

FOSFOETANOLAMINA SINTÉTICA: A REPERCUSSÃO DA "PÍLULA DO CÂNCER" NO YOUTUBE

Luís (Luís) (/proceedings/100058/authors/345677)¹; Marina Ramalho (Marina Ramalho) (/proceedings/100058/authors/345678)¹; Eduardo Augusto de Souza Barreto Rosario (Eduardo Augusto de Souza Barreto Rosario) (/proceedings/100058/authors/345679)¹

3Fdestination%3D/saude-coletiva-2018/papers/fosfoetanolamina-sintetica--a-repercussao-da----pilula-do-cancer----no-youtube)

Apresentação/Introdução

O final do ano de 2015 foi marcado pela repercussão na mídia do Brasil e do exterior da polêmica em torno da Fosfoetanolamina Sintética, substância que era produzida e distribuída a pacientes com câncer pela Universidade de São Paulo desde meados da década de 1990, até uma portaria publicada pela instituição proibir sua produção e distribuição.

Objetivos

O objetivo deste trabalho é analisar como a polêmica foi retratada no YouTube, principal plataforma de vídeos online do mundo, com mais de um bilhão de usuários. Também foi objetivo da pesquisa analisar o papel dos usuários na criação de conteúdos.

Metodologia

Buscamos os 30 principais vídeos em número de visualizações para quatro palavras-chave: "Fosfoetanolamina", "Pílula do Câncer", "Chierice" e "Fosfo", chegando a um corpus de análise de 95 vídeos. Aplicamos análise de conteúdo, com um protocolo de análise criado para esta pesquisa, com base no protocolo da Rede Ibero-americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico e com a inclusão de uma categoria de análise sobre conteúdo gerado por usuários (CGU) e o conteúdo gerado por profissionais (CGP).

Resultados

Dos 95 vídeos, 50 foram classificados como CGProfissionais e 45, CGUsuários, o número total de visualizações dos 50 vídeos CGP é de 1.462.052, enquanto o número de visualizações dos 45 vídeos CGU é de 3.054.754. Chamou atenção a força dos Videoblogs, produções de vídeos pessoais para internet, que são utilizados tanto por divulgadores científicos – que mantêm canais de divulgação científica – como por leigos. O gênero "Videoblog - divulgador científico" contabiliza 12 vídeos, com 1.649.998 visualizações; e o gênero "Videoblog – leigo" classifica 15 vídeos, com 946.697 visualizações. Somadas, as visualizações destas categorias chegam a 2.596.695, sendo 57,48% das visualizações do corpus.

Conclusões/Considerações

Duas considerações importantes a serem feitas são a enorme presença e visibilidade do tema fosfoetanolamina no YouTube – que mostra a relevância para o debate sobre saúde pública de se entender melhor uma ferramenta com tamanho impacto sobre um tema bastante controverso em saúde – e a enorme relevância da divulgação científica feita pelos "vlogs/producers", que com um modelo barato de divulgação científica alcançam milhares de pessoas.

Tipo de Apresentação

Comunicação Oral Curta

Instituições

¹ FIOCRUZ

Eixo Temático

Comunicação e Saúde

