulnerabilidade psicossocial. Já os fatores de proteção são flexibilidade, habilidade em resolver problemas, facilidade de cooperar, autonomia, responsabilidade, comunicabilidade e vinculação familiar-afetiva, religiosa ou institucional.

**Domínio familiar:** entre os fatores de risco estão uso de Álcool e outras drogas pelos pais e isolamento social entre os integrantes da família. E os fatores de proteção: vinculação familiar, com desenvolvimento de valores e compartilhamento de tarefas no lar, troca de informações entre os integrantes da família sobre as suas rotinas.

**Domínio de pares:** como fatores de risco destacam-se colegas que usam drogas ou que valorizam o seu consumo e rejeição de regras ou atividades organizadas. Já os fatores de proteção são: pares que não usam Álcool/drogas, não valorizam o seu uso, envolvimento com atividades em que não haja uso indevido de Álcool e outras drogas.

**Domínio escolar:** os fatores de risco mais freqüentes são falta de habilidade de convivência com grupos, disponibilidade de Álcool na escola e nas redondezas, regras e papéis inconsistentes ou ambíguos com relação às drogas. E os fatores de proteção: regras claras e consistentes, participação dos estudantes nas decisões escolares, com aquisição de responsabilidades.

*Fonte: Paulo Roberto Aranha de Macedo, médico especialista em Psiquiatria pela Associação Brasileira de Psiquiatria e em Dependência Química pela Universidade Federal de São Paulo.*

## Caminhos para Aprimorar a Cobertura

### RECOMENDAÇÕES PARA O JORNALISTA

- Comunicadores e formadores de opinião devem procurar cobrar dos poderes públicos iniciativas para ampliar a discussão em torno do uso de bebidas alcoólicas, sob as mais diversas perspectivas: sociais, culturais e econômicas.
- É necessário ter cautela com as reportagens baseadas em depoimentos. É uma área complicada e exige cuidado, pois nem sempre a veiculação dessas experiências ajuda outros jovens que passam pelo mesmo tipo de problema ou aqueles que ainda não usaram drogas. Nesse contexto, é fácil reproduzir um discurso terrorista, ficar limitado a denunciar os aspectos negativos do uso ou então acabar fazendo a apologia do Álcool.
- É preciso estender a investigação a todos os atores do processo focalizado: pais, escola, amigos, usuários, policiais (quando for o caso), dependentes. Isso dá visibilidade às várias opiniões e aos diversos aspectos envolvidos no mesmo tema. Com essa abordagem, é bem mais fácil escapar do denunciismo, do moralismo e do sensacionalismo.
- Ao focar o consumo abusivo de Álcool na adolescência é importante manter em vista uma abordagem de saúde, que contribua para o resgate da

cidadania dos dependentes e para sua plena reinserção contexto social. Assim, estará também sendo desmistificada a imagem aterrorizante que cerca o uso.

### SUGESTÕES DE PAUTA

- Da mesma forma que a população foi assimilando a clara associação entre o consumo de bebidas alcoólicas e os riscos de acidentes de trânsito, é possível a mídia trabalhar pela consolidação da imagem do Álcool como fator crucial para a vulnerabilidade ao HIV.
- Consultar os jovens, checando se estão conscientes de que o consumo de bebidas alcoólicas tende a aumentar o risco de praticar sexo não seguro. É importante colher depoimentos de adolescentes sobre situações em que a camisinha foi deixada de lado por conta do uso do Álcool.
- A indústria do Álcool tem o adolescente como alvo primordial. A imprensa pode investigar as diferentes estratégias utilizadas para atingir garotos e garotas, contribuindo para que seus leitores/telespectadores não sejam tão facilmente seduzidos e manipulados. Discutir, com jovens e especialistas, os recursos de *marketing* das diferentes marcas de bebidas é uma boa pauta. As matérias também podem ouvir publicitários, médicos, modelos (para saber se eles bebem), pesquisadores da área de comunicação. O livro A

*Publicidade é um Cadáver que nos Sorri*, de Oliviero Toscani – o das polêmicas campanhas da Benetton – traz idéias muito interessantes sobre o que ocorre no universo da propaganda.

● Outra pauta bem quente é o debate sobre a necessidade de proibição das propagandas de cervejas e vinhos nos meios de comunicação de massa. É importante estar atento a essa discussão, ouvindo indústria, jovens, publicitários, o governo e o Congresso. Há chances de mudanças na legislação? O governo vai querer comprar uma briga com os fabricantes de cerveja, um dos maiores anunciantes na mídia? Na época em que se discutia a restrição da publicidade do Tabaco, dizia-se que os meios de comunicação de massa enfrentariam uma grande crise devido à perda de receitas geradas por essa medida, já que a indústria de cigarro também era um dos principais anunciantes na mídia. Essa previsão, no entanto, não se concretizou.

● Também é importante pesquisar a legislação sobre propaganda de bebidas alcoólicas em outros países. É tão permissiva quanto a nossa? Que nações estão mais avançadas nesse quesito? É possível conseguir tais informações junto à OMS/Opas ou com especialistas. A Associação Brasileira de Estudos sobre Alcool e Drogas (Abead) é outro bom ponto de partida.

● Alguns especialistas já discutem propostas que visam colocar restrições para licença de pontos de venda de bebidas e também para funcionamento dos bares, sobretudo na periferia das grandes cidades. Até que ponto essas medidas são eficientes? Elas têm o consentimento da comunidade? Diminuem, de fato, a violência nos grandes centros? Nessa pauta, é importante ouvir a opinião dos jovens, de suas famílias, dos especialistas (aqueles favoráveis e os que são contra) e do Poder Público.

5

# Comportamento Editorial

---

*A cobertura que a imprensa vem fazendo das temáticas relacionadas ao consumo do cigarro e das bebidas alcoólicas por adolescentes enfrenta dificuldades de enfoque, abordagem ou tratamento*



ABORDAR UM TEMA COMO O DAS DROGAS LÍCITAS É COMO CAMINHAR NUMA ESPÉCIE DE CORDA BAMBA, ONDE ATINGIR O EQUILÍBRIO NÃO É DAS MISSÕES MAIS FÁCEIS. NA HISTÓRIA RECENTE DA CULTURA OCIDENTAL, PERCEBEMOS A EXISTÊNCIA DE DUAS CONCEPÇÕES BÁSICAS SOBRE AS DROGAS EM GERAL: A DIVINIZAÇÃO E A SATANIZAÇÃO. SE NAS DÉCADAS DE 60 E 70 A ONDA ERA ENALTECER ESSAS SUBSTÂNCIAS, HOJE A TENDÊNCIA ESTÁ MUITO MAIS PARA A ASSOCIAÇÃO DELAS COM UM LADO SOMBRIO: O DAS DOENÇAS, DOS PROBLEMAS PSICOLÓGICOS, DA VIOLÊNCIA E DA MORTE.

DIANTE DESSE PANORAMA, MUITAS VEZES FICA DIFÍCIL ESCAPAR DE ARMADILHAS COMO A ADJETIVAÇÃO EQUIVOCADA DOS ENTREVISTADOS, A PUBLICAÇÃO EXACERBADA DE DADOS ESTATÍSTICOS SEM QUALQUER CONTEXTUALIZAÇÃO DA REALIDADE EM QUE VIVEM OS JOVENS, A EXPOSIÇÃO INDEVIDA DE ADOLESCENTES QUE DEVERIAM SER PRESERVADOS E A VEICULAÇÃO DE DISCURSOS UNIFICADOS, CARREGADOS DE MORALISMO. TODOS ESSES EQUÍVOCOS COSTUMAM PERMEAR BOA PARTE DO NOTICIÁRIO SOBRE TABACO E ALCOOL NA GRANDE MÍDIA E, O QUE É PIOR, TAMBÉM NOS VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM FALAR DIRETAMENTE PARA OS ADOLESCENTES E OS JOVENS.

Para fazer uma cobertura mobilizadora sobre a questão do uso de drogas lícitas pelo público adolescente não basta recheiar as reportagens de depoimentos de jovens. Muitas matérias – principalmente no caso do Tabaco – tendem a utilizar os adolescentes para legitimar um discurso já pré-estabelecido, geralmente aquele das instituições que estão coordenando o enfrentamento do problema. Eventualmente, também os especialistas parecem estar apenas corroborando um ponto de vista que a matéria teria previamente decidido divulgar.

No caso da Mídia Jovem, cair nessa cilada é ainda mais comprometedor. Esses veículos precisam lembrar que têm como um de seus trunfos o fato de destacarem-se como o espaço da imprensa que mais contempla a opinião de adolescentes e jovens. Não deveriam, portanto, correr o risco de abalar essa relação de proximidade com seu público transformando-o em mero avalista dos conceitos preventivos – por mais corretos e pertinentes que esses conceitos possam ser.

É fundamental que o discurso dos jovens retrate de forma ampla seu universo de idéias e atitudes. Se muitos adolescentes fumam e bebem, é necessário ouvi-los, sem procurar enquadrar suas idéias, mas entendendo as várias razões que levam a esses comportamentos. Isso não significa que a mídia vá dedicar-se a estimular ou glamourizar o uso das drogas lícitas – apenas estará reconhecendo um dado de realidade, para a partir dele convidar à reflexão e, eventualmente, às mudanças de atitude.



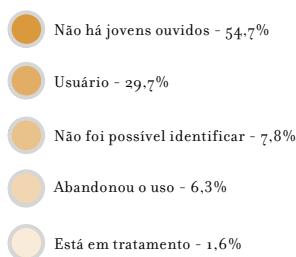
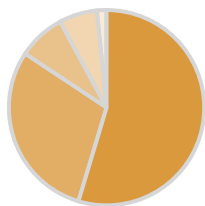
Há que se destacar um ponto bastante positivo da cobertura da Mídia Jovem. Esses veículos, além de ouvirem mais os adolescentes do que a Grande Mídia, dão um bom espaço para depoimentos de usuários de cigarro e bebidas, aponta a pesquisa coordenada pela ANDI sobre o noticiário de Tabaco e Álcool na imprensa escrita em 2001.



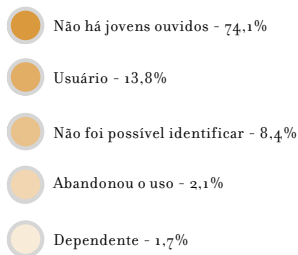
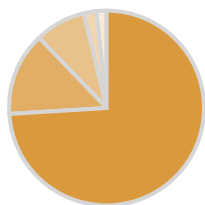
Por outro lado, é preocupante o fato de que mais de 50% das matérias, tanto na Grande Mídia quanto na Mídia Jovem, ouçam apenas uma fonte. Pior: quando as reportagens trazem mais de uma entrevista, na esmagadora maioria das vezes não há opiniões divergentes.

CONDIÇÃO EFETIVA DOS ADOLESCENTES  
OUVIDOS NAS REPORTAGENS

MÍDIA JOVEM



GRANDE MÍDIA



## O fator humano

Outro aspecto que não pode ficar de fora das matérias sobre Tabaco e Álcool é a contextualização da realidade de adolescentes e jovens que fazem uso do cigarro e/ou de bebidas alcoólicas. Nesse sentido, é fundamental ampliar o entendimento das questões que podem estar associadas aos processos de experimentação ou dependência.

Por que será que os adolescentes fumam ou bebem? O que os leva a isso, do ponto de vista comportamental, psicológico ou químico? De que maneira e em que circunstâncias fazem isso? Como se relacionam com a família, com os amigos, com um namorado ou namorada? Será que contam com bom rendimento escolar? Fatos específicos impulsionam, num determinado momento de vida, a busca pelo Tabaco ou pelo Álcool? Será que seus irmãos ou primos também fumam ou bebem? Se não, quais serão os fatores que contribuem para esses dois comportamentos diferentes num mesmo núcleo familiar?

Trabalhando dessa maneira, o jornalista evita repetir equívoco presente em várias reportagens analisadas pelo estudo coordenado pela ANDI, onde o hábito ou dependência parecem se instalar como num passe de mágica, sem relação alguma com os aspectos sociais, humanos e comportamentais.

## Ótica da solidariedade

É muito grande o universo de adolescentes e jovens que já começaram a fumar e/ou a beber e não conseguem parar, embora já tenham muitas vezes pensado ou até mesmo tentado fazer isso. Esse grupo não pode ser simplesmente colocado nas estatísticas de futuras vítimas fatais do Tabaco ou do Álcool

## A VOZ DA REDAÇÃO

**Formado em jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, Luís Artur de Barros Nogueira iniciou a carreira como rádio-escuta na Rádio Trianon de São Paulo em 1996. Em 1999, começou a atuar como repórter na Rádio Bandeirantes, onde hoje é chefe de reportagem.**

*O tema do uso de drogas na adolescência está presente na redação da Rádio Bandeirantes? O que geralmente motiva essa pauta?* São duas frentes: os ganchos factuais, que estão sempre no noticiário da emissora, e as matérias especiais, incluindo campanhas. Em 2000, por exemplo, firmamos aliança com a Associação Parceria Contra as Drogas. Fizemos séries de reportagens, distribuimos milhares de cartilhas da Associação e realizamos palestras para alunos de escolas públicas e particulares de São Paulo, com a participação especial da equipe de esportes da Rádio Bandeirantes. Foi uma iniciativa de associar o esporte a uma vida sem drogas.

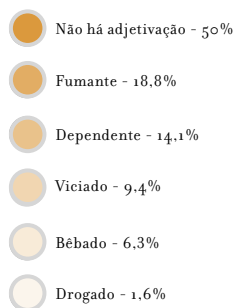
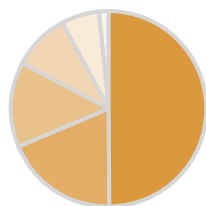
*Quando vocês fazem matérias sobre drogas, quem são os atores ouvidos?* Como o assunto é muito delicado, procuramos sempre ouvir as orientações de especialistas. Eu me lembro, por exemplo, da primeira palestra que a diretoria da Associação Parceria Contra as Drogas ministrou à equipe de jornalismo da *Bandeirantes*. Ficou claro que nós

não poderíamos tratar os usuários de drogas com preconceito. Não costumamos ouvir os adolescentes porque consideramos perigosa a exposição deles ao público. É claro que o veículo rádio facilita essa tarefa, já que apenas a voz vai ao ar. Como o nosso alvo são os pais, preferimos enfatizar a campanha nos conselhos e na orientação para as famílias evitarem que as suas crianças se envolvam com esse mundo, que muitas vezes não tem volta.

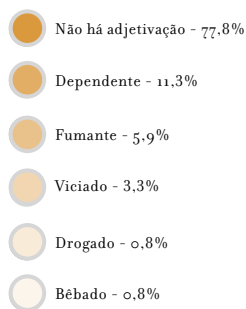
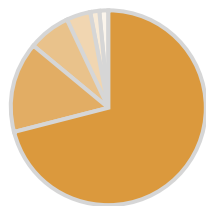
*Pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura de Tabaco e Álcool em 2001 na imprensa escrita detectou que muitas reportagens adotam um tom preconceituoso em relação aos usuários dessas drogas, utilizando expressões como "viciado", "drogado" e "bêbado". Vocês já cometeram esse deslize?* Provavelmente nós já cometemos esse equívoco em algum momento. Mas estamos conscientes de que se trata de uma batalha contra um problema difícil de ser vencido e de que qualquer tom preconceituoso só servirá para agravar a situação. Vale salientar que nós consideramos o Tabaco e o Álcool drogas tão perigosas quanto a cocaína e a maconha, por exemplo. Quando fazemos reportagens mostrando que bebida e volante não combinam, queremos alertar para o elevado índice de mortes que ocorrem a partir dessa mistura. Em resumo, o jovem que é dependente de drogas precisa ser tratado como alguém que necessita de ajuda e não como um criminoso.

## QUANTO À ADJETIVAÇÃO DOS ADOLESCENTES

## MÍDIA JOVEM



## GRANDE MÍDIA



– ele merece apoio, por meio de informação consistente, compreensão e solidariedade.

Quando o jornalista reconhece o quanto esse é um processo realmente difícil e evita discriminar esses jovens, torna-se possível criar um espaço sincero de diálogo, sustentado pelo respeito aos usuários e a seus direitos. A partir da ótica da solidariedade, podem ser veiculadas dicas, sugestões, experiências de gente que conseguiu deixar o hábito ou aprendeu a lidar com ele de forma menos destrutiva. Esse enfoque praticamente não aparece na cobertura realizada atualmente seja pelos veículos da Grande Mídia, seja por aqueles da Mídia Jovem.

Nesse sentido, também é importante ressaltar que dialogar com o adolescente a partir de uma reportagem centrada em números é um “vício” jornalístico. Como resultado, muitas matérias parecem ser dirigidas mais ao técnico ou ao educador do que aos adolescentes.

O problema é que esses estudos e pesquisas não costumam ser elaborados para que os adolescentes os consultem diretamente, e sim para leitura de quem está trabalhando com esse público. Por isso os editores ou produtores, especialmente aqueles da Mídia Jovem, devem ser comedidos na veiculação desse tipo de dado.

Melhor uso é feito quando se busca aí orientação ou inspiração para as pautas. E no caso de um boletim ou pesquisa recente, é possível utilizar os números como gancho factual, para depois, ao longo da reportagem, repercuti-los entre os jovens e especialistas.

## Roda de debates

Um recurso que vem sendo adotado com certa frequência em muitos veículos de Mídia Jovem é a chamada “roda de debates”, onde se reúne um grupo de adolescentes para discutir um determinado tema. De maneira geral, essas discussões são muito ricas, oferecendo espaços para opiniões bastante diversificadas ou polêmicas por parte dos convidados.

No entanto, há pontos fracos que merecem ser objeto de reflexão. Em várias ocasiões fica evidente a dificuldade dos adolescentes em aprofundarem o diálogo sobre as questões propostas. Esse impasse não se limita ao tratamento das questões relacionadas ao Tabaco e ao Álcool – ele vem comprometendo o debate sobre diversas boas temáticas pautadas pela Mídia Jovem nos últimos anos.

Dois fatores precisam ser levados em conta nesse processo. O primeiro é a seleção correta dos jovens debatedores: o convidado deve ter algum conhecimento do assunto em foco e contar com boa capacidade de expressão; o grupo reunido deve ter perfil heterogêneo, em termos sócio-econômicos, culturais, de gênero, de etnia etc. O jornalista, por sua vez, deve estar qualificado a mediar a conversa, instigando a continuidade das boas idéias e depoimentos que geralmente costumam marcar o início das atividades.

Caso não se sinta suficientemente preparado para exercitar esse perfil, o profissional de Mídia Jovem pode sempre buscar o suporte de um educador ou especialista. Nunca, entretanto, deveria entregar o grupo de jovens – e o resultado de sua matéria – à própria sorte.



É interessante notar que a Grande Mídia usa menos adjetivos para caracterizar os adolescentes do que a Mídia Jovem. Também é preocupante observar que os veículos direcionados aos adolescentes muitas vezes usam linguagem pejorativa ao se referir a eles. Expressões como “viciado” e “bêbado” aparecem em várias matérias, conforme atesta a pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura de Tabaco e Álcool ao longo de 2001.



Tanto a Mídia Jovem quanto a Grande Mídia ignoram nas matérias sobre Tabaco e Álcool questões de raça e etnia. Em ambos os casos, nenhuma reportagem faz menção a esses aspectos. Questões de gênero aparecem apenas em 2,1% dos textos da Grande Mídia e em 1,6% das matérias da Mídia Jovem.

## O OUTRO LADO DO BALCÃO

**O médico Jairo Werner é professor de Psiquiatria Infantil da Universidade Federal Fluminense (UFF) e de Prevenção de Drogas da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Além disso, coordena o GEAL – Grupo de Estudo e Tratamento do Alcoolismo e Outras Dependências da UFF.**

*Quais são os principais equívocos cometidos no noticiário sobre drogas lícitas? Por que esses erros acontecem e como evitá-los?* Um grande equívoco do senso comum em relação ao Tabaco e ao Álcool é não considerá-los como drogas. Outro grande equívoco é a “medicalização” do uso de drogas, ou seja, atribuir-se, primariamente, a causas biológicas ou psicológicas individuais, um fenômeno que é basicamente social e cultural. Costuma-se focalizar o noticiário nos efeitos físicos das substâncias e não no seu significado social – ou seja, no motivo que leva qualquer substância a ser usada, e se tornar forma de expressão individual, mediando a relação do sujeito com a sociedade.

*Como é a sua relação com os jornalistas que cobrem essa área? Acredita que eles estão mais preparados hoje do que no passado?* Normalmente, os jornalistas nos procuram por meio da Universidade, o que já indica preocupação com a seriedade da informação.

Infelizmente, existem poucos profissionais (inclusive médicos e jornalistas) preparados para informar sobre o tema. Em geral, prevalece o senso comum, o interesse e a opinião pessoal de cada um, a partir da própria experiência com a substância. Assim, como o jornalista depende muito da fonte de informação, muitas vezes são veiculadas mensagens contraditórias e, em alguns casos, superficiais e sensacionalistas. A grande dificuldade é que a cobertura sendo assistemática, desigual, ocasional impede o estabelecimento de fluxo contínuo de informação na imprensa – que poderia contribuir para a co-construção de base conceitual capaz de re-significar o uso social do Álcool e do Tabaco e tornar os potenciais consumidores menos vulneráveis ao seu uso.

*Na sua opinião, o que os jornalistas devem fazer para melhorar a cobertura?* Além de recorrer a fontes diversificadas e qualificadas, o jornalista precisa ter meios para localizar a informação obtida no quadro geral de referência sobre o uso de drogas – no qual encontramos três grandes grupos de abordagens: a ético-moralista, a clínico-individualista e a sócio-cultural.

Nesse sentido, considero que há necessidade de se ultrapassar as duas primeiras concepções, que têm dominado esse campo, tanto no que se refere à prevenção quanto ao tratamento. Na perspectiva ético-moralista, a relação do sujeito com a droga é vista e tratada de forma mecânica, enfatizando os efeitos das drogas sobre uma

pessoa considerada passiva, mero fruto do meio, que precisa ser condicionada, controlada externamente. Na concepção clínico-organicista/individualista, a relação entre o sujeito e a droga é vista pelo viés do indivíduo, ou seja, centra-se na estrutura individual do sujeito, de forma psicologizante ou biologizante.

Já a abordagem sócio-cultural considera que todos os aspectos da relação do sujeito com a droga, mesmo os biológicos, são processos mediados e transformados pela sociedade, sendo a mídia um dos principais elementos constitutivos dessa sociedade. De posse desse quadro de referência, o jornalista pode atuar criticamente em relação à informação, tendo consciência de que, dependendo da ênfase e do enfoque dado a determinado aspecto da matéria, ele estará, necessariamente, contribuindo para reforçar e difundir determinada concepção e abordagem sobre o tema.

*E o papel das fontes?* A maneira mais eficaz de garantir a qualidade da informação é nos colocarmos à disposição do jornalista, vendo-o como interlocutor privilegiado, pois ele é formador de opinião e pode efetivamente contribuir para aumentar a visibilidade social mais adequada sobre o tema. O diálogo com o jornalista deve ir além da mera informação. Precisa colocar, sempre que possível, o que está fundamentando conceitualmente essa informação. Ou seja, não considerar o jornalista como mero transmissor mecânico dos fatos fornecidos, mas como divulgador ativo e crítico, capaz de socializar a informação, transformando-a em bem público.

## PROTAGONISMO EM FALTA

Um fator a mais no complicado quadro das questões associadas ao consumo do Tabaco e do Álcool por parte do público adolescente e jovem é o fato de serem muito raros os projetos de Participação/Protagonismo Juvenil que atuam nessas duas áreas. Não faltam grupos contribuindo com educação, criando arte, promovendo os direitos humanos e mesmo trabalhando a questão do HIV e multiplicando informações sobre sexualidade e gravidez. Mas quando o foco se concentra no uso de drogas – sejam elas lícitas ou ilícitas – é evidente a dificuldade de uma ação mais direta, de jovem para jovem, mesmo no contexto preventivo.

Esse problema acaba também bloqueando o que seria uma boa via de acesso da imprensa como um todo, e mais particularmente da Mídia Jovem, aos temas cigarro e bebidas. Afinal, de maneira geral os suplementos de jornais e as revistas têm uma grande sensibilidade para as ações de protagonismo – movidas por jovens, a partir de temáticas de seu real interesse. Esses veículos não têm dificuldade em reconhecer que aí reside uma boa pauta e que é possível falar de uma forma mais eficaz para o adolescente quando se utiliza desse tipo de ponte, centrada no fazer criativo e construtivo de seus próprios pares.

### Uma questão de confiança

Mas, afinal, onde estão esses grupos, quando o foco central das atividades se volta para o cigarro e as bebidas alcoólicas? A resposta é que os desafios para esse tipo específico de ação não são pequenos.

É bom que os adolescentes compartilhem expectativas, dúvidas, confusões e medos com os seus pares. Mas os jovens multiplicadores precisam tomar cuidado para não perder a espontaneidade, apelar para o juízo de valor ou serem confundidos como os “dedos-duros” da turma. Um dos caminhos para esquentar o debate sobre as drogas é discutir os riscos que corremos quando fazemos as coisas que mais gostamos, em vez de iniciar o bate-papo com o assunto mais polêmico.

Uma das poucas experiências envolvendo a abordagem dos temas ligados às drogas foi implementada, em 2001, pelo projeto *Capacitação em Protagonismo Juvenil*, do Ministério da Saúde. Para estimular a ampliação e o desenvolvimento da participação juvenil, a Área de Saúde do Adolescente e do Jovem capacitou educadores, profissionais de saúde, assistentes sociais e integrantes de ONGs que atuam com adolescentes, qualificando-os para trabalhar na formação e apoio de jovens protagonistas.

### Artigo

#### O DOM DA PALAVRA

*por Giovanna Quaglia, Fábila Prates, Doralice Oliveira Gomes,  
Karina Amaral e Marcus Vinícius Silva Gomes\**

Freqüentemente palavras que utilizamos no dia a dia para nos referirmos a determinadas pessoas ou situações estão desatualizadas ou até mesmo carregam fortes doses de preconceito. Isso porque muitos termos vão sendo revistos, questionados e modificados à medida que avançam as reflexões e as práticas em uma determinada área profissional.

Em relação ao universo das drogas, por exemplo, a expressão *drogado*, muito utilizada até algum tempo atrás, passou a ser considerada incorreta porque reduzia o indivíduo – com toda a sua multiplicidade e complexidade – ao fato de ser consumidor de uma certa substância. Questionou-se, também, que a designação *drogado* não diferenciava os usuários iniciais dos que faziam uso esporádico e mesmo dos usuários mais comprometidos. A terminologia vem então sendo modificada: já foram usadas as expressões *dependente químico*, *usuário de drogas* e, recentemente, *pessoas com prejuízo pelo uso de drogas*.

As palavras que são questionadas e modificadas geralmente acabam sendo incorporadas ao uso coloquial, porém num processo extremamente lento e irregular, pois as novas terminologias atingem determinados segmentos, mas não outros. Assim, quando a população finalmente se apropria de um novo termo, muitas vezes um mais adequado já foi proposto, tal é a morosidade desse fluxo de mudança na linguagem.

## O significado e a prática

Aos profissionais que lidam com uma determinada população, cabe buscar acompanhar essas mudanças, até porque serão os principais agentes difusores dos termos mais atualizados/apropriados. O pronto acesso a essa informação – por meio da participação em eventos específicos ou leitura de material atualizado, por exemplo – se justifica porque tão logo os termos são questionados, também começa a ser revista não apenas a compreensão que se tem deles, mas em especial as práticas a eles associadas.

Algumas perguntas auxiliam na real percepção desse quadro. Revisitando o termo *drogado*, por exemplo: O que se pensa sobre um drogado? Quem é ele? O que se espera dele? O que devemos fazer para ajudá-lo? Estas perguntas – e também as respostas verbais e práticas que elas acabam suscitando – seriam bem diferentes caso fossem utilizadas expressões mais adequadas, como a atual *pessoas com prejuízo pelo uso de drogas*. Esse conceito tem o poder de humanizar a situação, situando a questão do uso de drogas em um momento e condições específicos da vida daquele indivíduo.

Essa mesma reflexão pode ser expandida para uma série de outros termos inadequados e também bastante utilizados. Entre os exemplos mais comuns, temos *delinqüente*, *viciado*, *pervertidos*, *marginais*, *adolescente infrator*, *menores*, *alcoólatras*, *bêbados*, *grupo de risco*, *aidético*...

Em meio a essa babel de termos, não devemos esquecer a cota de responsabilidade merecidamente atribuída à mídia: um sério agravante é que a maioria das palavras desatualizadas,

incorretas ou preconceituosas segue fazendo parte do vocabulário cotidianamente utilizado pelos meios de comunicação das mais diversas regiões de nosso País.

*\*Giovanna Quaglia é psicóloga e psicanalista lacaniana, com especialização em farmaco-epidemiologia. Atualmente desenvolve a pesquisa A Construção da Imagem da Droga pela Mídia.*

*Doralice Oliveira Gomes é psicóloga, especialista em Terapia Comunitária, com atuação junto a adolescentes em conflito com a Lei.*

*Fábia Prates é jornalista formada pela PUC Minas. Trabalhou nos jornais Folha de S. Paulo e Valor Econômico.*

*Karina Amaral é jornalista, formada pela PUC de Minas Gerais.*

*Marcus Vinicius Silva Gomes é graduando em Ciência Política pela Universidade de Brasília*

Todos os autores são integrantes da equipe técnica da Secretária Nacional Antidrogas (Senad).

## UM OUTRO OLHAR SOBRE A COBERTURA

**Uma análise realizada por pesquisadores do Cebrid\* em 502 textos publicados na mídia impressa brasileira durante o ano de 1998 sobre drogas e saúde mostrou uma falta de sintonia entre o enfoque da imprensa e a realidade do consumo dessas substâncias no País.**

Segundo o levantamento, os psicotrópicos mais frequentes nas manchetes dos principais jornais brasileiros foram o Tabaco (18,1%), os derivados da coca (9,2%), a maconha (9,2%) e o Álcool (8,6%), tendo merecido menos destaque drogas como as anfetaminas (3,2%), os ansiolíticos (0,8%) e os solventes (0,2%). Na opinião dos pesquisadores, o retrato feito pela mídia não leva em conta a prevalência do uso de drogas entre os brasileiros: "O Álcool é o psicotrópico mais consumido pela população e o responsável pelos maiores índices decorrentes do uso, contexto este que justificaria sua primeira colocação no *ranking* da imprensa". Essa pesquisa do Cebrid também chama a atenção para a pouca presença dos solventes no noticiário sobre drogas ao longo de 1998.

### **Publicidade sofisticada**

De acordo com o estudo, "há um evidente descompasso entre a mídia e a saúde no que diz

respeito ao conjunto de informações que a população recebe sobre drogas ilícitas (maconha, cocaína, entre outras) em comparação com as lícitas (Álcool e Tabaco)". Segundo os pesquisadores, ao mesmo tempo em que a população recebe uma série de dados sobre a violência ligada ao tráfico e sobre os "perigos das drogas", é alvo de sofisticadas propagandas para estímulo da venda/consumo de bebidas alcoólicas, por exemplo.

A pesquisa também detectou que a maior parte dos textos jornalísticos privilegia, em sua abordagem, os prejuízos decorrentes do consumo de drogas (80,3%). A única exceção foi a maconha, para a qual predominam as reportagens sobre os benefícios terapêuticos de seu uso. A dependência foi a "consequência para a saúde" mais citada nos artigos – aparece em cerca de 46% da amostra. Os aspectos relacionados à legislação foram comentados em 26% das matérias e a prevenção também foi mencionada em 26%.

### **Destaque para o emocional**

Outra conclusão interessante dessa pesquisa diz respeito ao enfoque emocional presente nos artigos analisados. De acordo com os cientistas, "embora os jornalistas escrevam textos aparentemente isentos de julgamentos pessoais, é notória a tendenciosidade dos temas abordados".

Tal ênfase, segundo eles, se torna ainda mais evidente em textos elaborados por outros profissionais e especialistas, que incluem nos artigos visões pessoais sobre o problema, retratando, não raro, a situação de forma alarmante. Alguns exemplos: "Trata-se de um abismo"... (extraído de um artigo escrito por um médico), "O uso de drogas..., é um bom exemplo do horror..." (texto de um psicanalista), "O flagelo da droga" (por um economista).

### A mídia como aliada

Na opinião dos pesquisadores, o papel da imprensa nas estratégias preventivas é fundamental e pode representar uma interessante alternativa para os próximos anos: "Dentro desse contexto, torna-se essencial o estabelecimento de parcerias entre os profissionais interessados, especialmente os jornalistas e os especialistas em prevenção ao uso indevido de drogas, para que se possa abrir debate sobre a questão".

*\*O estudo, intitulado Psicotrópicos, Saúde e a Imprensa Brasileira, foi realizado por Ana Regina Noto, Solange A. Nappo e José Carlos F. Galduróz, pesquisadores do Cebrid; Murilo C. Baptista, pesquisador do Departamento de Psicobiologia da Universidade Federal de São Paulo; Silene T. Faria, jornalista, e Elisaldo A. Carlini, diretor do Cebrid.*



Dos textos da Grande Mídia que apresentam adolescentes de 16 a 18 anos, 54,3% falam sobre Álcool, aponta a pesquisa coordenada pela ANDI sobre a cobertura de drogas lícitas em 49 grandes jornais e nos veículos da Mídia Jovem em 2001. O grupo mais associado ao consumo de cigarro, na Grande Mídia, é o de 12 a 15 anos (40% das matérias). Mas é bom lembrar que 77% dos textos da Grande Mídia não mencionam nenhuma faixa etária.



Na Mídia Jovem, o cenário é parecido: 53,8% das reportagens que citam a faixa etária de 16 a 18 anos falam sobre o uso de bebidas alcoólicas. O grupo mais associado ao consumo de cigarro, a exemplo do que ocorre na Grande Mídia, é o de 12 a 15 anos (55,6% das matérias). Na Mídia Jovem, também é alto o índice de textos que não citam nenhuma faixa etária: 65,6%.



O protagonismo juvenil é um tema que pouco aparece nas reportagens sobre Tabaco e Álcool. Na Grande Mídia, apenas 2,1% dos textos abordam esse assunto. Na Mídia Jovem, o percentual é de 3,1%.

## COLUNAS DE CONSULTA IGNORAM OS DESAFIOS DAS DROGAS

Ao falar sobre o consumo de Tabaco e Álcool na adolescência, o jornalista encara alguns obstáculos característicos de temas ainda cercados de tabu, como as drogas (lícitas ou não), a sexualidade, o prazer e outras questões de ordem psicológica. As *Colunas de Consulta* – seções de perguntas e respostas, veiculadas nos jornais, revistas e programas de rádio e TV – têm se mostrado um instrumento eficaz para driblar o moralismo e esclarecer dúvidas sobre assuntos que muitas vezes os jovens não discutem com a escola, a família ou até mesmo com os próprios médicos, por pura timidez ou falta de abertura.

O formato diferenciado das *Colunas de Consulta* permite a contextualização da informação, pois as perguntas/respostas partem do enfoque mais pessoal para influir no coletivo, muitas vezes indo além do que as pautas das reportagens costumam cobrir. No entanto, essas seções ainda enfrentam importantes desafios de linguagem, estrutura, edição e conteúdo.

Uma dessas lacunas diz respeito precisamente ao enfoque dos temas associados às drogas, conforme constatou o projeto *A Mídia como Consultório? – uma análise técnica e jornalística das perguntas e respostas sobre saúde*

e sexualidade na mídia impressa e eletrônica, realizado pela ANDI em parceria com o Unicef, a Coordenação Nacional de DST e Aids do Ministério da Saúde e a ONG Central de Projetos, com apoio da Unesco. Com o intuito de valorizar a missão das *Colunas de Consulta* – informar o adolescente/jovem e estimular seu senso crítico, autocuidado e tomada responsável de decisões – o projeto analisou seções de 33 meios impressos e eletrônicos de todo o Brasil (Mídia Jovem e Grande Mídia). O estudo focalizou o período entre setembro de 2001 e março de 2002.

Os resultados apontam que, de maneira geral, as perguntas preservam o anonimato do consultante e apresentam respostas com abordagem direta e didática. Entretanto, é muito preocupante constatar que as questões sobre drogas ocupam o último lugar no *ranking* dos temas abordados. Apenas uma dúvida sobre maconha foi veiculada entre as perguntas dos consultantes de 10 a 25 anos. Nessa faixa etária, nenhum aspecto dos temas ligados ao Tabaco ou ao Álcool mereceu atenção.

A maior parte das dúvidas analisadas teve como foco Questões Psicológicas e de Comportamento. Em seguida vieram aquelas sobre Sexualidade e sobre Saúde em geral. Completam a lista as questões sobre os temas Gravidez, Saúde Reprodutiva e Sexual, DST/Aids, Família e Orientação Afetivo-Sexual. Desse quadro, é possível deduzir que o adolescente não se sente à vontade para endereçar diretamente à mídia perguntas sobre as drogas. O problema pode estar no fato de que não há receptividade a suas questões (será que ele pergunta, mas sua dúvida não é veiculada?). De qualquer forma, as *Colunas de Consulta* são hoje mais um espaço editorial em que a imprensa brasileira perde a chance de gerar contribuições consistentes ao debate sobre as drogas.

## Recomendações para as Fontes de Informação

**A qualidade da cobertura jornalística sobre determinado tema não é uma responsabilidade só dos profissionais de imprensa. As fontes cumprem um papel fundamental nesse processo. Elas devem ter consciência de que a informação é um bem público, que precisa ser compartilhado com a sociedade. A seguir, algumas orientações para que esses atores possam melhor desempenhar sua missão.**

● Organizações governamentais, não-governamentais e do setor privado devem contribuir para o aprimoramento profissional de repórteres e editores da Grande Mídia e em especial da Mídia Jovem. Para exercer de forma competente a dupla função de informar e contribuir para a formação de seu público leitor/telespectador, o jornalista da Mídia Jovem necessitaria estar em processo contínuo de qualificação. Cabe a ele, afinal, ganhar intimidade com um vasto conjunto de questões do universo da adolescência e/ou juventude. E em áreas de maior responsabilidade, como as relativas a Álcool e Tabaco, cabe ao repórter construir os diferenciais da matéria, trazendo à superfície um certo aspecto da pauta mais atraente para seu público, convidando-o à reflexão. Desse modo, deveria fazer parte do perfil de sua função tempo e habilidades para pesquisar, ler, investigar, diversificar fontes e participar de cursos, seminários

e *workshops* para desenvolver novas abordagens – ferramentas que podem ser oferecidas pelas fontes em parceria com os veículos de comunicação.

● As fontes de informação comumente desconhecem a rotina dos jornalistas: sempre correndo contra o relógio devido aos rígidos horários de fechamento das edições, obrigados a escrever sobre temas diversos num mesmo dia. A dificuldade de acesso a dados confiáveis e a escassez de informações disponíveis agravam o problema. É fundamental que os profissionais de saúde, os técnicos do governo e os representantes das ONGs estejam mais conscientes do papel central representado pela mídia na mobilização da sociedade para as grandes causas do País.

● O profissional de saúde também deve estar ciente de que o jornalista geralmente conhece muito pouco dos temas que serão discutidos na entrevista. E que uma marca das redações é a alta rotatividade de pessoal. Assim, é essencial que a fonte seja paciente, pois durante a conversa provavelmente estará educando um novo jornalista a respeito daquilo que lhe soa como o mesmo velho assunto.

● As fontes devem adotar um comportamento mais pró-ativo no seu relacionamento com a mídia. É importante estar presente na vida das redações

não apenas em momentos como o da deflagração de uma campanha ou na divulgação de um estudo. Os especialistas também devem provocar pautas, sugerindo a abordagem de assuntos que estão sendo pouco cobertos, convidando esses profissionais para visitar sua instituição e para participar de algumas atividades do cotidiano da entidade.

● Um conselho básico, mas que muitas vezes passa despercebido. É importante dar retorno para o jornalista. Muitas informações saem publicadas erradas porque, mesmo sem esclarecer diversos pontos com os especialistas, o jornalista acaba publicando a matéria. Isso ocorre com frequência em virtude de o tempo do repórter ser sempre curto e de ele querer ser atendido com rapidez. Quando o especialista não tem tempo hábil para conversar com o jornalista, o ideal é que indique um ou mais colegas capazes de falar sobre aquele assunto. Nos casos em que a instituição dispõe de assessoria de imprensa, esse meio de campo fica mais fácil. A assessoria pode viabilizar a entrevista com outro especialista ou apurar dados importantes junto à instituição e repassá-las diretamente ao jornalista.

● Também é um desafio para as fontes de informação auxiliar os jornalistas na tarefa de produzir matérias esclarecedoras e menos sensacionalistas sobre o tema das drogas lícitas. É importante mostrar para aqueles repórteres que já vão para a entrevista com uma pauta pronta e idéias preconcebidas sobre o assunto que a

questão tem outros lados, também interessantes e importantes de serem abordados. Esse é um diálogo que muitas vezes se mostra difícil e nem sempre rende frutos no primeiro encontro. Portanto é fundamental que as fontes mantenham um contato mais constante com os jornalistas que cobrem essa área, sem que seja necessariamente para dar entrevistas.

● Na conversa com os jornalistas, os especialistas devem fazer um esforço para explicar os conceitos de forma clara, objetiva e em linguagem leiga. Optar por respostas curtas é um meio de diminuir a possibilidade de equívocos nas matérias. Outra dica: sempre que possível, é melhor conceder entrevistas pessoalmente do que por telefone. Além de estreitar os laços entre fonte e repórter, o contato pessoal também enriquece a conversa e ajuda a evitar eventuais problemas de comunicação.

● As fontes devem ajudar o profissional de comunicação na leitura dos dados das pesquisas sobre drogas. Muitas vezes, as matérias saem equivocadas porque o repórter não conseguiu compreender o significado das estatísticas. Uma importante ferramenta nesse processo é examinar, junto com o jornalista, o questionário da pesquisa. As informações ali presentes ajudam a entender melhor os resultados descritos.

● A fonte não deve esperar que uma entrevista de mais de uma hora de duração ocupe uma página inteira do

jornal. É importante entender que há limitações de espaço na mídia e que os textos publicados na imprensa não têm a profundidade daqueles veiculados em revistas ou jornais especializados.

● Muitas vezes, ao falar sobre drogas lícitas na adolescência, os especialistas priorizam apenas o enfoque na prevenção – o que é fundamental –, mas acabam esquecendo de abordar outros aspectos do fenômeno. Ocorre que muitos adolescentes já fumam ou bebem desde os 12, 13 anos e, quando lêem matérias que exploram apenas esse lado da questão, não se vêem representados nessa realidade. As fontes não devem deixar de focar a prevenção. Seria importante, porém, que agregassem às explicações para os jornalistas informações sobre, por exemplo, experiências de redução de danos em drogas lícitas.

● É importante que a fonte não assuma uma postura de superioridade perante o jornalista. Esse tipo de comportamento não ajuda o profissional da imprensa a compreender melhor o assunto em questão. Ao contrário. Pode dificultar o relacionamento e comprometer a qualidade da informação.

● O especialista não deve exigir, como condição para dar entrevistas, a leitura do texto do jornalista antes de ele ser publicado. O princípio que deve nortear o relacionamento entre a fonte e o repórter é o da confiança. Além disso, há outros mecanismos capazes de evitar que uma informação saia errada na imprensa.

Durante a conversa com o jornalista, o especialista deve tentar esclarecer todos os pontos do tema com o profissional. Também é importante que a fonte se coloque à disposição para explicar outras dúvidas que podem surgir depois da entrevista.

● Sempre que possível, o especialista deve dar ao jornalista material de suporte para a construção da reportagem. Oferecer textos por escrito (como resumos de pesquisas ou artigos já publicados em revistas especializadas), gráficos e tabelas ajudam muito o repórter na hora de escrever a matéria. Vale também indicar livros, sites, estudos e outras ferramentas capazes de ajudar os profissionais que estão nas redações a entender melhor o fenômeno.