

COMO OS JORNALISTAS
COBREM TRATAMENTOS E
PROCEDIMENTOS EM SAÚDE

Cenário atual

A indústria da saúde é uma das que mais crescem

Nos EUA, 16% do Produto Interno Bruto é gasto em saúde

Avanço para os países em desenvolvimento

Setor deve movimentar U\$ 130 bilhões em 2012 no Brasil

Brasil é o nono maior consumidor de medicamentos

Os problemas

- Remédios retirados do mercado por conta dos riscos (Vioxx, rimonabanto)
- Uso off label de drogas
- Procedimentos desnecessários (overtreatment)
- Procedimentos sem fortes evidências (cirurgia robótica)
- Conflitos de interesse
- Falta de acesso (20% da população)
- Judicialização
- Falta de capacitação/corre-corre diário

Avaliação da cobertura de saúde

Projeto HealthNewsReview.org (2006)

- **Monitora os 50 maiores jornais nos EUA, Associated Press e três revistas (Time, Newsweek e US News & World Report)**
- **Semanalmente, avaliação de três canais de TV, ABC, CBS e NBC**
- **Equipe de 28 pessoas - médicos ou pesquisadores, jornalistas e paciente**

- **Financiado pela Foundation for Informed Medical decision making**

Metodologia

- Para ser elegível de avaliação, a história deve tratar de produtos ou procedimentos de saúde (remédio, devices, testes diagnósticos ou de screening, procedimento cirúrgico, recomendação dietética, vitaminas, suplementos).
- São utilizados dez critérios, validados pela Association of Health Care Journalists e Australian and Canadian Media Doctors
- Para cada um dos critérios, a história recebe uma nota de "satisfatória", "insatisfatória", "ou não aplicável". O time de revisores é composto por médicos, pesquisadores da área médica e de saúde pública e jornalistas.

Os dez critérios

1. Discussão adequada de custos

Por que é importante?

- pagamos por isso
- nem todos podem pagar (um a cada cinco pacientes não compra a droga prescrita porque não pode pagar por ela)
- 70% das reportagens não discutem custos

2. Quantificar os benefícios

Reportagens devem tratar do tamanho real dos potenciais benefícios do novo tratamento. Devem explicar os benefícios em termos absolutos e não relativos.

- Muitas histórias usam a redução do risco relativo ou do benefício estimado sem os dados absolutos. Isso acaba supervalorizando os benefícios de uma droga, por exemplo

É dever do jornalista citar os dados brutos e enfatizar a redução do risco absoluto (Steve Woloshin e Lisa Schwartz (Dartmouth/VA Outcomes Research Group/Vermont)

É o mesmo que ter um cupom de 50% de desconto em uma loja de departamento, mas você não sabe para quais itens vai poder usá-lo. Um colar de diamantes ou apenas um pacote de chicletes? Sem dizer o valor desse cupom (números absolutos), essa informação (50%) não significa nada.

3. Explicar adequadamente e quantificar os potenciais riscos

As histórias devem dar um retrato completo dos potenciais riscos e quantificá-los em termos absolutos

4. Comparar a nova ideia/tratamento/droga com as alternativas existentes

É preciso deixar claro o que já existe, o motivo pelo qual o novo é melhor e se já existem dados consolidados de que realmente funciona

5. Procure por fontes independentes e deixe claro potenciais conflitos de interesse (disclosure)

Jornalismo de saúde envolve múltiplos interesses. É recomendável

ouvir fontes isentas, sempre que possível. Sugestão: disclosure

6. Evite divulgar as chamadas "disease mongering"

Jornalistas devem evitar a promoção de medicalização para

peças normais (síndrome das pernas inquietas, calvície, baixa estatura).. Muitas "doenças" são criadas e propagadas objetivos comerciais. Sugestões de livros: [Selling Sickness and Overtreated](#)

7. Revisar a metodologia do estudo ou a qualidade da evidência.

A reportagem deve refletir o entendimento que nem todos os estudos são iguais.

Jornalistas frequentemente falham em explicar a limitação dos estudos epidemiológicos ou observacionais

Não podem estabelecer causa e efeito

Qualquer relação é pura especulação

Podem apontar uma forte associação estatística mas não provar que A causa B ou se você fizer A estará protegido de B.

Se eu comer peixe, terei menos riscos de doenças cardíacas? .

8. Estabelecer verdadeira "novidade" do produto ou procedimento

Muitos "novos" produtos ou procedimentos não são realmente novas. Pode ser apenas uma variação de uma droga ou de um equipamento já existente que é "repaginado"

9. Estabelecer a disponibilidade do produto ou do procedimento

Muitas reportagens tratam de produtos ou procedimentos que ainda estão na fase de estudos clínicos. É preciso deixar claro se a Anvisa já aprovou e se os planos de saúde ou o governo pretende incorporá-los. Histórias que fazem previsões são consideradas insatisfatórias.

10. Quem está promovendo? Não confiar cegamente em pré-releases

O jornalista pode usar um release para seu conhecimento, mas não deve se basear nele ou nas fontes sugeridas por ele para escrever a matéria. É preciso procurar fontes independentes.

- Mesmo releases de periódicos científicos têm problemas: exagera nos benefícios e “escondem” as limitações (Steve Woloshin e Lisa Schwartz)**

Desafios

- **Capacitação dos jornalistas (avaliação de estudos, EVITAR reducionismo da informação)**

**Conflitos de interesse/excesso de diagnóstico: a quem interessa?
Qual a intenção da fonte?**

- **Vivemos a era da ideologia da tecnificação, valorizamos o novo o tempo todo. E, na maioria das vezes, além do novo não ser melhor que o velhos, pode causar danos.**
- **Poderosa indústria da saúde (remédios, diagnósticos, de equipamentos). Doenças são fabricadas a cada ano para abastecer esse mercado.**
- **Judicialização da saúde**

Obrigada!!

claudia.collucci@grupofolha.com.br















