

Um olhar sobre as revistas: o caso da divulgação em câncer

Claudia Jurberg*
Bruno Macchiute**

Resumo

Este estudo vem se somar a outros produzidos pelo Núcleo de Divulgação do Programa de Oncobiologia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, acerca do que mídia brasileira publica em câncer. Neste sentido, procura traçar um panorama sobre o tema veiculado por três revistas de circulação nacional: *Veja*, *Saúde!* e *Pesquisa Fapesp*. Foram analisadas 170 edições destas três publicações durante o período compreendido entre 1996 e 2004.

Palavras-chave: divulgação científica, câncer, revistas.

Resumen

Este estudio viene a sumarse a otros producidos por el Núcleo de Divulgación del Programa de Oncobiología de la Universidad Federal do Rio de Janeiro, en lo que corresponde a divulgaciones brasileñas sobre el cáncer. En este sentido, se propone a trazar un panorama sobre el tema distribuido por tres revistas de circulación nacional: "Veja", "Saúde!" y "Pesquisa Fapesp". Fueron analizadas 170 ediciones de estas tres publicaciones durante el período comprendido entre 1996 y 2004.

Palabras-claves: divulgación científica, cáncer, revistas

* Jornalista da Fundação Oswaldo Cruz, Doutora em Difusão em Biotecnologias pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Coordenadora do Núcleo de Divulgação do Programa Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão em Biologia do Câncer (Programa de Oncobiologia), da UFRJ. E-mail: cjurberg@bioqmed.ufrj.br

** Bolsista de Iniciação Científica do Programa de Oncobiologia. E-mail: makitute@yahoo.com.br

• Os autores gostariam de agradecer o inestimável apoio das Dra. Vivian B.D. Rumjanek e Otília Afonso Mitidieri pela visão crítica e pelas sugestões ao manuscrito

Abstract

This study comes to add to others produced by the Nucleos of Popularization of the Oncobiology Program, of the Universidade Federal do Rio de Janeiro, about what the Brazilian media publishes in terms of cancer. Accordingly, it tries to draw a panorama on the theme transmitted by three magazines of national circulation: "Veja", "Saúde!" and "Pesquisa Fapesp". Around 170 editions of these three publications were analyzed during the period between 1996 and 2004.

Keyword: popularization of science, cancer, magazines

Preconceito ainda permeia o conhecimento sobre câncer

Em junho de 2005, a agência de notícias EFE divulgou o resultado de uma pesquisa realizada com mil indivíduos nos Estados Unidos e revelou a ignorância de americanos em relação ao câncer. O estudo foi desenvolvido pela *American Cancer Society*.

Para surpresa, metade dos entrevistados crê erroneamente que o câncer se propaga através das intervenções cirúrgicas. Por outro lado, uma em cada quatro pessoas pensa que já existe uma cura, mas que é mantida em segredo pela indústria da medicina. Além de acreditar que a cirurgia propaga o mal e que já existe uma cura, cerca de 19% disseram que os medicamentos contra o câncer não surtem efeito. Cerca de 89% discordam da afirmação de que tudo o que se necessita para vencer o câncer é uma atitude positiva. Mas os 11% restantes deram seu apoio a essa afirmação ou reconheceram não ter nenhuma idéia a respeito.

Atualmente, estima-se que milhões de pessoas vivas em todo o mundo já tiveram câncer em algum período de suas vidas. Apesar do total desconhecimento dos americanos, e provavelmente também de outros povos, uma atitude positiva diante da doença é fundamental para se vencer o câncer.

Para mudar o preconceito como já disse, inúmeras vezes, Calvo (1999), em uma sociedade, cada vez mais dependente do conhecimento tecnológico é extremamente importante contar com informação crítica, de qualidade e exaustiva sobre os campos da saúde, ciência e tecnologia.

A divulgação científica como ferramenta

contra o preconceito em câncer

Apesar das já tradicionais veiculações de informações científicas pela televisão, pelos jornais diários e pelas rádios, as revistas de entretenimento e as especializadas em divulgação científica têm angariado espaço como veículos importantes dentro do âmbito da comunicação de massa consumido pela população brasileira nos últimos tempos. As revistas *Saúde!*, *Pesquisa Fapesp* e *Veja* foram alvo deste estudo, que vem se somar aos já produzidos por Jurberg et al. (2005), no Núcleo de Divulgação do Programa Interinstitucional de Pesquisa, Ensino e Extensão em Biologia do Câncer (Programa de Oncobiologia), sobre o papel da mídia impressa no esclarecimento da população em relação ao conhecimento dos avanços terapêuticos, formas de diagnóstico, prevenção, tratamento e cura em câncer.

O Programa de Oncobiologia é uma rede no Rio de Janeiro que reúne pesquisadores, médicos e jornalistas em núcleos; e que tem como finalidade aproximar a ciência produzida nos laboratórios, da clínica e da população brasileira. Neste sentido, o Núcleo de Divulgação atua com o objetivo de desmistificar o câncer, uma doença que até a atualidade carrega preconceitos e muitos temores.

Como é indubitável a correlação entre a informação em saúde, o grau de conhecimento sobre medicina, fatores de risco, formas de prevenção, tratamento e cura e os hábitos saudáveis adotados pelos cidadãos de uma determinada sociedade, nós fomos averiguar de que forma a mídia aborda o tema câncer. “Embora não se possa dizer que essa correlação seja direta, já há contradições, é amplamente aceita a noção de que indivíduos mais bem informados sobre medicina e saúde estão mais atentos a comportamentos preventivos e têm melhores condições de reagir às doenças” (MACEDO et al., [s.d]).

Assim, fomos avaliar os discursos de três revistas informativas, de periodicidade semanal (*Veja*) e mensal (*Saúde!* e *Pesquisa Fapesp*) sobre o tema “câncer”, no período de 1996 a 2004. Pretendíamos, ao analisar o conteúdo sobre câncer disponível nesses veículos, caracterizar, de acordo com suas especificidades, o espaço destinado ao tema, a abordagem mais usual, identificar detalhes específicos considerando a

natureza de cada uma: se de entretenimento ou de divulgação científica e, com isso, poder traçar um perfil sobre a divulgação científica em câncer empreendida em outros estudos (JURBERG et al, 2005).

Revista Veja é editada pela Editora Abril desde os tempos da ditadura militar. Saiu às vésperas da promulgação do AI-5 e tinha uma proposta audaciosa para a época. A revista, ao contrário do que o público estava acostumado a apreciar - notícias recheadas de muitas ilustrações e poucos textos como em *O Cruzeiro*, dos Diários Associados, e *Manchete*, da Editora Bloch -, propunha reflexão, aprofundamento e síntese a um leitor que já naquela época não dispunha de tempo para digerir toda a informação recebida.

A revista foi inspirada nas americanas *Time* e *Newsweek*. Ambas, continham cerca de 70 páginas por edição de acordo com o perfil americano, mas que, a princípio, não se aplicava à realidade nacional de veículos semanais com muitas ilustrações e textos reduzidos. Hoje, *Veja* é a quarta maior revista semanal de informação do mundo, e a maior fora dos Estados Unidos.

Saúde! também é da Editora Abril e é direcionada a um público mais interessado por temas de saúde e medicina, terapias alternativas, qualidade de vida. É uma revista para leigos que trata do universo da medicina e da prevenção da primeira à última linha em cada uma de suas edições mensais. Sua primeira edição surgiu durante a década de 1980, no rastro do maior interesse público por assuntos de ciência, tecnologia e medicina. A revista *Saúde!* trata de forma clara e simples assuntos que interessam, principalmente, à população feminina.

Revista Pesquisa Fapesp inclui-se dentre as revistas de divulgação científica. Editada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, passou, em 2002, a ser comercializada nas bancas. O objetivo básico desta publicação (FAPESP, 2005) é o de difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira, da qual a Fapesp é uma das mais importantes agências de fomento. É uma das poucas publicações jornalísticas especializadas no segmento de ciência e tecnologia, no país, que tem por foco primordial a produção científica nacional, apesar de cobrir pontualmente as novidades internacionais. A revista funciona, por isso, como um pólo de contato e reconhecimento contínuo dos pesquisadores brasileiros e como

referência indispensável para as editorias de ciência e tecnologia dos veículos de comunicação nacionais.

Para Costa Bueno (2000):

Podemos definir a prática brasileira de comunicação para a saúde a partir de uma série de parâmetros como a descontextualização, a centralização do foco na doença, a visão preconceituosa das terapias e medicinas alternativas, a ideologia da tecnificação, a legitimação do discurso da competência e a espetacularização da cobertura na área médica, entre outros.

Neste sentido, este estudo propõe-se a averiguar de que forma o tema “câncer” está sendo tratado pelas revistas brasileiras: se há sensacionalismo nas reportagens; se os bons parâmetros do jornalismo estão em uso ou desuso em cada um dos veículos analisados.

Objetivo

Este projeto procura observar de que forma a imprensa brasileira, mais especificamente três revistas brasileiras, abordam o tema “câncer”. As revistas foram selecionadas dentro de uma surpreendente gama de publicações de circulação nacional, procurando identificar uma de apelo mais popular, outra de variedade e com grande penetração na sociedade brasileira e uma terceira direcionada à divulgação científica e aos leitores que apreciam este tipo de notícias. Neste sentido, fomos averiguar, mapear e analisar a publicação de matérias e notas sobre o tema “câncer” nas revistas *Saúde!* e *Veja*, ambas da editora Abril, e *Pesquisa Fapesp*, esta última editada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo.

Com a escolha destes veículos de comunicação de massa, traçamos uma série de diretrizes para analisar diversos aspectos, que serão discutidos ao longo deste artigo.

Metodologia

Neste estudo, analisamos o tema câncer na mídia brasileira, especificamente, três revistas de circulação nacional: *Veja*, por ser a revista com maior número de exemplares em circulação; *Saúde!* pelas

suas características direcionadas à popularização da ciência, mais especificamente, da saúde, de forma a atingir, prioritariamente, o público feminino de classe média; e *Pesquisa Fapesp* por ser uma revista direcionada a divulgar os resultados da produção científica.

Para a análise, definimos itens que variam entre tamanho (matérias, notas ou artigos); origem (nacionais, internacionais); assunto (prevenção, diagnóstico, tratamento, cura, epidemiologia e/ou tabagismo); tipo de abordagem (sensacionalista, falsas esperanças e/ou utilização de analogia); entrevistados (uma fonte ou mais de uma fonte); tipo (um câncer ou mais de um tipo de tumor e se a notícia cita outras doenças); e ainda se as reportagens analisadas ofereciam aos leitores outras explicações (da doença, de moléculas e de estruturas biológicas e de experimentos).

A pesquisa foi realizada baseando-se na análise de conteúdo, proposta por Bardin, das revistas *Saúde!*, *Pesquisa Fapesp* e *Veja*, num total de 170 edições.

Análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, obter indicadores, quantitativos ou não, que permitam a interferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens (BARDIN, 1997).

A organização da análise de conteúdo envolveu três fases distintas: (1) uma pré-análise da amostra, (2) exploração do material e (3) análise e interpretação dos resultados. Dentro deste âmbito, buscamos reportagens sobre câncer em 170 edições destas três publicações durante o período compreendido entre 1996 e 2004, de forma aleatória sem a prévia seleção das informações sobre o assunto em foco. Ou seja, foram analisadas revistas disponíveis no período de oito anos de acordo com o acesso aos exemplares das revistas selecionadas para este estudo. Da revista *Saúde!* foram pesquisadas 70 edições entre 1996 e 2004, da revista *Veja*, 60 exemplares em 2004 e 2005 e *Pesquisa Fapesp*, 17 edições nos anos de 2002 e 2003.

Resultado e discussão

Da amostra acima, foram encontradas informações sobre câncer em 55,71% das edições da revista *Saúde!*; 35,29% na *Pesquisa Fapesp*, e 13,7% na *Veja*. Embora a percentagem de reportagens sobre câncer em

Veja possa parecer insuficiente, analisamos ainda outros temas em saúde publicados pela revista e verificamos que, assim como a incidência nacional de mortalidade aponta, em primeiro lugar, para as doenças cardiovasculares, a revista também disponibiliza mais espaço para esta categoria (29,3%). Como *Veja* é a única revista de variedades, analisamos também os temas das capas desta revista. Cerca de 20% das capas da *Veja* trazem o tema saúde, sendo que destas capas de saúde, o tema câncer ocupou 27,2% e doenças cardiovasculares, 18,18%.

Das matérias sobre câncer nas três revistas, descreveremos a seguir os resultados encontrados.

Das notícias sobre câncer analisadas nos três veículos, encontramos um número superior de matérias e notas e nenhum artigo escrito por médicos e especialistas nas revistas fontes de nosso estudo. As matérias ocuparam 41,26% do espaço em *Saúde!*, 60% em *Veja*, e 33,3% em *Pesquisa Fapesp*. As notas tiveram 58,7% de espaço em *Saúde!*, 40% em *Veja*, e 66,6% em *Pesquisa Fapesp*. Portanto, *Saúde!* e *Pesquisa Fapesp* oferecem mais espaços para notas em comparação às matérias em câncer. Por outro lado, em *Veja* as matérias sobre câncer se sobressaem às notas.

Sobre a origem das reportagens, resultados diferenciados foram encontrados para as três revistas analisadas. Revista *Saúde!* disponibiliza maior espaço para a divulgação de notícias oriundas de resultados de pesquisa nacional. Cerca de 44,26% das matérias publicadas são com cientistas nacionais, 37,7% utilizaram tanto fonte nacional como internacional e apenas 18,3% foram produzidas exclusivamente através de informações vindas do exterior. Na revista *Pesquisa Fapesp*, 66,6% foram produzidas com pesquisadores nacionais, 16,6% foram resultado de entrevistas com pesquisadores nacionais e agências de notícias e igual resultado utilizou apenas fontes estrangeiras. Na revista *Veja*, os dados mostraram que 40% das matérias foram escritas baseadas em informações de agências de notícias, número idêntico aquele produzido em solo nacional. As demais (20%) obtiveram informações tanto no Brasil como no exterior.

Dos resultados oriundos desta comparação, vale destacar a importância que dois destes veículos dão à divulgação de pesquisa nacional em detrimento às de origem em agências de notícias. As revistas *Saúde!* e *Pesquisa Fapesp*, sem sombra de dúvida, valorizam os

cientistas brasileiros e divulgam mais seus resultados (44,26% acrescidas das 37,7% mistas e 66,6% acrescidas das 16,6% mistas respectivamente) do que reproduzem as conquistas alcançadas por pesquisadores estrangeiros. *Veja* destina igual espaço para divulgação de câncer a partir de fontes de informação nacional (40%) como aquelas advindas de agências de notícias (40%).

Em nosso estudo com jornais brasileiros (JURBERG et al, 2005), verificamos também que em todo o país, exceto a região Sudeste, o jornalismo dá mais ênfase à produção de matérias resultantes de pesquisa produzida em solo nacional. Sendo assim, verificamos que a *Veja*, editada na região Sudeste, segue o padrão do jornalismo impresso diário da região. Por outro lado, *Pesquisa Fapesp e Saúde!* seguem os padrões do jornalismo das demais regiões. Fato que, no caso da *Pesquisa Fapesp*, se justifica até por ser editada e voltada para a divulgação das pesquisas nacionais.

Todas as três revistas preferem não detalhar nenhum tipo de câncer em suas reportagens (*Saúde!* - 49,1%, *Revista Fapesp* - 100%, *Veja* - 50%), ou seja, as matérias são abrangentes tratando da doença por uma abordagem mais generalista, mas quando sinalizam um tema específico o preferencial é o câncer de mama, que ocupou 22,9% do espaço destinado ao tema câncer na revista *Saúde!*, seguindo-se de próstata (8,1%), bexiga (6,5%), pulmão, pele, boca e tireóide (3,3%). *Veja* optou, no período analisado, por 40% do espaço para divulgação do tema câncer de mama e 20% para o de pulmão.

De acordo com estes resultados, podemos concluir que as revistas de circulação nacional preferem não detalhar nenhum tipo de câncer em suas matérias sobre a doença (*Saúde!* - 49,1%, *Revista Fapesp* - 100%, *Veja* - 50%). Porém, quando o fazem, ressaltam os tipos de câncer que também são os de maior ocorrência no seio da sociedade brasileira. Como a revista *Saúde!* é direcionada ao público feminino, o tipo mais detalhado em suas páginas é o câncer de mama (22,9%). Em *Veja*, houve 40% de espaço para o câncer de mama e 20% dedicado ao câncer de pulmão. Interessante notar que as revistas da editora Abril destacam mais o câncer de mama e a *Pesquisa Fapesp*, intitulada de divulgação científica, opta por não especificar nenhum tipo de câncer em suas edições. Segundo o Instituto Nacional do Câncer:

O câncer de mama representa, nos países ocidentais, uma das principais causas de morte em mulheres. No Brasil, o câncer de mama é o que mais causa mortes entre as mulheres. De acordo com a Estimativa de Incidência de Câncer no Brasil para 2006, o câncer de mama será o segundo mais incidente, com 48.930 casos (INCA, 2006).

As notícias sobre câncer publicadas pela revista *Saúde!* não raro (20,3%) citam também outras doenças que podem ou não estar relacionadas ao câncer. Entre as mais citadas, estão as cardíacas, estresse, AIDS, osteoporose, diarreia, incontinência urinária, diabetes e até bócio. Na revista *Veja* também encontramos associação entre doenças cardiovasculares e câncer.

Novamente numa comparação ao estudo anterior, realizado com os jornais impressos de todo o país, no qual observamos que na grande maioria das regiões brasileiras, excetuando a Sul, as reportagens são exclusivas sobre o câncer, não correlacionando-o a outras moléstias e que poucas são as reportagens que não especificam um tipo de câncer e tratam o assunto de uma forma geral. Neste estudo há um quadro em oposição. Encontramos um maior espaço para divulgação de reportagens sobre câncer de uma forma geral sem especificar um tipo e também a associação do câncer a outras moléstias.

Os pesquisadores afirmam que nove em cada 10 casos de câncer de pulmão (PASCHOAL, 2005) são em consequência do tabagismo e quanto maior o número de cigarros consumidos ao longo da vida, pior o prognóstico do doente. Embora a correlação entre tabagismo e câncer já seja suficientemente comprovada, verificamos que estes três veículos impressos pouco exploraram a questão, perdendo a possibilidade de contribuir efetivamente para a diminuição dos casos de câncer em nosso país. “Na comunicação da saúde pela mídia massiva, pode ocorrer que o que é notícia pode ser perverso para o público e o que lhe é útil pode não ser notícia. Este é um nó górdio que cabe ao comunicador desatar” (EPSTEIN, 2001).

Dentro deste âmbito, *Veja*, a revista entre as três com perfil de entretenimento, ou seja, que aborda da política à ciência, passando pela cultura, configurou-se no veículo que mais explorou a questão. Em suas reportagens e notas sobre câncer, 25% abordaram também o tabagismo. Na revista *Saúde!*, encontramos a correlação em apenas 7% das notas e

matérias e, surpreendentemente, nenhuma reportagem sobre câncer em *Pesquisa Fapesp* citou o paralelo entre a doença e o tabagismo.

Entre as abordagens mais exploradas (abordagem aqui subdividida em prevenção, tratamento, diagnóstico, cura e epidemiologia), encontramos o seguinte resultado: em *Saúde!* um viés de 39,3% para tratamento, 49,1% para prevenção, 32,7% para diagnóstico, 37,7% para epidemiologia e 5,1% para cura. Em *Pesquisa Fapesp*, 16,6% das reportagens sobre câncer abordaram formas de tratamento, 50% diagnóstico, epidemiologia e cura, e em *Veja* a abordagem foi 40% para tratamento, 60% prevenção e diagnóstico, 80% para epidemiologia e 25% para cura.

Diferentemente da mídia impressa diária que publica mais notícias sobre prevenção em câncer (JURBERG et al., 2005), estas três revistas de circulação nacional, no período analisado, não demonstraram nenhum padrão específico nas abordagens. Na amostra da revista *Saúde!* analisada, encontramos espaço semelhante entre os cinco tópicos. *Pesquisa Fapesp* prioriza os temas novas formas de diagnóstico, cura e epidemiologia (50%). E *Veja* oferece aos seus leitores matérias com cunho mais focado em epidemiologia (80%) e, posteriormente, em prevenção e diagnóstico (60%). Vale esclarecer que a soma das abordagens ultrapassa os 100% devido à inclusão de mais de um item em cada notícia. Estes dados mostram que as revistas nacionais comumente utilizam mais de uma abordagem para tratar o câncer.

Sobre o uso de mais de uma fonte de informação (fonte aqui entendida como o entrevistado para a obtenção de informações suficientes na redação da notícia jornalística em cada reportagem) - uma das regras importantes para o desempenho do jornalismo de forma a manter um padrão de qualidade -, encontramos um resultado satisfatório na análise efetuada: em 90% das notícias sobre câncer publicadas em *Saúde!* há mais de um entrevistado. Número elevado também foi encontrado em *Veja* (66,6%). Embora a *Revista Fapesp* seja exclusiva de divulgação científica, verificamos que apenas 20% das notícias sobre câncer ouviram mais de uma fonte para subsidiar as reportagens publicadas pelo periódico. Resultado semelhante verificado em nosso outro estudo nos jornais impressos diários (JURBERG et al., 2005), onde constatamos que apenas 18,6% das

notícias analisadas possuíam mais de uma opinião de especialista sobre o assunto abordado.

Outro dado surpreendente foi o baixíssimo uso de sensacionalismo na redação das notícias. Apenas 5,1% das matérias e notas em *Saúde!* utilizaram recursos sensacionalistas. Embora a *Veja* não tenha usado esse recurso em nenhuma de suas matérias, encontramos um quinto de sensacionalismo na *Pesquisa Fapesp*. Num comparativo com os jornais impressos, havíamos encontrado apenas 7,8% do total de matérias em todo o país com um cunho sensacionalista.

Os dados nos mostram que, apesar da comunidade científica, incluindo médicos, pesquisadores e profissionais de saúde muitas vezes referirem-se à imprensa como manipuladora da informação, sensacionalista, percebemos que há um comprometimento dos jornalistas com suas fontes de informação e também com a notícia na busca de respaldar toda a informação veiculada no sentido de garantir a credibilidade junto aos leitores.

Em relação a falsas esperanças, como por exemplo frases do tipo “em dez anos, teremos a cura para a doença” fornecida aos leitores dessas três revistas, encontramos em 9,5% das notícias publicadas sobre a doença na revista *Saúde!* e 16,6% em *Pesquisa Fapesp!* Índice mais baixo (3,4%) havia sido detectado na análise dos jornais brasileiros.

Outro estudo brasileiro que mostra a divulgação científica empreendida por cinco revistas de variedades, surpreendeu a pesquisadora Hosana Salette Curtt que, em entrevista ao jornal da Universidade de Campinas afirmou:

Quando iniciei o trabalho, tinha uma suspeita, baseada na literatura existente, de que os periódicos mantinham um discurso de sublimação da ciência, como se ela fosse a solução para todos os problemas da sociedade. O que encontrei, porém, não corresponde a esse pensamento. “Nas revistas existem indicadores que fornecem uma visão mais ampla de C&T na tentativa de superar a visão empiricista”, analisa (SANTOS, 2004).

O uso da analogia, como recursos de lingüística para explicar melhor alguns fenômenos da ciência, também foi verificado em nosso estudo. Sobre este recurso, encontramos sua utilização em apenas 11,1% das notícias de câncer publicadas na revista *Saúde!*

Outro importante resultado refere-se à presença da citação do periódico científico onde foi publicado o resultado divulgado pelos meios de comunicação de massa. Neste aspecto, verificamos que em 33,3% das matérias sobre câncer publicadas nas revistas *Saúde!*, *Veja* e *Pesquisa Fapesp* aparecem referências aos trabalhos de pesquisa originais, que foram ainda veiculados nos periódicos científicos.

Em nosso estudo, verificamos um surpreendente detalhamento sobre a ciência nas notícias sobre câncer: 40,6% das reportagens sobre câncer nas revistas *Saúde!*, 50% nas *Pesquisa Fapesp* e 33,3% da *Veja* ao divulgarem câncer também abordaram estruturas biológicas em seus textos. Este dado, se comparado ao estudo sobre câncer na mídia impressa diária de todo o país, demonstra resultado bastante semelhante. Nos jornais (JURBERG et al, 2005), cerca de 40% esmiuçam temas como moléculas e estruturas biológicas como DNA, proteína e célula, mostrando que a biologia está cada vez mais presente nos meios de comunicação.

Por outro lado, poucas foram as reportagens que explicitam como o experimento foi realizado. Apenas 10,7% das revistas *Saúde!*, um sexto (16,6%) da *Pesquisa Fapesp* aborda o assunto.

A prevenção é a forma mais importante para se evitar um prognóstico ruim em câncer e uma das maneiras de se evitar os riscos ambientais já conhecidos. E a procura imediata de serviços médicos especializados é fundamental. Embora haja consciência sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce, verificamos que poucas são as contribuições da divulgação científica nesse aspecto. Apenas 18,75% das notícias sobre câncer na revista *Saúde!* e 33,3% das publicadas em *Veja* citam os sintomas de alguns cânceres. Não encontramos uma abordagem sobre sintomas nas matérias sobre o assunto em *Pesquisa Fapesp*. Explicações sobre a doença também são escassas. Em 21,7% das revistas *Saúde!* e em um sexto (16,6%) das notícias em *Pesquisa Fapesp* encontramos explicações sobre a doença. Infelizmente, não houve este detalhamento em *Veja*.

Resultado semelhante foi encontrado por nós na pesquisa com material impresso diário, onde verificamos que 93,4% das reportagens não abordam quais são os principais sintomas em cada tipo de câncer. Assim como apenas 7,6% explicaram a doença.

Conclusões

Diante destes dados, acreditamos que a visão mais ampla sobre o perfil de notícias acerca do câncer nessas três revistas de circulação nacional poderá subsidiar os especialistas em câncer e os divulgadores de ciência para um trabalho mais efetivo na construção de informações que visem desmistificar a doença na sociedade.

Nelkin (1995) já destacava a importância de desmistificar-se a ciência junto ao público leigo através da mídia. Em suas abordagens levanta a discussão sobre as características do jornalismo científico que tem uma prática que, muitas vezes, é diametralmente oposta à produção precisa de qualidade. Embora este fato possa ser verdadeiro em diferentes espaços de divulgação, nossos estudos baseados em matérias de jornais e revistas apontam para um resultado jornalístico que demonstra um amadurecimento dos órgãos nacionais de imprensa. Hoje, percebemos que as matérias publicadas por esses veículos da mídia nacional incorrem raramente em erros, assim como poucas são aquelas que procuram um viés sensacionalista ou dão falsas esperanças para seus leitores. Por outro lado, há um aumento das reportagens que abordam os experimentos e detalham-no. Também foi interessante notar a importância que os veículos dão ao periódico científico onde saiu o resultado da pesquisa que estão divulgando. Uma forma de certificar-se de não cometer enganos.

As diferenças que possam ainda dificultar as relações entre cientistas e jornalistas só serão superadas, como diz Manente (2005), “quando ambos entenderem enfim que cada um produz um discurso. Não cabe ao cientista reduzir seu discurso aos termos da vulgarização e nem é tarefa do jornalista aprender a empregar a linguagem do cientista”.

Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1991.

BUENO, Wilson da Costa. A cobertura de saúde na mídia brasileira: sintomas de uma doença anunciada. *Portal de jornalismo científico*, 2000. Disponível em < <http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojornasaudewilbuencomsaude.htm> >. Acessado em dez. 2005.

CALVO, Antonio, R. Comunicação pública de la ciência. Manuel Calvo Hernando 50 anos de periodismo científico. Chasqui, n. 6, Quiro: Ciespa, jun. 1999.

EPSTEIN, Isaac. Notícias e “notícias” na comunicação pública da saúde. *Comciência*, 2001. Disponível em < <http://www.comciencia.br/reportagens/farmacos/farma19.htm> >. Acessado em dez. 2005.

FAPESP. Quem somos. Disponível em < <http://revistapesquisa.fapesp.br/show.php?lang=pt&id=text.aboutus> >. Acessado em out. 2005.

INCA. Site oficial de divulgação do Instituto Nacional do Câncer. Disponível em < http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=336 >. Acessado em fev. 2006.

JURBERG, Claudia; GOUVEIA, Maria Emmerick; SOUZA, Camila. Na mira do câncer: o papel da mídia brasileira. In *press-Revista Brasileira de Cancerologia*, 2005.

MACEDO, Mônica et al. Divulgação de saúde na imprensa brasileira: expectativas e ações concretas. *Portal do Jornalismo Científico* [s.d]. Disponível em < <http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojornasaudepesquisaumesp.htm> >. Acessado em dez. 2005.

MANENTE, Maria Emilia. O texto de C&T nos magazines semanais: uma análise semiótica discursiva. *Ciência e divulgação. Revista Digital*, v. 2(2), jun. 2005. Disponível em < <http://www.jornalismocientifico.com.br/revista2artigoEmiliaManente.htm> >. Acessado em fev. 2005.

NELKIN, Dorothy. *Selling Science: how the press covers science and technology*. New York: Freeman and Company, 1995.

PASCHOAL, Marcos. Programa de Oncopneumologia do IDT/HU. Apresentação oral durante o II Encontro de Oncobiologia/ICB/UFRJ, nov. de 2005.

SANTOS, Raquel do Carmo. Pesquisa avalia divulgação científica feita por revistas. Jun. 2004. Disponível em < http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/junho2004/ju255pag4b.html >. Acessado em nov. 2005