

A MEDICINA COMO MATERIAL DE PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS NO CADERNO VIDA

Beatriz Dornelles

INTRODUÇÃO

Há muitos anos a imprensa escrita dedica algum espaço nas páginas dos jornais para divulgar temas que pertençam à área da saúde. No entanto, apenas após 1980, com o surgimento da AIDS, doença sexualmente transmissível, causada por um vírus que ataca o sistema imunológico, os jornais passaram a dar cobertura sistemática às questões que envolvem a ciência médica.

Com isso, os jornalistas sentiram a necessidade de se prepararem tecnicamente para lidar com o assunto, em função da complexidade dos termos técnicos utilizados pelos cientistas e médicos, que necessitam ser "traduzidos" para uma linguagem compreensível ao público leigo, e do difícil relacionamento estabelecido entre jornalista-cientista. Além disso, sabe-se da dificuldade desses especialistas "pensarem jornalisticamente", o que significa muito mais do que descrever clara e concisamente determinado assunto, pois exige, também, a existência de um "fato", da "notícia" propriamente dita, o que os cientistas têm grande dificuldade para entender. Para eles, tudo o que fazem merece ser divulgado, pois desconhecem o processo de seleção das matérias, que chegam aos milhares diariamente em cada redação de jornal.

Assim, a especialização do jornalista se fez necessária não só para possibilitar a divulgação das pesquisas em busca da cura da AIDS, mas também porque nos últimos anos assistiu-se a uma grande expansão no programa espacial norte-americano, um enorme interesse pela Biomedicina e o gradual reconhecimento de que a ciência e a tecnologia tiveram tanta influência nos assuntos mundiais que não podiam ser ignoradas pelos meios de comunicação.

| | | | | | |
|-----------|--------------|-----|---------|---------------|-----------|
| R.FAMECOS | Porto Alegre | n.3 | p.49-62 | setembro 1995 | semestral |
|-----------|--------------|-----|---------|---------------|-----------|

REVISTA FAMECOS

conforme destacou o jornalista Nils Bruzelius, editor científico do "Boston Globe", durante simpósio realizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT).

Além da evolução desses temas, verificou-se um enorme aumento no noticiário sobre novas tecnologias, desastres ambientais, informática, ciências da terra, engenharia genética e outros. Isso forçou a criação de um espaço fixo nos jornais, reunindo informações diárias sobre esses temas. Surge a editoria de Ciência.

O interesse por assuntos ligados à saúde, alimentação, meio ambiente, informática, técnicas agrícolas e engenharia genética é tão grande que até os pequenos jornais passam a ter editorias para as áreas especializadas. No Rio Grande do Sul, onde se verifica a melhor qualidade de vida da população em relação ao resto do país, essa realidade determinou uma preocupação constante com a cobertura de temas científicos, principalmente aqueles ligados à saúde.

O principal jornal do Estado, a **Zero Hora**, da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), tomou a frente e pioneiramente lançou um caderno semanal, chamado "Vida", dedicado à cobertura do meio ambiente, ciência, tecnologia, medicina e saúde. O caderno foi lançado em agosto de 1991 e permaneceu durante dois anos sob a responsabilidade do jornalista Ivo Stigger, criador do suplemento. A partir de 1993 o novo diretor de redação da **Zero Hora**, Augusto Nunes, retira do Vida a divulgação de temas sobre meio ambiente, ciência e tecnologia, mantendo apenas assuntos ligados à medicina e saúde. O caderno perde em qualidade e diversidade de assuntos, mas mantém seu prestígio junto aos leitores.

Diante desses fatos, esse trabalho objetiva analisar os gêneros do jornalismo praticados na cobertura da área médica no caderno Vida e detectar os objetivos de seus autores. O estudo desse caso será feito a partir de uma pequena amostra, reunindo quatro exemplares do caderno Vida no período de 26 de março a 16 de abril de 1994.

1. JORNALISMO CIENTÍFICO

O jornalismo científico foi conceituado e estudado pela primeira vez no Brasil pelo professor Dr. Wilson da Costa Bueno, em sua tese de doutorado, defendida em 1980 na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo. O ponto de partida desse pesquisador foi diferenciar e conceituar termos que tratam do mesmo objeto de estudo, quais sejam: difusão científica, disseminação científica, divulgação científica e jornalismo científico.

Para Bueno¹, a difusão científica refere-se a todo e qualquer processo ou recurso utilizado para veiculação de informações científicas e tecnológicas, incorporando, assim, a divulgação, a disseminação e o jornalismo científico.

A disseminação científica difere das demais porque ocorre entre os cientistas e pesquisadores, através de códigos especializados (linguagem técnica). É o caso, por exemplo, das revistas científicas.

Já o conceito de divulgação científica é bastante vasto, incluindo-se nele o de jornalismo científico. Entende-se por divulgação científica o envio de mensagens elaboradas mediante a recodificação de linguagens críticas para linguagens compreensíveis, para totalidade do público receptor disponível². Este conceito, no meu entender, adapta-se melhor para a comunicação científica de modo geral do que para o jornalismo científico como um subsegmento, conforme propõe Bueno. O jornalismo científico é uma subclassificação do próprio jornalismo, dentro do que se entende por comunicação, pois suas funções são extremamente distintas da divulgação científica.

Se fôssemos considerar alguma área da Comunicação Social como espécie da divulgação científica, esta seria a Relações Públicas, que tem como fim específico "a difusão parcial de fatos e idéias relacionadas com uma atividade ou serviço, com o objetivo de criar um clima de cordialidade pública favorável a esse serviço"³. Tanto a Divulgação Científica, quanto as Relações Públicas trabalham com a propaganda para desenvolverem suas funções.

No entanto, pela semelhança das técnicas utilizadas por todas as formas de comunicação da ciência, torna-se delicada a tarefa de diferenciar matérias jornalísticas daquelas que respondem a interesses das relações públicas, da propaganda, da publicidade e da própria divulgação científica. Para poder estabelecer um parâmetro diferencial, este trabalho irá considerar as funções que cada área exerce na comunicação em relação ao interesse público.

1.1. Funções da área de divulgação científica

Bueno estabelece em sua tese de doutorado que o jornalismo científico deve cumprir seis funções básicas: informativa, educativa, social, cultural, econômica e político-ideológica. "Para colocar em prática essas funções o jornalista precisa investigar e analisar as repercussões que cada fato científico tem no seio da sociedade. Ele deve ter em mira a responsabilidade social e o dever de posicionar-se criticamente diante da concepção materialista da ciência, denunciando, se necessário, o desenvolvimento de uma pesquisa interessada apenas em satisfazer necessidades humanas até transformar-se num instrumento de ambições nacionalistas e militares e de domínio sobre as consciências individuais"⁴.

Bueno não estabelece conceitos para as demais áreas da comunicação que também lidam com a informação científica, por isso vamos buscar as definições estabelecidas por J. L. Martínez Albertos, em **Curso General de Redacción Periodística**. Para o autor espanhol, a Propaganda tem como

fim específico a difusão de idéias ou doutrinas pela via da sugestão emotiva que objetiva conquistar certo grau de coação sobre os receptores. A Publicidade Comercial tem como fim específico a difusão de uma mercadoria entre os consumidores em um regime de mercado competitivo. Esses conceitos, além das Relações Públicas e da Informação Jornalística, pertencem a uma categoria maior da informação, denominada por Albertos de “**contingente ou publicística**”⁵.

As características comuns a todas elas são: novidade, publicidade, tempestividade e generalização. Albertos explica estes itens da seguinte forma:

“A publicidade da informação contingente (de onde foi retirado o qualificativo publicista) radica no fato da utilização dos meios massivos que convertem em algo público - não secreto ou privado - o conteúdo em opiniões lançado pelo promotor. A tempestividade faz referência à oportunidade que deve comandar o lançamento das mensagens no momento mais adequado para publicação segundo a valorização do promotor. Evidentemente, as mensagens canalizadas através da mídia de massa estão motivadas por razões **contingentes**, práticas, oportunas, de momento: não para servir valores permanentes, como o dogma, a ciência, a arte ou a beleza. Isto se descobre especialmente naquelas manifestações da informação publicística que buscam com particular interesse o impacto contundente em seus receptores - a Propaganda Ideológica ou a Publicidade Comercial -: a eficácia destes fenômenos não radica em sua coerência, mas em sua oportunidade, contingência, tempestividade. A generalização da forma vem imposta pelo fato de que estas mensagens devem referir-se a fatos ou notícias de interesse comum, não só para conteúdos para teoria da notícia - é característica especialmente identificada na informação publicística. É em maior ou menor grau na possibilidade de apresentar algo novo à experiência e à curiosidade dos receptores”⁶.

Para Miguel Urabayen, em *Estructura de la información periodística*, não há propaganda sem publicidade. “Os anúncios comerciais e as relações públicas também são publicidade. Esta consideração genérica se completa por uma característica fundamental:

"A publicidade situa as coisas de modo que as vejamos com bons olhos; as relações públicas buscam os itens mais favoráveis, a propaganda nos acerca com as coisas quase nos empurrando... Nas três áreas predomina a incitação frente à informação. Com efeito, o incitativo da mensagem publicitária constitui o critério principal para distingui-la do jornalístico, não incitativo. Aqui temos a veracidade e exatidão de certas idéias, ou da bondade, ou altruísmo de uma empresa ou personalidade. Elas estão certas de que dão informação verídica, mas com a deliberada intenção de produzir um benefício, não ao sujeito receptor da mensagem, e sim para quem a emite. (...) Assim, revela-se claramente que o problema não radica na exatidão da mensagem publicitária; o problema está na intencionalidade. Na informação jornalística o serviço prestado - satisfazer nosso desejo de nos enterarmos de algo referente à atualidade - se paga mediante o preço entregue pelo leitor. Não deve existir nenhuma incitação oculta na mensagem difundida.

Sendo assim, a grande diferença da informação jornalística para as demais está na forma de lidar com a notícia. O jornalismo tem como fim específico difundir objetivamente fatos e idéias considerados em um momento determinado como notícias. Para melhor compreensão deste conceito é necessário discorrer sobre notícia, o que será feito mais adiante. Antes disso, falemos sobre o jornalismo.

2. O QUE É JORNALISMO

Otto Groth, teórico alemão que em muito contribuiu para o avanço dos estudos científicos do jornalismo, aponta quatro características fundamentais nas notícias contidas nos jornais:

1. Atualidade, o fato que apresenta uma relação com o momento presente.
2. Periodicidade, a repetição regular no tempo das diferentes edições de um periódico.
3. Universalidade, a abordagem dos mais diferentes campos do conhecimento humano que os periódicos realizam com potencial teórico, pelo menos, para abranger todo o leque de conhecimentos possíveis para a humanidade.
4. Difusão coletiva, a circulação dos periódicos por diversificadas camadas sociais, distribuídas geográfica, cultural e economicamente de modo heterogêneo⁸.

Ao falar sobre os pilares fundamentais do jornalismo, Edvaldo Pereira Lima⁹ destaca que “todo conjunto de funções aparentes e reais que o jornalismo desempenha se materializa através da mensagem articulada jornalisticamente. Isto é, obedecendo a preceitos próprios da narrativa jornalística. Porque o jornalismo, que exerce sua função através do relato de ocorrências sociais, materializadas nos veículos de comunicação impressa e na mídia eletrônica, foi com o tempo desenvolvendo uma maneira própria de expressar sua mensagem, se entendermos que o trabalho de universalizar o conhecimento exige, em princípio, uma forma peculiar de tradução das ocorrências para um público disperso e heterogêneo”.

Em decorrência desta necessidade, o jornalismo contemporâneo, caracterizado pela produção estandarizada, em larga escala, que começa a nascer no século passado, a partir das primeiras cadeias de jornais e das agências de notícias formadas nos Estados Unidos e na Europa, encontra a fórmula básica de comunicar no elemento notícia. Esta se transforma, em termos sistêmicos, no catalisador do sistema jornalismo.

A notícia, segundo Pereira Lima, “deve corresponder ao acontecimento real que seja de interesse a pelo menos um grupo importante dentre os segmentos de receptores de uma dada mensagem jornalística. E o item atualidade, no conceito mais moderno, dotado de maior elasticidade do que o formulado por Otto Groth, ganha novas roupagens. Passa a significar a ocorrência que muitas vezes não é rigorosamente atual, mas ganha essa condição seja por um novo fato que “desperta” o interesse público para uma ocorrência antiga, seja por um artifício que a traga para o presente. Neste novo conceito de atualidade, encontram-se muitos fatos que ocorrem na ciência. Antigas teorias estão sendo derrubadas por novas descobertas em todas as áreas do conhecimento. A história está sendo recontada”.

Ainda adotando as palavras de Lima, a notícia, enquanto mensagem articulada no bojo do processo de comunicação jornalística, segue as fórmulas de construção que redundam na simplificação do relato em torno dos seus componentes o que, quem, quando, como, onde e por quê, atendendo à categoria jornalística conhecida como jornalismo informativo. Em virtude disso, essa prática é muitas vezes criticada como superficial e incompleta. Ela, aliás, confunde-se muito com matérias publicitárias ou propagandísticas, que saem dos departamentos de Relações Públicas de diversas empresas.

Buscando atender a necessidade de ampliar os fatos, de colocar para o receptor a compreensão de maior alcance, o jornalismo acabou por desenvolver a modalidade de mensagem jornalística batizada de reportagem. “É a ampliação do relato simples, raso, para uma dimensão contextual. Em especial, esse patamar de maior amplitude é alcançado quando se pratica a grande-reportagem, aquela que possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto, oferecendo, a seu autor ou a seus autores, uma dose ponderável

de liberdade para escapar aos grilhões normalmente impostos pela fórmula convencional do tratamento da notícia, com o lead e as pirâmides invertidas”, como bem destaca Pereira Lima.

2.1. Jornalismo Interpretativo

A reportagem começa a se esboçar definitivamente no jornalismo, atrelada a um novo veículo de comunicação periódica criado nos anos 20 e a uma nova categoria de prática da informação jornalística, que tem seus primeiros passos definidos também nessa época: a revista semanal de informação geral e o jornalismo interpretativo.

O jornalismo interpretativo busca não deixar a audiência desprovida de meios para compreender o seu tempo, as causas e origens dos fenômenos que presencia, suas consequências no futuro. Vai fundamentar sua leitura da realidade na elucidação dos aspectos que em princípio não estão muito claros. Almeja preencher os vazios informativos, conforme terminologia de Luiz Beltrão.

Este gênero de jornalismo, no meu entender, é o que mais se apropria para a cobertura da área médica, pois na maioria das vezes os temas abordados pelos repórteres da editoria de Ciência são totalmente desconhecidos do público, necessitam ser esclarecidos e contextualizados dentro de uma gama de informações que totalizam o universo de recursos capazes de melhorarem a saúde da população, entendida globalmente, ou seja, corpo, mente e alma.

O jornalismo informativo, como se pôde observar numa análise de material publicado por diversos jornais, se utilizado como gênero do jornalismo científico resulta numa cobertura propagandística, que acaba seduzindo os leitores sobre a eficiência de determinada técnica, medicamento ou competência profissional do médico, levando-os a tomarem atitudes com relação à saúde que podem resultar em enormes prejuízos ao indivíduo, podendo, inclusive, levar à morte do leitor. É o caso, por exemplo, da divulgação de medicamentos lançados recentemente e que ainda não puderam ser observados o suficiente para que garantam a inofensividade da droga para qualquer organismo, sem o devido acompanhamento médico. Se as informações dessa área não são contextualizadas, destacando-se o devido valor dentre tantos métodos de prevenção, cura ou controle das doenças, além de toda a complexidade que envolve qualquer técnica da Medicina, o resultado é desastroso.

3. ANÁLISE DO CADERNO VIDA

O Caderno Vida, publicado pelo jornal **Zero Hora**, é um suplemento

semanal, com oito páginas, divulgado todos os sábados, contendo informações relacionadas à saúde da população. Sua estrutura é sempre a mesma: a capa contém uma foto ou ilustração de página inteira, com uma chamada para a página central, onde se localiza a principal matéria. No alto da capa, uma chamada pequena sobre a segunda matéria considerada de maior importância.

A página 2 traz uma coluna do escritor e médico Moacyr Scliar. Nela ele comenta a matéria principal do caderno (jornalismo opinativo), ocupando pouco mais que meia página. Abaixo de sua coluna, aparece um Painel, com duas ou três pequenas matérias, geralmente de agências internacionais. A página 3 é dedicada também para um único assunto, geralmente de origem local. As páginas 4 e 5, centrais, tratam de um único tema, onde se tenta explorar o assunto com profundidade, o que depende muito da pauta e do enfoque dado à notícia, como veremos na análise a seguir.

As páginas 6 e 7 concentram quase todos os anúncios publicitários, sobrando um quarto de página para uma pequena matéria, também de agências internacionais. A contracapa geralmente apresenta a segunda matéria mais importante do suplemento, com origem local e temas mais próximos à população gaúcha. Nem sempre, no entanto, isto acontece. Muitas vezes a contracapa é editada com uma matéria de agência internacional, sem repercussão local.

3.1. O material publicado

O Vida do dia 26 de março de 1994 tem como matéria principal a saúde do homem depois dos 50 anos. O enfoque dado à matéria é reducionista, negativista e parcial, pois trata o tema considerando que o único problema do homem nessa fase da vida é a diminuição do desempenho sexual. Os problemas psíquicos e espirituais pelos quais passam o homem são totalmente ignorados. Também o lado positivo da chegada aos 50 anos não é considerado, como, por exemplo, o amadurecimento do homem e a busca pelo companheirismo da mulher, que nesta idade passa a ser prioridade para o equilíbrio emocional do sexo masculino.

O gênero de jornalismo praticado nesta matéria pode ser definido como informativo, porém incompleto, reducionista e sensacionalista. A matéria busca atrair leitores através do "conflito", deixando, no entanto, de apresentar um quadro completo da saúde masculina aos 50 anos. Reduz o problema à questão física, separando o corpo da mente e do espírito, como se isso fosse possível. Nem a própria Medicina trata hoje do ser humano desconsiderando os fatores psíquicos, que tanto interferem na saúde e modificam diagnósticos e tratamentos. Falta, assim, na matéria uma reflexão aprofundada sobre o tema e sua contextualização no estilo de vida levado pelos homens na sociedade atual.

A página 2 desse mesmo dia, além da coluna de Scliar, apresenta uma matéria sobre o Primeiro Congresso Brasileiro sobre Tabagismo, que tem como característica redacional o estilo de Relações Públicas. Provavelmente trata-se de um release da assessoria de imprensa do Congresso. A segunda matéria pode ser definida como uma "publicidade", já que se trata da apresentação propagandística de um guia dos serviços de assistência e orientação para doentes de Aids.

Na página 3 aparece outra matéria propagandística. O texto divulga uma dissertação de mestrado, com poucas características noticiosas, pois o tema já está bastante explorado do ponto de vista da imprensa. A dissertação fala da importância de exercícios físicos para os hipertensos. Não se verifica no texto jornalístico uma postura crítica diante do estudo do médico, diretor técnico da clínica Spa Belém Novo, que pertence à RBS. Mesmo que se suponha tratar-se de uma matéria "encomendada" pela direção do jornal, por razões óbvias, o repórter poderia, por exemplo, ter ouvido o orientador do mestrando e os membros da banca examinadora, o que iria, inclusive, auxiliar para compreender a importância do estudo para o público geral.

A matéria da página 6 não se enquadra no jornalismo. É divulgação científica. Fala sobre uma pesquisa realizada em Atlanta (EUA) sobre possíveis benefícios do vinho para o coração. Não consideramos jornalística a matéria já que deixa muitas perguntas sem resposta, como, relatar, por exemplo, se afinal de contas o vinho protege ou não o coração e se beber vinho diariamente é uma boa prática para prevenção de doenças do coração. Ela funciona apenas como propaganda para o pesquisador ou como divulgação científica.

Já, na página 7, o caderno divulga uma descoberta na área neurológica, identificando-se nela o jornalismo informativo superficial, por não aprofundar o assunto contando, por exemplo, como os cientistas chegaram a tal descoberta e se ela pode servir para alterar o diagnóstico de pacientes com problemas neurológicos.

Na contracapa do dia 26 de março, aparece a primeira matéria com reflexão sobre assuntos da área médica, podendo ser considerada como interpretativa. Ela relata a polêmica que existe em torno da eficácia do AZT, principal droga para o tratamento da AIDS. A matéria não é assinada e não aparece nenhuma indicação de sua origem. Pelo texto, no entanto, é possível deduzir que se trata de uma matéria de agência, possivelmente norte-americana. A abordagem do tema apresenta vários atributos de interesse para a leitura do texto.

Como a maior parte das matérias analisadas no período apresentam o mesmo tipo de problema, ou seja, pouca reflexão ou nenhuma, reducionismo, sensacionalismo, propaganda, relações públicas ou apenas divulgação científica, sem conter os elementos da notícia que caracterizam a matéria jornalística (atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento,

consequências, curiosidade, dramaticidade e surpresa) os seguintes comentários se deterão a matérias que chamaram a atenção positiva ou negativamente.

A matéria de capa do dia 2 de abril de 1994 é lamentavelmente uma grande perda para o jornalismo científico, pois trata-se de uma pauta que, se bem trabalhada, muito teria contribuído social, cultural e educacionalmente. O tema é o fim do trabalho das parteiras. Na capa, ao se ler o texto que acompanha a foto de uma parteira caminhando no interior de um município gaúcho, tem-se a impressão de que o repórter irá mergulhar profundamente na história das parteiras, que tiveram um importante papel social durante décadas. O texto da capa é um trecho da obra "O Tempo e o Vento", de Érico Veríssimo.

Toda a matéria, no entanto, que ocupa duas páginas do caderno (a central), detém-se em dados numéricos e relato dos instrumentos utilizados pelas parturientes no momento do parto. Entende-se que muito pouco se contribui para compreender o trabalho das parteiras relatando apenas quantos partos cada uma realizou em sua vida e que tipo de instrumentos ou objetos utilizava para auxiliar o nascimento de uma criança. O curioso e educativo seria saber por que tais objetos eram usados, de onde saiu o conhecimento dessas mulheres, de que forma elas contribuíram para a Medicina (ou será que o conhecimento empírico dessas técnicas foi jogado no lixo?). Emocional e psiquicamente, como as mães se sentiam ao serem atendidas pelas parturientes? Qual a relação desses sentimentos para os que são vivenciados hoje nos leitos dos hospitais? Observa-se, assim, uma total pobreza de abordagem do assunto em três páginas de jornal, espaço nobre que poderia ter sido bem utilizado para serviços de saúde pública. O melhor gênero jornalístico a ser adotado por esta área - o interpretativo - praticamente não existe. A reportagem de profundidade ou investigativa não é uma prática jornalística que aparece no noticiário das questões que envolvem a saúde pública. O caderno, no período analisado, serviu muito mais para atender expectativas e curiosidades da elite gaúcha do que para a grande parte da população, sem recursos econômicos para buscar o atendimento de médicos particulares que desenvolvem medicina de ponta.

No caderno Vida do dia 9 de abril de 1994 aparece uma matéria de página inteira (espaço nobre - página 3) falando sobre o relógio biológico. Por não estar claro o objetivo da reportagem, parece que o ponto alto do assunto é a existência de um aparelho de monitoramento ambulatorial da pressão alta.

Poderíamos acreditar que o objetivo do médico, ao dar a entrevista, foi utilizar seus conhecimentos médicos para fazer propaganda do aparelho e, conseqüentemente, de seus préstimos profissionais, o que é rigorosamente proibido pelo Código de Ética Médica. A repórter que faz a matéria peca por

falta de investigação e por ingenuidade ao acreditar nas informações do profissional. Tais deduções são confirmadas numa edição posterior do *Vida*, onde aparece a seguinte nota:

“O aparelho de Monitorização Ambulatorial da Pressão Alta (MAPA) está disponível em 17 serviços do Rio Grande do Sul (entre consultórios particulares e hospitais) e não apenas em duas clínicas de Porto Alegre, como foi publicado na última edição, de acordo com informações do cardiologista Nelson Spritzer. Entre os serviços que dispõem do aparelho, estão os hospitais Nossa Senhora da Conceição, da Ulbra e da Brigada Militar”.

Observa-se que o texto da nota esclarecedora tenta responsabilizar o médico pela falsa informação, tentando, assim, eximir a responsabilidade da redação do jornal pelo erro na informação. Para um leigo, o esclarecimento pode parecer mais do que justo, mas nós sabemos que isso não passa de uma ilusão e falta de ética dos jornalistas envolvidos na questão, pois deveriam assumir a responsabilidade de não terem checado as informações do profissional, uma vez que parece clara a intenção do médico em se autopromover, seja por interesses econômicos, seja por vaidade, seja por status, todos, no entanto, representando um atentado à ética. Ao final, podemos concluir que o texto em questão não passa da prática de Relações Públicas, pois a intenção de quem o fez foi de exaltar o trabalho do cardiologista.

Se, por um lado, observa-se esse conflito de objetivos jornalísticos na página três do caderno, não se pode deixar de destacar as matérias publicadas no mesmo dia nas páginas 6, 7 e 8, todas relativas à saúde pública e de grande valor educacional e informativo, contendo vários atributos da notícia.

A primeira matéria trata do interesse de cientistas do Primeiro Mundo em fabricarem uma vacina única com o objetivo de tomar barato e eficiente o combate às doenças infantis do Terceiro Mundo. O outro texto, sobre nutrição, fala das características do maracujá, fruta tropical e de grande abundância no Brasil, e a possibilidade de substituir frutas saturadas com ingredientes artificiais e açúcar, prejudiciais à saúde. A terceira matéria, de grande valor educativo, destaca as complicações auditivas que podem ser provocadas pelo mal uso do “walkman”, aparelho que virou mania principalmente entre os jovens.

4. CONCLUSÃO

O jornalismo científico no Rio Grande do Sul, que encontra um espaço fixo e certo apenas no caderno *Vida*, do jornal *Zero Hora*, não existe se considerarmos o conceito adotado por Bueno e as funções que ele deve cumprir: informativa, educativa, social, cultural, econômica e político-ideológica. Aliás, há uma deturpação na cobertura dos temas da área médica,

uma vez que, mais do que jornalismo, o caderno serve para a divulgação científica sem nenhum elemento jornalístico, as relações públicas de médicos e técnicas utilizadas por eles, a publicidade de medicamentos e equipamentos modernos que estão no mercado e a propaganda de algumas instituições.

O melhor gênero jornalístico a ser adotado por esta área - o interpretativo - praticamente não existe. A reportagem de profundidade ou investigativa não é uma prática jornalística que aparece no noticiário das questões que envolvem a saúde pública. O caderno se presta muito mais para atender expectativas e curiosidades da elite gaúcha do que para a grande parte da população, sem recursos econômicos para buscar o atendimento de médicos particulares que desenvolvem medicina de ponta no Rio Grande do Sul.

O jornalismo informativo, quando aparece, é bastante precário porque parte de pautas reducionistas que desconsideram o homem como um todo e tratam o problema como se a saúde pudesse ser melhorada a partir de especializações. O enfoque das matérias empobrece a compreensão do problema e deixa de lado qualquer tipo de reflexão sobre a saúde humana.

Os gêneros jornalísticos confundem-se com outras áreas da Comunicação, como as Relações Públicas, a Propaganda e a Publicidade, que também trabalham com a informação, porém com objetivos diversos cada um deles. É exatamente o objetivo por trás das técnicas de redação que diferenciam o jornalismo das demais áreas. Diante desse fato, podemos concluir que muito mais se faz divulgação científica do que jornalismo científico no Caderno Vida.

O número de fontes contidas em cada matéria (no máximo, um ou dois especialistas dentro da mesma área) acaba por determinar uma matéria de propaganda para o profissional, já que suas informações dão um tom de "verdade absoluta e incontestável" sobre o assunto. Se não há investigação, esses profissionais acabam por determinar o enfoque das matérias, já que podem manipular as informações da forma que entenderem melhor. Se existisse a preocupação de aprofundar o tema e investigar vários ângulos que envolvem o assunto, os riscos de manipulação da informação seriam menores.

Acredita-se que para oferecer um serviço de qualidade para a população o jornalismo científico em grandes jornais deve ser abordado de forma analítica e profunda, para que o grande público receba informações capazes de proporcionar meios de entender as alterações do corpo e possibilitarem tomadas de decisões sobre a própria vida ou de familiares.

NOTAS

¹ BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos*. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1988. 97 p.

² *Ibid.*

³ALBERTOS, J. L. Martínez. *Curso General de Redaccion Periodistica*. Madrid/España: Ed. Paraninfo, 1992. 592 p.

⁴BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos*. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1988. 97 p.

⁵ALBERTOS, J.L. Martínez. *Cuso General de Redaccion Periodistica*. Madrid/España. Ed. Paraninfo, 1992. 592 p.

⁶ibid.

⁷URABAYEN, Miguel. *Estructura de la información periodística*. Barcelona/España. Ed. Mitre, 1988. 149 p.

⁸LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas. O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. São Paulo, Ed. da Unicamp, 1993. 271 p.

⁹ibid.

¹⁰BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Interpretativo*. Porto Alegre/RS. Ed. Sulina., 1976. 120 p.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTOS, J. L. Martínez. *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid/España: Ed. Paraninfo, 1992. 592p.

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Interpretativo*. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 1976. 120 p.

BORIN, Jair. *A notícia e suas versões, no espaço e no tempo dos grupos de pressão (De rabo preso com a classe dominante)*. São Paulo, 1987. 246p. Tese (Doutorado), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 1987.

BUENO, Wilson da Costa. *Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos*. Série Pesquisa./7. Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 1988. 97p.

———. (Ed.) *Comunicação & Sociedade*. São Paulo: IMS, 1993. 140p.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do Jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus, 1994. 132p.

REVISTA DIÁLOGO. *Ciência, tecnologia e a mídia*. Tradutora: Andréa Cunha.

KOPPLIN, Elisa e FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de Imprensa. Teoria e Prática*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1993. 184p.

LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas. O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. São Paulo: Unicamp, 1993.

271p.

MEDINA, Cremilda. **Notícia Um produto à venda. Jornalismo na sociedade urbana e industrial.** São Paulo: Summus, 1988. 191p.

——— ; GRECO, Milton (organizadores). **Novo Pacto da Ciência - 2 . Do Hemisfério Sol. O discurso fragmentalista da Ciência.** São Paulo: ECA/USP/CNPq, 1993. 174p

URABAYEN, Miguel. **Estructura de la información periodística. Concepto y metodo.** Barcelona/España: Mitre, 1988. 149p.

Beatriz Dornelles

Professora FAMECOS/PUCRS, doutoranda ECA/USP