JORNALISMO NA IMPRENSA MÉDICA EM PORTUGAL

Inês Aroso

LABCOM.IFP
Comunicação, Filosofia e Humanidades
Unidade de Investigação
Universidade da Beira Interior

JORNALISMO NA IMPRENSA MÉDICA EM PORTUGAL

INÊS AROSO

LABCOM.IFP
Comunicação, Filosofia e Humanidades
Unidade de Investigação
Universidade da Beira Interior

Ficha Técnica

Título
Jornalismo na Imprensa Médica em Portugal

Autora
Inês Aroso

Editora LabCom.IFP
www.labcom-ifp.ubi.pt

Colecção
LabCom

Colecção
Jornalismo

Direcção
José Ricardo Carvalheiro

Design Gráfico
Cristina Lopes

ISBN
978-989-654-343-3 (papel)
978-989-654-345-7 (pdf)
978-989-654-344-0 (epub)

Depósito Legal
418867/16

Tiragem
Print-on-demand

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama.
6201-001 Covilhã. Portugal
www.ubi.pt

Covilhã, 2016

© 2016, Inês Aroso.
© 2016, Universidade da Beira Interior.
O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.

Dedicatórias

Aos meus amores: a minha filha Margarida; o homem da minha vida, Rui; os meus pais, Helena e Jorge e os meus irmãos, Nuno, Joana e Pedro. Iluminaram sempre o meu coração, mesmo nos momentos mais sombrios, dando-me forças para terminar este longo percurso.

Ao meu avô António, que sempre acreditou que um dia a "escritora" seria eu...

Índice

Introdução 13

PARTE I - A COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA 35

Capítulo 1 - Medicina e jornalismo: para além da ciência 37
1.1 A medicina como ciência 37
1.2 A cientificidade do jornalismo 44

Capítulo 2 - A comunicação entre cientistas 63
2.1 A imprensa científica 63
2.2 A imprensa médica 81

Capítulo 3 - A comunicação entre os cientistas e o público em geral 89
3.1 Impacto social, económico e político da ciência 89
3.2 A importância da comunicação pública da ciência 98
3.3 Jornalismo na área da ciência 108

Capítulo 4 - O jornalismo na área da medicina 143
4.1 A medicina como notícia 143
4.2 Os media como fonte de informação sobre saúde 160
4.3 A evolução da relação médico-doente 168
4.4 A formação do jornalista na área médica 174
4.5 O caso de Portugal 178

PARTE II - A MEDICINA, A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA E A IMPRENSA MÉDICA EM PORTUGAL 187

Capítulo 5 - A medicina em Portugal: aspetos económicos, políticos, profissionais e sociais 189
5.1 A dimensão política e económica da medicina 189
5.2 Classe profissional: médicos 199

5.3 A importância social da medicina 202

Capítulo 6 - A indústria farmacêutica: poder económico e social 217
6.1 Os números da indústria farmacêutica em Portugal 217
6.2 Políticas de comunicação da indústria farmacêutica em Portugal 223

Capítulo 7 - O valor da comunicação na indústria farmacêutica 253
7 .1 A interação entre os médicos e a indústria farmacêutica 255
7.2 Os media: pontos fulcrais nas políticas de comunicação da Indústria Farmacêutica 260

Capítulo 8 - A Imprensa Médica em Portugal 273
8.1 História da imprensa médica em Portugal 273
8.2 A imprensa médica da atualidade em Portugal 297

PARTE III - OS JORNAIS DE INFORMAÇÃO MÉDICA EM PORTUGAL 313

Capítulo 9 - Caracterização da investigação 315
9.1 Objetivos da investigação 315
9.2 As perguntas de investigação 316
9.3 Metodologia 320

Capítulo 10 - Os jornais de informação médica: as publicações "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família" 375
10.1 História e evolução das publicações 375
10.2 Jornais de informação médica como empresas 381
10.3 Jornais de informação médica como produtos jornalísticos 389

Capítulo 11 - As funções dos jornais de informação médica 439
11.1 A função informativa dos jornais de informação médica 439
11.2 A função social dos jornais de informação médica 441
11.3 Função formativa dos jornais de informação médica 444

11.4 Função de informação para a prescrição dos jornais de informação médica 445

Capítulo 12 - Consequências da dependência económica dos jornais de informação médica em relação à indústria farmacêutica 449
12.1 Conteúdos dos jornais de informação médica 449
12.2 Empresa que publica os jornais de informação médica 457
12.3 Processo de produção jornalística 459
12.4 Indústria farmacêutica 461

Capítulo 13 - Conclusões da Análise 467

Conclusão 495

Bibliografia 509

Introdução

A medicina, a par de outras ciências médicas, possui um valor social muito relevante, pelo que o jornalismo atribui-lhe um grande potencial noticioso. Por consequência, é visível nos meios de comunicação social a quantidade, nem sempre acompanhada por qualidade, de informação cujo âmbito pertence à medicina. Este livro é baseado na tese de doutoramento da autora nesta área, apresentada em 2012, cujo principal intuito foi investigar e caraterizar os jornais de informação médica em Portugal, estabelecendo distinções e pontos em comum com outras publicações na área da medicina. Isto foi feito através do estudo do contexto de produção dos jornais de informação médica, bem como pela análise dos mesmos como produto final.

Como se pode perceber, o foco desta investigação não são os meios de comunicação social direcionados para o público em geral, mas sim um tipo de publicações jornalísticas especializadas em medicina cujos destinatários são apenas os médicos. Mais concretamente, estuda o jornalismo na imprensa médica portuguesa e, em particular, os jornais de informação médica publicados em Portugal.

O que são os jornais de informação médica? Esta designação surge pelo facto de haver uma grande diversidade de publicações destinadas aos médicos na atualidade, o que tornou premente criar categorias que permitissem ordenar este vasto campo e nele enquadrar e definir o objeto de análise. A primeira dificuldade surgiu pelo facto de não existir na Língua Portuguesa a distinção, que há em Inglês, entre publicação médica científica – "*medical journal*" – e publicação médica jornalística – "*medical newspaper*".

Apesar de tudo, elaborou-se uma categorização das publicações na área médica editadas em Portugal, da qual resultaram várias classificações, entre as quais o foco desta pesquisa: os jornais de informação médica. Estes habitualmente eram publicados em formato impresso, embora atualmente predominem as edições *online*, e foram tendo periodicidades diferentes, entre o semanal, quinzenal e mensal. Quanto aos conteúdos, estes são de índole política, económica, socioprofissional, científica, cultural, histórica, entre outros, mas sempre ligados à medicina e apresentam-se sob diversos formatos jornalísticos, tais como: entrevistas, notícias, reportagens, crónicas, artigos de opinião, entre outros. Além disso, a estrutura empresarial, organizacional, redatorial e editorial destes meios tem características coincidentes com qualquer outra empresa jornalística. Por outro lado, ao contrário das publicações médicas de carácter científico, os textos são elaborados maioritariamente por jornalistas, embora também haja participação dos médicos nestas publicações, quer em cargos consultivos ou até mesmo diretivos, quer através da colaboração na redação de artigos. Outra característica dos jornais de informação médica é que estes não são vendidos livremente, em banca, sendo distribuídos apenas por correio para os assinantes, isto é, médicos e investigadores. É também de salientar que a assinatura deste tipo de publicações é gratuita ou possui um montante irrisório, pelo que os lucros destes jornais são obtidos quase exclusivamente através das vendas de publicidade à indústria farmacêutica.

Definiram-se ainda outras quatro categorias de publicações médicas:

1. Jornais e revistas de informação prática: neste tipo de publicações, encontram-se informações úteis para o exercício prático da medicina. Os textos não são puramente artigos científicos, possuindo antes um carácter formativo, de utilização na prática da informação disponibilizada.
2. Jornais e revistas de informação institucional: publicações que contêm informação relativa a instituições ou associações médicas. Estas, embora possam transmitir informações relativas a vários assuntos, todos estes são vistos sob o prisma da instituição.

3. Publicações científicas (jornais ou revistas): têm nas suas páginas predominantemente artigos científicos. Contudo, podem incluir artigos de revisão, editoriais, casos clínicos e, por vezes, outro tipo de informações. No caso das revistas científicas editadas em Portugal encontrou-se três tipos: umas pertencem a sociedades científicas portuguesas, outras são versões portuguesas de edições pertencentes a sociedades científicas estrangeiras e finalmente outras são versões portuguesas de publicações estrangeiras.
4. Híbridas: publicações em que não se consegue encontrar uma categoria predominante. Por exemplo, possuem artigos científicos, notícias e informação prática.

Tendo sido efetuada esta breve caracterização das várias publicações existentes, pode-se agora realçar que os jornais de informação médica existentes em Portugal em 2012 eram: os jornais "Tempo Medicina" e "Notícias Médicas", dedicados a médicos de todas as especialidades e o "Jornal Médico de Família" e a revista "Semana Médica", estes essencialmente dirigidos para os Clínicos Gerais. Porém, neste caso, como se explicará mais adiante, são analisados mais aprofundadamente apenas dois: o "Tempo Medicina" e o "Jornal Médico de Família".

A escolha deste tema não aconteceu por acaso. Por um lado, a autora já havia trabalhado como jornalista numa destas publicações durante mais de quatro anos (entre os anos 2000 e 2004), mais precisamente no jornal "Tempo Medicina". Deste modo, a experiência no terreno permitiu um contacto privilegiado com esta realidade, bem como levou a constatar a falta de reconhecimento externo – quer profissional, quer académico – deste tipo de trabalho jornalístico. Isto será consequência, talvez, do facto de esta atividade decorrer num circuito fechado.

Consequentemente, em termos científicos, constituiu uma grande motivação verificar que esta realidade tem sido ignorada, quer por investigadores da área do jornalismo, quer por estudiosos da comunicação médica. Na realidade, vários estudos têm-se dedicado à investigação sobre o jornalismo

especializado em ciência – e particularmente em medicina – cujo destinatário é o público em geral. Porém, não se encontram facilmente investigações sobre o jornalismo que, embora também seja especializado em medicina, destina-se aos próprios médicos e investigadores da área médica, através da imprensa destinada unicamente a estes profissionais. Apesar do interesse e atenção que o jornalismo na área da medicina tem merecido, a profissionalização jornalística das publicações destinadas aos médicos tem sido ignorada pelos investigadores. Uma das razões para esta lacuna será, sem dúvida, o facto de, até há relativamente pouco tempo, estes jornais serem escritos pelos próprios médicos. Porém, os jornalistas assumiram um papel vital nestes meios, tendo a responsabilidade de transformar a amálgama existente de informação relacionada com a medicina em notícias atrativas, concisas, rigorosas e pertinentes.

Por último, é de destacar que a escolha por esta área, em concreto, também foi motivada pela verificação que a imprensa médica é a área das publicações no âmbito da ciência com mais tradição e, ao mesmo tempo, maior desenvolvimento em Portugal. Portanto, a medicina teve, desde os primórdios da imprensa científica, um lugar de destaque, tanto pelo pioneirismo, como pela dimensão. Neste sentido, há uma questão que se coloca, e para a qual se procuram respostas com a investigação realizada: o sucesso inigualável da imprensa médica em relação às publicações de outras áreas científicas e até mesmo em relação à imprensa especializada para outros profissionais será a consequência da forte identidade de grupo da classe médica ou poderá a imprensa contribuir para a formação dessa mesma identidade?

Convém destacar que a imprensa científica dá existência à ciência, ao fazer circular o conhecimento científico, de modo a que os todos os cientistas possam aceder às descobertas que vão sendo feitas, estudá-las e verificar resultados. Além disso, os trabalhos científicos não existem para a ciência se não forem publicados. Na verdade, o número de trabalhos publicados em revistas científicas é um dos principais índices de produtividade dos

cientistas. É ainda de sublinhar que o processo de publicação da imprensa científica passa pela revisão pelos pares (*peer-review*) da comunidade científica, com o fim de garantir a qualidade dos trabalhos publicados.

Neste momento, podem apresentar-se as questões de pesquisa que norteiam esta investigação:

1. Como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal?
2. Quais as funções dos jornais de informação médica?
3. Quais as consequências da dependência económica destes meios em relação à indústria farmacêutica?

Relativamente à primeira questão, esta divide-se em duas vertentes. Por um lado, é estudado o processo de produção jornalística. Para tal, procura-se conhecer a História e evolução das publicações, indo até à situação atual e às perspetivas de futuro. A empresa jornalística também é estudada, quer em termos de objetivos, propriedade, estrutura, financiamento, além da concorrência e do sector em que se insere.

Por outro lado, é analisado o produto jornalístico, ou sejam: os princípios editoriais, a estrutura formal das publicações (páginas, secções e suplementos), os géneros jornalísticos, os temas, os valores-notícia, a linguagem (jornalística e especializada), a imagem (fotografia e imagem não fotográfica, como infografia) e a edição *online*. Também é explicado o processo de produção jornalística nos jornais de informação médica, através da descrição da estrutura da redação, a identificação dos autores dos textos, algumas rotinas profissionais e a relação entre os jornalistas e os atores sociais que desempenham o papel de fontes de informação.

A segunda questão é relativa às funções dos jornais de informação médica. Busca-se resposta para esta questão através do estudo de três peças fundamentais neste processo: os produtores (chefes de redação e diretores) destas publicações, o produto (os jornais de informação médica) e a base

financeira dos mesmos (a indústria farmacêutica). Com base em todos estes elementos, são analisadas as funções informativas, sociais, formativas e de informação para a prescrição dos jornais de informação médica.

A terceira questão, relativa às consequências da dependência económica destas publicações relativamente à Indústria Farmacêutica, é examinada ao nível do processo de produção jornalística, incluindo o impacto na empresa jornalística e nas empresas da área farmacêutica. Os próprios jornais são estudados do ponto de vista da publicidade, identificando a quantidade e localização dos anúncios e a identidade dos anunciantes. Também é feita uma análise da ligação entre conteúdos editoriais e publicitários em termos visuais e textuais.

Perante estas questões a comandarem a investigação, entende-se a necessidade de diversificação metodológica, para dar resposta às mesmas. A metodologia da investigação utilizada é descrita e explicada na terceira parte do livro, mas apresentam-se agora os seus traços gerais, isto é, uma breve síntese. É de destacar que o que se pretende é estudar o jornalismo na imprensa médica portuguesa e, em particular, nos jornais de informação médica. Isto é feito, predominantemente, analisando o contexto de produção dos jornais de informação médica e as funções que estes cumprem, estudando-os como produto final. Por isso, a investigação inclui a análise das empresas jornalísticas (em termos organizacionais, económicos, de propriedade), das respetivas redações (composição, princípios editoriais, rotinas jornalísticas), da fonte de lucro das publicações (a indústria farmacêutica) e dos conteúdos produzidos (quer em termos jornalísticos, quer pela publicidade, quer pela relação entre ambos).

Apesar da diversidade metodológica, há um método central nesta pesquisa: a análise de conteúdo. Esta assume um cariz quantitativo e qualitativo e é aplicada aos jornais de informação médica. A análise de conteúdo foi o melhor método encontrado para extrair conclusões válidas e conclusivas em relação a vários elementos da problemática em estudo. Deste modo, o universo da análise de conteúdo é composto pelos quatro jornais de informação

médica editados em Portugal no ano 2009: "Tempo Medicina", "Jornal Médico de Família", "Notícias Médicas" e "Semana Médica". Daqui, e pelos motivos que são explicados no devido momento deste livro, surge a amostra de análise, constituída por dois jornais de informação médica – "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família" – durante o ano 2009. Então, são analisadas todas as edições "Jornal Médico de Família", que era quinzenal, e as edições com a data mais próxima do jornal semanal "Tempo Medicina". Sendo assim, são vinte e duas edições de cada jornal, o que perfaz um total de quarenta e quatro edições, dado que nenhum destes meios é publicado durante o mês de Agosto.

A análise de conteúdo não é, porém, suficiente, para perceber o contexto de produção destes meios de comunicação. Daí ser complementada por outro método, que permite contextualizar os conteúdos produzidos, explicando o respetivo processo. Por este motivo, em 2010, realizaram-se entrevistas semiestruturadas com os diretores e chefes de redação (o que é coincidente num dos jornais) dos meios em estudo. Por outro lado, nesse mesmo ano, fizeram-se entrevistas semiestruturadas junto de diretores de comunicação da indústria farmacêutica, com o objetivo de compreender o papel dos jornais de informação médica como possível componente da estratégia de comunicação destas empresas, nomeadamente através da publicidade.

Em suma, o centro desta investigação é o jornalismo exercido na imprensa médica em Portugal, mais precisamente nos jornais de informação médica, sem deixar de, por um lado, rever os seus antecedentes, perceber o seu contexto e evolução e, se possível, perspetivar as consequências de tudo isto. Isto torna-se essencial e premente, pois não existem investigações sobre esta matéria.

Antes de avançar, é importante explicar outros conceitos centrais. Um deles é o jornalismo de ciência. Este consiste numa especialidade jornalística nos assuntos científicos, apresentados em jornais de carácter generalista, revistas de divulgação científica, no serviço noticioso de estações televisivas generalistas ou mesmo em canais de divulgação científica. Também desig-

nado por alguns autores como jornalismo científico, este tem sido estudado segundo vários prismas: a História, as rotinas produtivas, a linguagem, a formação dos jornalistas, a relação entre os jornalistas e os cientistas, a função social, entre outras coisas. Todos estes aspetos serão abordados mais adiante de um modo sintético.

Também deve distinguir-se jornalismo médico de imprensa médica, pois muitas vezes as expressões são confundidas. Em primeiro lugar, é preciso compreender que a importância quantitativa e qualitativa das notícias de medicina no âmbito do jornalismo de ciência conduziu a uma subespecialização nesta área que, mais tarde, ganhou autonomia e uma nova designação: jornalismo médico. Jornalismo médico significa, então, uma especialização do jornalismo nos assuntos relacionados com medicina. Por sua vez, a expressão imprensa médica engloba todo o tipo de publicações – jornalísticas, científicas ou outras – destinadas à classe médica. Tem-se assumido que a imprensa médica é exclusivamente feita por médicos e para médicos e nada tem a ver com jornalismo profissional, mas sim com jornalismo amador, comunicação científica, associativismo, entre outras coisas. Por outro lado, quando se fala de jornalismo médico assume-se que este destina-se ao grande público. No entanto, como se verá nesta investigação, há certos órgãos da imprensa médica, como os jornais de informação médica, em que se exerce jornalismo médico. Assim, há jornalistas profissionais que exercem jornalismo médico na imprensa médica, cujos destinatários são os médicos e não o público em geral. Neste trabalho de investigação, pretende-se exatamente analisar as peculiaridades do jornalismo profissional que se exerce nos jornais de informação médica, que são uma das categorias de publicações que se enquadram na imprensa médica.

Outro conceito que convém salientar é relativo à utilização da expressão "ator social", num sentido mais genérico do que "fonte de informação", estudadas por vários autores, tais como Jeremey Tunstall (1971), Leon Sigal (1973), Molotoch e Lester (1975), Gans (1980, Oscar Gandy Jr. (1982), Richard

Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan (1989). Esta opção vem no seguimento de textos de outros autores realizadas que utilizam esta mesma designação. Por outro lado, esta escolha é o reflexo de um outro aspeto:

> a metáfora da fonte de informação é pródiga em mal-entendidos. Recorrer à fonte sugere um comportamento ativo para se abastecer de um género (água ou informação) naturalmente disponível. Este jogo de conotações condiz com as imagens do jornalista curioso ou insistente, o que induz em erro, não porque os jornalistas sejam desprovidos de espírito de iniciativa e de habilidade para aceder a informações escondidas, mas porque as fontes são, hoje em dia, particularmente ativas (NEVEU 2005: 68).

Indo ao encontro desta ideia, Rogério Santos afirma que as fontes "são empreendedoras políticas que procuram usar adequadamente os recursos e possuem estratégias de comunicação, com técnicas sofisticadas de relações públicas (Anderson 1997), para atingir certos destinatários com objetivos específicos (Schesinger e Tumber 1994)" (SANTOS, R. 2003: 43). Além do mais, o mesmo autor classifica os jornalistas consoante a relação destes com as fontes, considerando que existem dois tipos: o "gatherer", que procura informação junto das fontes e o "processor", que trabalha na redação, orientado para as audiências (*Cf.* SANTOS, R. 2003: 17).

Finalmente, uma breve referência aos conceitos de doente, paciente ou utente em saúde, que serão referidos nos momentos oportunos. Isto porque ao longo dos tempos, quer a designação, quer o papel do destinatário dos cuidados médicos têm-se alterado. Assim, Richard Thomas faz referência à redefinição do conceito de paciente:

> de todos os desenvolvimentos do sistema de saúde das últimas duas ou três décadas, talvez o que tenha mais implicações para a comunicação da saúde é a redefinição do paciente. Pelo final do século XX, o termo "paciente" foi sendo substituído por "cliente", "consumidor" ou "utente", dependendo da situação (THOMAS 2006: 36).

Mais do que uma mudança de designação, há uma mudança de perfil, pois enquanto o termo "paciente" implica o estado dependente e submisso, as novas expressões implicam uma postura mais proactiva (*Cf.* THOMAS 2006: 36). De facto, "estão a pedir mais atenção por parte dos médicos e maior parceria no processo terapêutico" (THOMAS 2006: 36).

Ao longo de toda a obra, procura-se dar uma perspetiva o mais completa possível do mercado informativo dos jornais de informação médica. Isto porque, "a natureza e a dimensão do mercado em que uma organização noticiosa opera também são agentes provavelmente configuradores das histórias jornalísticas, em interligação com a busca do lucro ou, pelo menos, do equilíbrio financeiro, e com a saúde da economia da(s) empresa(s), do país e dos seus cidadãos" (SOUSA 2000[b]: 66). Neste sentido, no presente estudo, abordam-se alguns dos aspetos do macro e microambiente jornalístico, assinalados por Francisco Iglesias. Para este autor, a nível do macroambiente, os aspetos que podem ter uma maior incidência no mercado da informação são: antecedentes históricos, espaço geográfico, evolução e situação demográfica do mercado, conjuntura económica, configuração legal e política, transformação tecnológica (*Cf.* IGLESIAS 2001: 24-28); entre outros. Quanto ao microambiente do mercado informativo, este inclui: clientes, isto é, leitores, assinantes e anunciantes; fornecedores de material informático, serviços jurídicos ou fiscais; intermediários, como é o caso dos distribuidores, e concorrentes (*Cf.* IGLESIAS 2001: 28-29).

A necessidade de assumir esta perspetiva abrangente nos estudos mediáticos encontra suporte nas ideias defendidas por vários autores. Por exemplo: "não é possível pensar o sistema dos media em determinada época sem analisar a forma como se processa a interação entre a dependência do poder, as tecnologias utilizadas, os aspetos económicos (investidores e mercado), as retóricas, os públicos-alvo e os usos sociais" (AAVV 1999: 43), afirma Mário Mesquita. Também Érik Neveu preconiza a importância de compreender "uma rede de interdependências que passa pela relação com as fontes, pela estrutura do campo jornalístico e pela sua relação com o campo económico" (NEVEU 2005: 134). Aliás, alerta para "os efeitos crescentes da influência do

campo económico tanto sobre as práticas jornalísticas como, pela ação em ricochete destas, sobre uma série de campos de produção cultural" (NEVEU 2005: 134). "Os jornalismos – o plural impõe-se – só são percetíveis se forem reposicionados numa sociologia do trabalho e das organizações" (NEVEU 2005: 134), sustenta.

Neste âmbito, a influência das organizações jornalísticas na notícia, o peso dos constrangimentos organizacionais no trabalho dos jornalistas e a diferença entre organização jornalística e organização mediática, demonstrando a pertinência do estudo e ambas, são relçados por Rogério Santos (*Cf.* SANTOS, R. 2003: 14-17). A propósito, Ana Lopes assinala alguns constrangimentos provenientes do sistema mediático: o relacionamento com outros sistemas interdependentes do mediático, e interdependentes entre si, nomeadamente o sistema produtivo (indústria, publicidade), o político (as instituições, os partidos, os movimentos e grupos informais), o cultural (o discurso dos media, as formas literárias e narrativas) e ainda o público (não redutível às audiências); as leis do mercado e da concorrência, dos imperativos comerciais e publicitários e da lógica do lucro; a propriedade dos media, grau de concentração, características dos grupos especializados e multimédia; as pressões dos *lobbies* políticos, económicos, desportivos e outros e a legislação respeitante à comunicação social (*Cf.* LOPES 2006: 43)

Em termos de estrutura, este livro encontra-se dividido em três partes. A primeira parte é dedicada à temática da comunicação da ciência, sendo fulcral perceber que esta ocorre "entre as disciplinas dentro das ciências e entre a ciência e o público" (GREGORY e MILLER 2000: 26). Partindo deste domínio amplo em que se insere a investigação, faz-se a divisão da primeira parte em quatro capítulos. No primeiro capítulo, abordam-se as particularidades das duas áreas científicas centrais na pesquisa: a medicina e o jornalismo. Enquanto em relação à medicina, observa-se o percurso da afirmação da mesma como ciência e a ligação peculiar que estabelece com a arte, já em relação ao jornalismo, traçam-se as respetivas características como profissão, negócio e área de investigação científica.

Segue-se um capítulo dedicado à comunicação entre cientistas, onde se exploram alguns temas que contribuem para a sua compreensão, indo desde o impacto da invenção da imprensa na relação entre cientistas até às características da imprensa científica na atualidade e as tendências evolutivas da mesma. Acerca desta temática, João Caraça declara que "o conhecimento científico circula com base em meios de comunicação especializados (revistas científicas, congressos científicos, seminários, workshops, comunicações particulares, pré-publicações) que emergem nas várias e diversas disciplinas e subdisciplinas" (CARAÇA 1997: 73), isto é, "no fundo, a ciência é o conhecimento que circula no conjunto da comunidade científica no decurso da sua atividade profissional, institucionalizada" (CARAÇA: 80). Outro aspeto merecedor de atenção é a obrigatoriedade de publicar, com que se deparam os cientistas, isto é:

> uma das formas de avaliar um cientista é pelos artigos que publica em revistas especializadas. Quanto mais conceituada a revista e mais citado o artigo em outras publicações do género, melhor a pesquisa. O critério é adotado pelas agências financiadoras para escolher a quem distribuir os recursos e, embora não constitua uma regra entre jornalistas, tem sido cada vez mais usado pelos que cobrem ciência para escolher os assuntos que vão divulgar (FALCÃO 2006: 89).

Ainda neste capítulo, aborda-se o caso particular da imprensa médica, fazendo a indispensável distinção entre esta e o jornalismo médico. A este nível, Isaac Epstein assegura: "a comunicação da saúde é uma espécie cujo género é a comunicação da ciência. Esta, por sua vez, abriga duas modalidades: a comunicação científica interpares (primária) e a comunicação pública da ciência (secundária)" (EPSTEIN 2004[b]). "A comunicação primária ou interpares ocorre através de linguagens e códigos específicos, apenas acessíveis aos profissionais treinados e com formação nas respetivas disciplinas. A comunicação secundária ou pública deve ser feita em linguagem corrente" (EPSTEIN 2004[b]), explica. Neste caso, pode falar-se de jornalismo médico que engloba "todas as informações de saúde e as histórias médicas tratadas pelos jornalistas profissionais e veiculadas nos media" (LEVI

2001: 4). Apesar destas diferenças entre imprensa médica científica e jornalismo médico, deve atender-se à especialização crescente da ciência e, nomeadamente, da medicina. Na verdade, "num sistema científico que se especializou até ao presente grau de especialização e de diferenciação, não é de espantar a afirmação de que "a ignorância acerca de um domínio específico da Ciência é quase tão grande entre cientistas que trabalham noutra área como entre leigos" (GARCIA 2000: 268). Indo ao encontro desta ideia, Jane Gregory e Steve Miller questionam mesmo o significado da expressão "público leigo", exemplificando:

> muitos especialistas em Física não têm vergonha em admitir que sabem pouco de Biologia: quando chega a Biologia, os Físicos são pessoas leigas – muitas vezes não sabem mais de Biologia do que qualquer outra pessoa. O mesmo pode ser dito sobre diferentes campos dentro da Física: um Físico Nuclear pode felizmente saber pouco de Eletrónica (GREGORY e MILLER 2000: 97).

"Na Ciência, e mesmo no interior de alguns campos da Ciência, a linha dividindo 'especialistas' e 'leigos' é flexível e dinâmica e o mesmo se aplica à sociedade como um todo", concluem (GREGORY e MILLER 2000: 97-98). Neste sentido, Carlos Elías, referindo-se ao tipo de linguagem das revistas científicas, assegura: "é certo que muitos dos artigos são quase incompreensíveis, mesmo para cientistas que não trabalhem nessa área de investigação" (ELÍAS 2003: 269).

O reconhecimento do impacto social, económico e político da ciência teve como consequência o empenho nas políticas científicas de vários países, que são analisadas no terceiro capítulo, com especial destaque para a situação portuguesa. Neste contexto, a comunicação da ciência não pode apenas ser entendida e, menos ainda, desenvolvida como um fenómeno interpares – leia-se entre cientistas (*Cf.* GASPAR 2004: 4) –, pelo que, neste mesmo capítulo, explora-se a comunicação entre os cientistas e o público em geral. Então, "no que se refere ao potencial recetor, a divulgação cien-

tífica orienta-se para o público em geral, enquanto o discurso científico se destina à comunidade de especialistas de uma determinada área do saber" (GASPAR 2004: 35).

Deste modo, analisa-se a questão do impacto social da ciência e a importância da comunicação pública da ciência, que explica a criação do conceito *"Public Understanding of Science"*. Nesta perspetiva, entende-se a "divulgação científica como sendo aquela atividade comunicativa que possibilita ao público em geral tomar conhecimento de determinados saberes científicos através de um novo discurso cujos fins e forma não são necessariamente científicos" (GASPAR 2004: 38).

A relação entre cientistas e jornalistas é uma peça fulcral para a chegada da informação sobre ciência ao público em geral, através dos media, pelo que é tratada em pormenor. Uma das caraterísticas desta interação é a existência de barreiras e diferenças entre cientistas e profissionais dos meios de comunicação social. Algumas destas divergências são: a noção do tempo, diferentes aproximações da realidade, diferentes linguagens e diferentes formas de encarar a objetividade (*Cf.* LEÓN 2001: 76). Por outro lado, Furio Colombo alerta para a "enorme dificuldade do jornalista quando se tem de confrontar com a investigação científica e os seus resultados reais ou presumíveis, ainda mais numa fase histórica em que convém aos cientistas, mesmo por razões económicas e de exibição do seu talento, a publicação frequente e clamorosa das suas próprias investigações" (COLOMBO 1998: 102). Acresce a isto "uma certa preguiça (cada vez maior) no mundo da informação, que aceita cada vez mais o papel de balcão *fast-food* de alimentos pré-confecionados" (COLOMBO 1998: 105).

Para além dos cientistas, outras fontes de informação básicas para os jornalistas de ciência e medicina são: publicações científicas, a mais constante fonte das notícias de Ciência; reuniões científicas, para notícias novas, para aprofundar e cimentar os conhecimentos; conferências de imprensa e *press-releases* (*Cf.* GREENBERG 1998: 97).

Acerca da realidade portuguesa, é "ainda burocrático e difícil obter informações sobre a investigação da maioria dos laboratórios do Estado ou das universidades, e muitas vezes o jornalista não consegue falar diretamente com o cientista, muito menos em tempo útil" (XAVIER *et al.* 2011: 38). No entanto, os mesmos autores admitem:

> com o aumento da atividade científica de excelência em Portugal, a conotação positiva que muitas notícias de ciência têm (por exemplo, o desenvolvimento de tecnologias úteis à sociedade e de novas vacinas) e a melhoria da escolaridade, poderá esperar-se que a ciência também venha a ter mais visibilidade em Portugal. Em conjunto, cientistas e jornalistas terão, cada um à sua maneira, um papel vital neste processo. Pede-se maior proatividade aos cientistas, quer individual, quer institucionalmente (XAVIER *et al.* 2011: 39).

A especialização do jornalista – em ciência, saúde ou qualquer outra área – faz com que este assuma

> características diferenciadoras do jornalista generalista: a sua formação académica e profissional, a atitude que adotam ante a informação, a relação que estabelecem com as fontes de informação, a metodologia de trabalho que empregam e os objetivos que perseguem. O jornalista especializado adota uma atitude profissional de maior rigor e profundidade perante a informação do jornalista generalista. Além disso, a relação do jornalista especializado com as fontes é de maior intensidade já que oferece às mesmas uma maior garantia e fiabilidade. Quanto à metodologia de trabalho, o jornalista especializado utiliza as técnicas próprias do jornalismo de investigação. Finalmente, os objetivos do jornalista especializado centram-se em oferecer uma informação mais contrastada, em que se analisem as causas e as consequências da mesma (RAMÍREZ e MORAL 1999: 12).

Porém, "o escritor de ciência é, acima de tudo, um repórter e como tal não tem direito a formar preconceitos ou conflitos de interesse" (PERLMAN 1998: 5). Aliás, Anabela Carvalho destaca que "nos últimos anos, os jornalistas estão cada vez mais inclinados a expor os bastidores da ciência e da sua relação com a esfera económica e política" (CARVALHO 2004: 45).

Por último, o quarto capítulo pretende descrever o jornalismo na área da medicina, pelo que se esclarecem vários pontos fundamentais. Um dos temas abordados é o protagonismo da medicina no jornalismo de ciência. Esta ideia é exposta por Esa Väliverronen, que afirma: "a saúde do ser humano é uma das áreas mais populares na comunicação da Ciência. Saúde e doenças fornecem aos media muitas histórias de interesse" (VÄLIVERRONEN 2004: 363). Então, "todas as múltiplas possibilidades de produzir uma mensagem sobre o corpo e o seu funcionamento são aproveitadas e amplificadas até ao infinito" (CORREIA 2006: 2).

Ainda neste capítulo, foca-se a importância dos media como fonte de informação sobre saúde para a população em geral, bem como a inerente evolução da relação entre médico e doente. A propósito, Maria do Rosário Dias garante: "afinal, são os jornais e as revistas que fornecem a maior parte da informação científica e de saúde pública, tendo o estatuto privilegiado de poderem publicar rapidamente novas e relevantes descobertas científicas e clínicas, com impacto no conhecimento do público e da sua mudança de comportamentos" (DIAS 2005: 39). Alguns exemplos das vantagens desta utilização dos media como fonte de informação sobre saúde são: "melhorar os cuidados de saúde para pessoas com doenças crónicas e agudas; reduzir o impacto dos fatores socioeconómicos, racionais e étnicos, em doenças específicas, nos cuidados de saúde; melhorar a efetiva prevenção da doença e promoção da saúde" (ESPANHA 2009: 40).

Os potenciais perigos da divulgação médica podem ser minorados com a adequada formação dos jornalistas, juntamente com a preparação dos médicos e dos próprios cidadãos. Richard Thomas sustenta:

> para apoiar uma melhoria nas atividades de comunicação de saúde, serão necessárias pesquisa e avaliação de todas as formas de comunicação, de modo a construir a base científica do campo da comunicação médica baseada na evidência. No seu conjunto, estas oportunidades representam áreas importantes para fazer melhorias significativas na saúde individual e comunitária (THOMAS 2006: 185).

Neste sentido, sublinha-se a importância da formação dos jornalistas na área médica, com particular destaque para o caso de Portugal.

A segunda parte tem por objetivo traçar um panorama o mais completo quanto possível sobre a medicina, a indústria farmacêutica e a imprensa médica em Portugal. Para tal, começa-se por descrever aspetos económicos, políticos, profissionais e sociais da medicina em Portugal. O capítulo seguinte é dedicado à explanação do poder económico e social da indústria farmacêutica neste país, integrado no quadro geral complexidade do mercado farmacêutico, com vários intervenientes e objetivos de gestão e intervenção por vezes antagónicos. Compreender o valor da comunicação na indústria farmacêutica é fulcral nesta investigação, pelo que são explicadas as estratégias de comunicação entre a indústria farmacêutica e os vários públicos-alvo: médicos, os media e o público em geral. Destas áreas, a mais estudada tem sido a relativa às técnicas utilizadas pela indústria farmacêutica para transmitir a informação desejada a quem prescreve os seus produtos: os médicos.

Neste âmbito, Jerome Kassirer concretiza: "em 2002, um médico recebe dezenas de cartas de empresas farmacêuticas que lhe oferecem incentivos para participarem numa variedade de eventos patrocinados" (KASSIRER 2005: 4). Outra circunstância importante é que "os médicos acedem a muitas outras fontes de informação sobre medicina" (KASSIRER 2005: 83). Porém, como adianta o mesmo autor,

> há inúmeros exemplos em como os fatores financeiros parecem ter influenciado a informação que os médicos recebem. Alguns deles aparecem sobre a forma de artigos em jornais médicos científicos, outros em sítios na internet e panfletos patrocinados por empresas farmacêuticas e ainda outros em sessões de formação contínua conduzidas por médicos líderes de opinião com laços financeiros às empresas às quais pertencem os produtos que descrevem (KASSIRER 2005: 84-5).

No último capítulo desta parte, faz-se uma caracterização da imprensa médica em Portugal. Inicialmente, relata-se a História e evolução da imprensa científica, em geral, e da imprensa médica, em particular, neste país. Seguidamente, tenta-se explicar a entrada do jornalismo nesta área, anteriormente reservada aos médicos. Abordando este fenómeno complexo, Érik Neveu cita um estudo sobre médicos-jornalistas, de Dominique Marchetti e P. Champagne, de 1994, no qual se conclui que, em tempos,

> especialidade marginal e rara, a rubrica 'medicina' era detida por médicos-jornalistas, que se consideravam, em primeiro lugar, como membros do corpo médico e elogiavam com deferência as conquistas da medicina. O desenvolvimento dos desafios da saúde e o excesso de médicos, que desvalorizam o prestígio do médico e que tornam as carreiras mais aleatórias, provocam uma mudança que se inicia nos anos setenta. Esta empurra uma nova geração de especialistas para uma imprensa e para novas rubricas em plena expansão. Apesar de possuir o diploma de médico, o jornalista médico considera-se antes de mais um jornalista. Valoriza, por isso, uma postura de distanciamento, crítica ou preocupada com o consumidor. A sida veio desempenhar um papel decisivo contribuir para 'desmedicalizar' uma informação sobre saúde que caminhava já nesse sentido (NEVEU 2005: 98).

Também neste capítulo, caracteriza-se a imprensa médica atual, destaca-se a diversidade de fontes de informação a que os médicos acedem, fornece-se uma visão geral sobre as publicações médicas existentes e avança-se para uma categorização das mesmas. Assim surge a nomenclatura em que se encontra a denominação para as publicações analisadas nesta pesquisa: os jornais de informação médica.

A terceira e última parte da presente obra é ocupada pelo estudo aprofundado dos jornais de informação médica em Portugal. Para começar, caracteriza-se a investigação, ou seja, os objetivos, as perguntas de investigação e a metodologia utilizada. Segue-se a explanação dos resultados relativos à análise dos processos de produção jornalística nos jornais de informação médica "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família". Em primeiro lugar, apresenta-se a História e evolução dos meios, bem como as perspetivas de futuro dos mesmos. Além disso, descrevem-se os jornais de informação médica em termos empresariais, isto é: os objetivos, a estrutura da organização, as fontes de lucro, a concorrência e o setor. Em seguida, traça-se o perfil dos jornais de informação médica enquanto produtos jornalísticos, o que inclui, por um lado, o processo de produção jornalística, ou seja: os princípios editoriais, a estrutura da redação, os autores dos textos, as principais rotinas profissionais e a relação entre os jornalistas e os atores sociais que assumem o papel de fontes de informação. Por outro lado, da análise do conteúdo dos jornais de informação médica obtêm-se informações sobre múltiplas componentes jornalísticas dos mesmos: a estrutura formal dos jornais (páginas, cadernos ou suplementos e organização por secções), os géneros jornalísticos, os temas de primeira página e do jornal, os valores-notícia, a primeira página, a linguagem, a iconografia (fotografia e imagem não fotográfica) e a edição *online*.

Depois, tentam-se aferir as consequências da dependência económica dos jornais de informação médica em relação à indústria farmacêutica em três frentes: nos conteúdos dos jornais de informação médica (a publicidade e a

ligação entre os conteúdos editoriais e publicitários), na empresa que publica os jornais de informação médica, no processo de produção jornalística e na indústria farmacêutica.

As funções dos jornais de informação médica – sociais, profissionais, científicas e de informação para a prescrição – são escrutinadas no capítulo subsequente. Neste, surgem deduções resultantes do cruzamento de informação obtida pelos três enfoques sobre o problema: a visão dos diretores e editores dessas publicações, aquilo que se conclui pela análise de conteúdo dos jornais e o ponto de vista dos financiadores dos mesmos, isto é, a indústria farmacêutica.

O último capítulo delineia uma apreciação crítica sobre as principais conclusões retiradas desta investigação, surgindo depois a conclusão mais abrangente e a bibliografia de referência.

Enfim, "o objetivo que se pretende atingir é, pois, simultaneamente teórico e empírico, uma vez que todos sabemos que uma especulação geral sem investigação no terreno constitui uma ilusão e que uma investigação no terreno sem enquadramento teórico não tem fundamento" (RIEFFEL 2003: 6). Desta feita, pareceu pertinente traçar este percurso de investigação, por várias ordens de razão. Em primeiro lugar, pelo valor académico e científico deste estudo. Dado que são quase inexistentes as teorizações e estudos nesta área do jornalismo, é fundamental analisar a situação do país a este nível e, assim, desbravar o caminho para as investigações sobre esta temática, quer a nível nacional, quer internacional. Por outro lado, dada a importância da medicina na sociedade, esta investigação tem, por consequência, interesse social. Além disso, dos resultados obtidos podem tirar-se conclusões importantes para a medicina, em termos profissionais, científicos, sociais e da comunicação nesta área. Os próprios jornais de informação médica podem beneficiar com este estudo, dado que poderão ajustar-se conforme os aspetos positivos ou negativos detetados e, especialmente, de acordo com a perspetiva sobre os mesmos, apresentada pela principal base de susten-

tação financeira destas publicações: a indústria farmacêutica. Por sua vez, esta também tem, neste volume, um possível valioso auxiliar na definição de estratégias de comunicação adequadas aos seus objetivos.

Uma nota final neste introito serve para salientar que todas as citações em qualquer Língua estrangeira, utilizadas ao longo do livro, foram traduzidas pela autora, de modo a tornar a leitura mais fluida e útil a um público alargado, como é o caso dos estudantes de vários graus de ensino. Houve o cuidado de ser o mais fiel possível às ideias originais dos autores, tendo em atenção o contexto das mesmas, de modo a atingir o máximo rigor científico.

Parte I

A Comunicação da Ciência

Capítulo 1

MEDICINA E JORNALISMO: PARA ALÉM DA CIÊNCIA

Neste capítulo, procurar-se-á desenhar o perfil das duas áreas de conhecimento que protagonizam este estudo: a medicina e o jornalismo. Assim, quer num caso, quer noutro, irá perceber-se que ambos representam mais do que territórios científicos peculiares. Em primeiro lugar, será analisada a afirmação da medicina como área científica, bem como a ligação desta disciplina com a arte. Isto porque além de existirem múltiplas referências a uma vertente de arte na prática médica, também se verifica uma forte ligação entre os médicos e várias atividades artísticas. Em segundo lugar, serão apresentadas as principais características do jornalismo em vários níveis: como área de investigação científica, como atividade profissional e como negócio. Neste último ponto ver-se-ão as dificuldades de conciliar os objetivos empresariais – o lucro – com os objetivos editoriais, que passam, acima de tudo, por produzir informação interessante, pertinente, atual, verdadeira, isenta, rigorosa e abrangente.

1.1 A medicina como ciência

A medicina tem sido sempre, ao longo de todo o seu desenvolvimento, uma área muito particular da ciência. O interesse deste facto é que tal singularidade da medicina irá refletir-se no tratamento jornalístico de que a mesma é alvo, bem como em certas características da imprensa médica. Por isso mesmo, este ponto dedica-se ao posicionamento da medicina no universo científico, tendo em conta a sua evolução até à atualidade.

Até há relativamente pouco tempo, uma das ideias dominantes era que a Medicina não chegava a ser uma Ciência, sendo inferior às outras áreas do conhecimento científico. Por exemplo, George Sarton acreditava numa "hierarquia das Ciências", em que a Matemática estava no topo, e bem atrás as Ciências Biológicas, mais abaixo ainda a Medicina, que considerava ser uma "arte prática" (*Cit. in* DEBUS 1984: 90-93). Mesmo na atualidade, Héctor Fraiman assume uma posição radical, ao defender que a medicina não é uma ciência. E justifica:

> querer que a medicina seja uma ciência é um erro conceptual; afirmar o contrário não constitui um menosprezo nem um detrimento da atividade, mas sim uma proposição baseada na análise das características intrínsecas que surgem de uma mínima reflexão epistemológica. Nem o humanismo nem a ética permitiriam aplicar a metodologia estritamente científica para compreender o funcionamento íntimo, metafísico do ser humano, das suas doenças e dos seus possíveis tratamentos. Devemos pois, admitir que a medicina, caracterizada na atualidade e com vocábulos apropriados à época, seria um saber e uma prática, que implicariam estudo, investigação, meditação, inteligência e prudência. O que não é pouco (FRAIMAN 1997: 2).

Esta ideia poderá dever-se a aspetos concretos da evolução da Medicina. "Até há mesmo muito pouco tempo, quase todos os procedimentos médicos eram mágicos. Hoje, porém, a Medicina é um ramo da Ciência da mais cara e ao mais alto nível" (LEACH 1992: 23). Isto significa que "na segunda metade do século XX, a Medicina desenvolveu-se de uma arte incerta para algo que se aproxima da Ciência" (BURKETT 1990: 155).

O binómio "ciência-arte" está emblematicamente presente no carácter da medicina, sendo um dos seus problemas mais antigos. Aliás, a História da medicina é complexa e deve ser feita uma retrospetiva de longo alcance, para compreender que os profundos e fascinantes progressos científicos dos últimos 200 anos não impediram a permanência de uma certa irracionalidade e ritos mágicos dos primórdios da medicina. O homem contemporâneo

deposita a sua confiança na alta tecnologia hospitalar, mas mantém a sua fé nas curas miraculosas, florescendo as chamadas medicinas alternativas. Neste sentido,

> o que vemos no auge da pretensão científica do saber médico é na realidade uma medicina o menos científica possível, pois que ela acaba por resgatar um tom mágico-religioso da sua prática, próprio da antiguidade. Médico e paciente são atravessados por uma representação do processo saúde-doença que confere aos novos objetos técnicos a antiga ilusão de dominação mágica do mundo (RESENDE 2008: 126).

O carácter dual da medicina como ciência-arte é destacado por Pedro Zulaica: "o dicionário define a Medicina como ciência e arte de prevenir e curar as doenças do corpo humano, tendo passado de princípios do século XX de muita Arte e pouca Ciência para a atualidade de muita Ciência e igual Arte" (ZULAICA 1995: 14).

A nível da História da medicina, é inevitável referir a Grécia, em meados do século IV e século V a.C., e uma figura de referência: Hipócrates (460--390 a.C.). Aquele que é considerado o pai da medicina moderna criou uma renomada escola de medicina na ilha de Cos onde os estudantes aprendiam a diagnosticar doenças através da observação. Foi desta escola que surgiu a primeira versão do Juramento Hipocrático, que "traduz a dignidade moral da profissão, a elevada competência técnica que lhe é exigida e o respeito pelo outro, na pessoa do doente. Servirá de modelo não só à ética profissional da medicina mas também, posteriormente, a todas as outras profissões" (CARVALHO 2002: 44). É também importante a forma como Hipócrates define medicina: "libertar completamente os doentes dos seus sofrimentos ou amortecer a violência das doenças, e não tratar dos doentes que se encontram vencidos pelas doenças, sabendo que a medicina pode tudo isso" (CARVALHO 2002: 42). Note-se como a par da preocupação com a medicina curativa ("libertar completamente os doentes dos seus sofrimentos") e com a

medicina paliativa ("amortecer a violência das doenças") se encontra a consciência que há limites ao saber/poder" (*Cf.* CARVALHO 2002: 42). Apesar da inegável rutura com o pensamento mágico, deve-se ter atenção no seguinte:

> qualificar a medicina hipocrática como científica requer algum cuidado pois não podemos pretender comparar a "ciência" que se produziu naquele tempo com a ciência atual. Mas, se entendermos por ciência, em sentido lato, a produção racional de leis gerais explicativas dos fenómenos baseada na observação sistemática de casos individuais acompanhada de princípios e métodos de investigação, então estamos, indubitavelmente, perante uma nova atitude face à doença, o primeiro esforço da medicina para se libertar do pensamento mágico e constituir-se como racionalidade (CARVALHO 2002: 41).

Os primórdios da medicina como ciência encontram-se, pois, na escola hipocrática, onde exercitou-se o registo minucioso de casos clínicos: manifestações da doença, evolução, desfecho e terapêuticas utilizadas. Como destaca Maria Manuela Carvalho, estes registos foram "conscientemente produzidos para servirem de fundamento às regras gerais da prática médica. A partir do indivíduo, do conhecimento das diferenças assistiu-se à criação de um *eidos* comum a todas as doenças que permitisse encontrar tipos ou classes de doenças." (CARVALHO 2002: 43) Nesta medida, "se bem que embrionariamente, estamos perante uma das condições essenciais da investigação científica: a existência de um método" (CARVALHO 2002: 43).

Enfim, a medicina atual – plena de progressos científicos, técnicos e tecnológicos – assume-se como uma ciência. Concomitantemente, subsiste o conceito de arte médica, isto é, "a aptidão que deve ter o médico de ativar sua criatividade em todos os atos, clínicos ou cirúrgicos, da assistência ao paciente" (MARTINS 1993: 162). Na mesma linha de pensamento, a "medicina é uma ciência que para ser útil requer a arte do médico para se aproximar do paciente. Arte entendida como um não ao reducionismo (neste caso científico) e ao dogmatismo (de escola), e sim uma abertura à singularidade de cada ser humano" (GUTIÉRREZ-FUENTES 2008: 11).

1.1.1 Medicina e Arte

Como se concluiu no ponto anterior, alguns autores referem-se à medicina como Arte ou uma área muito próxima desta. "A medicina é a mais 'humana' de todas as profissões, aquela que, como a arte, tem por objeto o 'homem total'" (DANTAS 1947: 9), defende Júlio Dantas. O mesmo acrescenta: "o médico é fundamentalmente, essencialmente um 'artista' e quando não o é, de uma maneira ou de outra, poucas vezes conseguirá ser um grande médico" (DANTAS 1947: 9). A experiência clínica ensina que a racionalidade é uma condição necessária, mas não suficiente, para o exercício da medicina. O que quer dizer que trabalhar as emoções pode servir para melhorar a eficácia do exercício da profissão, porque a relação médico e doente (e por extensão a que se estabelece entre qualquer profissional de saúde e os doentes) está impregnada de comunicação emocional.

Contudo, o binómio "medicina-arte" não se fica por aqui, pois há uma longa tradição de médicos ligados a atividades artísticas, incluindo Música, Artes Plásticas e Literatura. Esta última constitui um caso muito particular, devido à maior dimensão e relevo em relação às outras artes. "É um facto que, desde sempre, os médicos, algum deles, se dedicaram, ou dedicaram algum do seu tempo, à literatura, nas suas mais variadas formas" (REIS 2003: 12). Além do mais, isto constitui um fenómeno deveras pertinente para esta investigação, na medida em que o jornalismo era considerado, em tempos idos, um ramo da literatura.

O problema que se põe é que "não são claras e muito menos definitivas as razões, ou a razão, porque isto se tem passado assim ao longo de séculos de conhecimento, em que se verifica uma marcada tendência dos médicos para a escrita" (REIS 2003: 12). No entanto, Carlos Vieira Reis assegura: "há que ressalvar e realçar a importância que a prática médica pode trazer ao escritor. É uma verdade incontornável que a relação médico-doente é um caldo de cultura de sentimentos, difíceis de cozinhar noutras relações menos intensas" (REIS 2003: 12). "Por isso se poderá dizer que os médicos são observadores privilegiados da vida exterior e interior em real e *prime*

time", conclui (REIS 2003: 13). Seguindo este fio condutor de pensamento, Armando Moreno coloca a questão: "Porque escrevem certos médicos? A que responderei: porque têm alma de artista, porque dominam a língua, porque convivem com o sofrimento, porque conhecem as questões sociais, porque admiram o belo, porque gostam de criar, porque respeitam a vida, porque admiram a vida e as belezas que encerra" (MORENO 2003: 35).

As razões desta forte ligação dos médicos à atividade artística são registadas por outros autores, como Luís de Pina, que enumera: "por insatisfação na rotina profissional, por intenso e inabalável desejo de extroversão do permanente materialismo dos mesteres técnicos" (PINA 1964: 6). Uma das ideias é que "as letras e as artes tornar-se-ão, para a maioria dos médicos, um refúgio e uma diversão indispensável" (LAEMMER 1941: 3). Na visão de Dante Gallian,

> a substancial inserção do médico em seu meio sociocultural, fazia com que seu papel não se restringisse ao de simplesmente curar ou não as enfermidades. Ele era também aquele que, frente aos limites e impossibilidades médicas, sabia acompanhar o enfermo e seus familiares, ajudando-os no sofrimento, na preparação para a morte, além de intervir como orientador nos assuntos mais diversos, tais como o despertar da sexualidade nos adolescentes, os problemas de relacionamento do casal e inúmeras outras questões da vida familiar. Não se pode estranhar portanto que o médico acabasse assumindo outras atividades além da medicina: as artes, as ciências, a história, a literatura, a política, entre outras (GALLIAN 2000).

O médico e escritor João Lobo Antunes, numa conferência intitulada "A(s) Arte (s) e a Medicina" (decorrida na Faculdade de Medicina da Universidade do Porto em 16 de Novembro de 2010), destacou a importância da relação entre a Arte e a Saúde:

> a Medicina, dentro da área das Ciências, é das profissões mais representada pelos artistas. E é representada de várias formas: começou com a Anatomia, continuou com a representação de inúmeros atos médicos,

> muitos atos cirúrgicos, ilustrações cirúrgicas, obras com a expressão do sofrimento, muitos retratos de médicos famosos, fotografia de alta qualidade, muita representação da criança doente, e tantas outras imagens que enquadram o mundo da Medicina no seio das Artes Plásticas.

A existência de associações nacionais e internacionais de médicos artistas comprova a importância da Arte para estes profissionais. Existe, então, a União Mundial dos Escritores Médicos (UNEM) que, tratando-se de uma organização mundial, reúne Sociedades de Médicos Escritores de todos os países. Em Portugal, a SOPEAM – Sociedade Portuguesa de Escritores e Artistas Médicos é uma realidade desde 1969. Esta foi criada inicialmente com a designação de Sociedade Portuguesa dos Escritores Médicos – SOPEM, e teve como seu primeiro presidente, Barahona Fernandes; como vice-presidente, Fernando Namora e como secretário-geral, Mário Cardia. No ano de 1992, resolveu-se alargar a SOPEM aos artistas médicos, passando então a chamar-se Sociedade Portuguesa dos Escritores e Artistas Médicos – SOPEAM. Foi também criada a União dos Médicos Escritores e Artistas Lusófonos – UMEAL, juntando numa mesma sociedade todos os médicos que usam o português como língua.

Dos muitos médicos portugueses que deixaram a sua marca nas artes podem ser aqui enumerados alguns, tais como: Luz Soriano, Andrade Corvo, Teixeira de Queirós, Sousa Viterbo, Marcelino Mesquita, Fialho de Almeida, Queirós Veloso, Samuel Maia, Campos Monteiro, António Patrício, Pedro Vitorino, Jaime Cortesão, Abel Salazar, Júlio Dinis, Júlio Dantas, Silva Gaio, Brito Camacho, Leite de Vasconcelos, João de Araújo Correia, Celestino Gomes, José Crespo, Luís de Pina, Fernando de Almeida, Félix Ribeiro, Miguel Torga, Fernando Namora, Bernardo Santareno, Prista Monteiro, Graça Pina de Morais, entre outros.

Na atualidade, há várias iniciativas que incluem a divulgação e a promoção do desenvolvimento de atividades artísticas por parte dos médicos, através de exposições, concertos, eventos culturais, lançamento de livros, prémios literários, entre outros. Sendo assim, não é de estranhar que nas publicações

destinadas aos médicos haja espaço para notícias neste âmbito. É o caso da revista portuguesa semanal, "Semana Médica", na qual existe mesmo uma secção intitulada "Médicos Artistas", que engloba áreas como Música, Literatura, Escultura, Fotografia e Pintura. "Mais do que médicos, mais do que artistas... médicos com alma de artista. A Medicina e a Arte sempre andaram de mãos dadas. Nomes sobejamente conhecidos e consagrados da Medicina, grandes mentores de descobertas médicas são igualmente artistas de corpo e alma", lê-se na descrição desta secção.

Mesmo na televisão pública generalista portuguesa, a Rádio Televisão Portuguesa (RTP), produziram-se em 2007 duas séries documentais: "Médicos Artistas Portugueses" e "Médicos Escritores Portugueses". Tendo a primeira quatro programas e a segunda doze, ambas foram da autoria de Armando Moreno, um médico estudioso desta temática. O objetivo dos documentários era evidenciar a ligação entre a Arte e a Medicina, através da apresentação de exemplos de médicos com mérito artístico em diversas áreas, particularmente na Literatura.

1.2 A cientificidade do jornalismo

Se até agora foram referidas dificuldades e peculiaridades da afirmação da medicina como área científica, irá agora estudar-se o mesmo problema no âmbito do jornalismo. Isto é, irá explicar-se a afirmação do jornalismo como área de investigação científica. Para tal, traçar-se-á uma perspetiva da evolução dos estudos jornalísticos, que lhes permitiu serem classificados como saber científico, inclusivamente em Portugal.

A dificuldade da afirmação do jornalismo como área científica prevalece: "mesmo entre os estudiosos não há consenso se o jornalismo deve ou não ser considerado como ciência" (ROCHA 2008: 2). Referindo-se à realidade brasileira, mas podendo fazer-se um paralelismo com a realidade portuguesa, no que respeita à formação em jornalismo, Paula Rocha realça que "grande parte das grades dos cursos de jornalismo no país é constituída de ciências humanas e disciplinas técnicas. Poucas tratam o jornalismo como ciência" (ROCHA 2008: 4).

Recordando as origens do pensamento científico sobre a comunicação e o jornalismo, saliente-se que "da obra dos pensadores da comunicação pioneiros emerge a ideia de que é preciso compreender a comunicação, incluindo o jornalismo, como o processo social que baseia a interação entre os indivíduos e permite o desenvolvimento das instituições sociais." (SOUSA 2008ª: 16) Acerca destes primórdios, Jorge Pedor Sousa evoca que, num tempo em que ainda não se falava nem de jornalistas nem de jornalismo, mas em que a imprensa ganhava quotidianamente enorme importância, a tese de doutoramento de Peucer, apresentada em 1690, foi o primeiro trabalho académico sobre as notícias com validade científica. Por isso, encara Peucer como o progenitor não apenas dos Estudos Jornalísticos, como hoje se concebem, mas também das Ciências da Comunicação (*Cf.* SOUSA 2008ª: 18). Peucer "valoriza e aborda essencialmente a vertente informativa dos jornais que relatam acontecimentos, contam novidades, em suma, dão notícias, percecionando, claramente, que a comunicação jornalística, embora possa ter outras finalidades, serve, essencialmente, para informar" (SOUSA 2008ª: 18).

Os estudos jornalísticos assumem um carácter científico, pois: "o conhecimento científico procura conhecer metódica e sistematicamente as relações de causalidade (relações de causa - efeito) entre os fenómenos percetíveis (pelos órgãos dos sentidos ou através de instrumentos), visando, em última análise, encontrar as leis que determinam e regulam essas relações" (SOUSA 2006: 612). Jorge Pedro Sousa exemplifica:

> a resposta à questão "por que é que uma determinada notícia surgiu e é como é?" essencialmente consiste numa resposta a "como é que o fenómeno *notícia X* surgiu e como é que surgiu com determinada forma e determinado conteúdo, quais as causas do fenómeno *notícia X*?". Cientificamente, responde-se a essa questão esclarecendo os processos de recolha, seleção, hierarquização, processamento e difusão de informação jornalística (SOUSA 2006: 612).

Passando para outras características da ciência, esta "pretende chegar a leis universais e a teorias integradoras. Portanto, a ciência é preditiva. A lei científica, mesmo que seja uma lei probabilística, prediz o que acontecerá no futuro em todos os casos iguais àqueles que são explicados pela lei" (SOUSA 2006: 614). Novamente, Jorge Pedro Sousa ilustra com um caso concreto: "Garcia, Stark e Miller (1991) chegaram a uma 'lei' probabilística que tem genericamente o seguinte enunciado: 'quanto maior for uma fotografia publicada num jornal, mais probabilidades tem de ser observada por um leitor'" (SOUSA 2006: 614).

Um aspeto fulcral nos estudos científicos do jornalismo é a inevitável interdisciplinaridade, para a qual Jorge Pedro Sousa chama a atenção:

> o campo das ciências sociais e humanas é dos mais marcados pela interdisciplinaridade, dada a profusão de saberes que pode ser reclamada por várias ciências e a complexidade dos objetos de estudo - o homem e a sociedade. Por exemplo, para a definição do campo científico das Ciências da Comunicação concorrem conhecimentos da psicologia, da psicossociologia, da sociologia, da antropologia, etc. (SOUSA 2006: 613).

A investigação científica em jornalismo tem um marco em 1978, pois, "nesse ano, assistiu-se à publicação de quatro importantes textos no estudo do jornalismo, no universo da língua inglesa" (SANTOS, R. 2010: 219). Rogério Santos enumera os quatro textos fulcrais editados nesse ano: "*Discovering the news*" de Michael Schudson, no qual se destaca o papel da objetividade nas notícias como produto social; "*Policing the crisis*" de Stuart Hall e colegas, em que prevaleceu uma posição marcadamente sociológica e estruturalista, com base numa análise de conteúdo sobre notícias, pela qual se conclui a preponderância das fontes no enquadramento dos acontecimentos; "*Putting 'reality together'*" de Schlesinger, sobre o trabalho interno da BBC, analisando a notícia como resultado do tempo e espaço disponíveis, bem como do controlo exercido sobre os jornalistas através do sistema editorial e da ideologia empresarial e, finalmente, "*Making news: a study in the construction of reality*" de Gaye Tuchman, que estudou as atividades dos jor-

nalistas e seguiu as histórias jornalísticas do começo até à sua impressão, apresentando a notícia como uma construção social e como narrativa (*Cf.* SANTOS, R. 2010: 220).

Na atualidade, "a maioria dos estudos jornalísticos contemporâneos tem por base uma perspetiva sociológica" (SOUSA 2008[b]: 3). De facto, "há autores que escreveram sobre sociologia do jornalismo (Neveu, 2001; McNair, 1998; Schlesinger, 1990), enquanto outros se debruçaram sobre sociologia dos media (Curran, 1996) e sociologia da produção noticiosa (Schudson, 2000)" (SANTOS, R. 2010: 229). Segundo Rémy Rieffel,

> a sociologia dos media propõe-se estudar as diversas modalidades de produção e de receção da informação, as relações que se instauram entre o emissor e o recetor das mensagens, a influência dos media sobre a sociedade, interessando-se mais especificamente pelo comportamento dos vários agentes intervenientes (os jornalistas, os políticos, os responsáveis pela tomada de decisões na área da economia, os intelectuais, mas também os leigos) e pelo comportamento do utente, ou seja, do público (RIEFFEL 2003: 6).

Ressalve-se a perspetiva de Rogério Santos que, embora admita que existe "uma forte contaminação da sociologia sobre os estudos do jornalismo", afiança que "também são evidentes as influências vindas de outras ciências sociais: psicologia, história, etnografia, economia política, teoria das organizações e crítica literária ou análise discursiva" (SANTOS, R. 2010: 229).

No caso de Portugal, é de destacar que "o jornalismo foi considerado um fenómeno social e cultural suficientemente relevante para merecer que vários autores, muitos deles engajados nessa estratégica atividade de comunicação social, o pensassem e discutissem. Teoriza-se sobre jornalismo em Portugal pelo menos desde o século XVII" (SOUSA *et al.* 2008: 361). Tal como assinala Jorge Pedro Sousa,

> o pensamento jornalístico português teve origem na crítica à imprensa, na qual a discussão em torno do paradigma da verdade jornalística foi central. A partir, sensivelmente, do meio do século XIX o pensamento jornalístico português foi-se estendendo, gradualmente, a outras áreas, como a liberdade de imprensa, a ética e a deontologia do jornalismo, a história do jornalismo, o ensino do jornalismo, etc. (SOUSA *et al.* 2008: 361).

Mais tarde, os anos entre 1958 e 1974 foram importantes para a afirmação do jornalismo em Portugal, pois a rádio modernizou-se e introduziu-se a televisão, surgindo trabalhos sobre esses meios, com uma intenção de aprofundamento reflexivo sobre a natureza, funções sociais e efeitos dos mesmos, bem como com uma manifesta preocupação explicativa e pedagógica das linguagens e técnicas jornalísticas. Além disso, a teorização procurou contribuir para apurar o efeito dos meios jornalísticos, nas pessoas e nas sociedades (*Cf.* SOUSA 2010: 435). Por outro lado, "grande parte da reflexão produzida sobre jornalismo em Portugal entre 1958 e 1974, orbita em torno da questão da liberdade de imprensa" (SOUSA 2010: 436).

Após o 25 de Abril de 1974, ou seja, no período pós-Revolução surgem os investigadores que fundaram os estudos jornalísticos em Portugal, ou seja,

> houve pessoas que, pelo seu pioneirismo, pela influência das suas personalidades quer no campo jornalístico quer no campo académico, e ainda pelo conhecimento que possuíam de realidades académicas onde os estudos jornalísticos se encontram mais desenvolvidos, protagonizaram o papel de "alavanca", dando o impulso necessário para conferir a importância a estes estudos nas novas condições verificadas depois da instauração da Democracia (CORREIA 2008: 372-73).

Neste âmbito, destacam-se três investigadores portugueses: Nelson Traquina, Adriano Duarte Rodrigues e Mário Mesquita. Além disso, há outros investigadores na área dos estudos jornalísticos que se têm destacado, desde essa altura, tais como: Jorge Pedro Sousa, Rogério Santos, Felisbela Lopes, Fernando Correia, Manuel Pinto, João Carlos Correia, Helena Sousa,

José Tengarrinha, Francisco Rui Cádima, Maria Isabel Férin da Cunha, Maria João Silveirinha, João Paulo Faustino, Estrela Serrano, Cristina Ponte, António Granado, João Canavilhas, António Fidalgo, entre outros.

Quanto a associações de investigadores na área do jornalismo em Portugal, nos últimos anos, assistiu-se a "uma reflexão sobre os media, consubstanciada na criação de associações e de publicações" (SANTOS 2010: 229). Quanto a associações, registam-se o CIMJ (Centro de Investigação Media e Jornalismo), a SOPCOM (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação), ambas criadas em 1997 e a que pertencem investigadores ligados às universidades, e o Obercom (Observatório da Comunicação), surgido em 2000, cujos sócios principais são empresas ligadas aos media. Para João Carlos Correia, "a criação da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação veio dinamizar significativamente o intercâmbio científico entre académicos portugueses e estrangeiros, nomeadamente através da realização de congressos nacionais e internacionais" (CORREIA 2008: 369-370).

Passando para o âmbito das revistas científicas, "a pioneira Revista de Comunicação e Linguagens editou dois números dedicados ao jornalismo, sob coordenação de Nelson Traquina, que lançam alguns dos temas essenciais das grandes discussões teóricas relacionadas com o ensino do campo" (CORREIA 2008: 369).

Além disso, provenientes de centros de investigação e de universidades onde o ensino de comunicação e jornalismo é proeminente, nasceram revistas de muita qualidade (*Media & Jornalismo*, do Centro de Investigação Media e Jornalismo, *Comunicação & Sociedade*, da Universidade do Minho, *Trajectos*, do ISCTE, *Caleidoscópio*, da Universidade Lusófona, *Cultura & Comunicação*, da Universidade Católica) (*Cf.* SANTOS, R. 2010: 229).

A publicitação dos resultados dos estudos jornalísticos portugueses proporciona "materiais de grande relevo para o progresso científico e para a consolidação do reconhecimento académico do campo" (CORREIA 2008: 369). Neste sentido, são várias as editoras envolvidas nesta divul-

gação: a Coleção Minerva, da editora Minerva, de Coimbra, a Coleção Media & Jornalismo, da Editorial Livros Horizonte; a Coleção Estudos em Comunicação, da Universidade da Beira Interior; a série Media & Jornalismo, do Centro de Investigação Media e Jornalismo; a Labcom Press, da Universidade da Beira Interior, que edita on-line e em papel; a coleção Media & Sociedade, da Editorial Notícias; a coleção Comunicação, da Porto Editora; a coleção Nosso Mundo, da Editorial Caminho; a coleção Media XXI; as Edições Universitária Lusófonas e as Edições Universidade Fernando Pessoa, com vários títulos sobre jornalismo; as Edições Cosmos, responsáveis durante bastante tempo pela Revista de Comunicação e Linguagens; as Edições 70; as Edições Colibri; as Edições Calouste Gulbenkian; a Editorial Vega e o Instituto Piaget, entre muitas outras (*Cf.* CORREIA 2008: 370).

O mesmo investigador salienta ainda que a Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação (BOCC) construiu uma espécie de grande centro grossista de textos lusófonos, onde, ao lado da preocupação com padrões de qualidade e relevância científicas, se procura assegurar o reconhecimento mútuo num momento fulcral para a construção da comunidade científica (*Cf.* CORREIA 2008: 370).

1.2.1 O jornalismo como profissão

Como será desenvolvido nesta secção, o jornalismo não é complexo apenas como área de investigação científica. Na realidade, também como atividade profissional tem peculiaridades e aspetos não lineares que convém dissecar. Isto para que seja possível, mais adiante, perceber algumas das questões centrais deste livro.

Em relação ao exercício profissional do jornalismo, atribui-se o reconhecimento da "ciência jornalística" a um antigo teórico alemão, Otto Groth, para quem "o exercício diário do jornalismo exige uma metodologia científica no desenvolvimento de uma reportagem, passos que se repetem independente da sociedade e da sua cultura específica" (ROCHA 2008: 5). Em contraponto, "Meditsch (2002) distancia o jornalismo de ciência por ele não se utilizar de um 'método científico', no seu sentido positivista, ao realizar a elabora-

ção de uma reportagem. Essa posição situa o jornalismo como uma ciência mal feita e às vezes perversa e degradante por falar de todos os assuntos de forma superficial" (ROCHA 2008: 6). "Para Meditsch, o jornalismo não é uma ciência, pois ele é incapaz de explicar a realidade que se propõe revelar. Mas, por outro lado, o jornalismo como forma de conhecimento é capaz de revelar aspetos da realidade que escapam à metodologia das ciências" (ROCHA 2008: 6-7), remata. Finalmente, apresenta as ideias de Carlos Chaparro, segundo o qual, "se o jornalista incorporasse alguns procedimentos científicos, mais especificamente um método de pesquisa, com recorte do objeto, investigação, verificação, aferição, contextualização e profundidade, o seu trabalho seria mais confiável, menos superficial e menos pobre" (ROCHA 2008: 7).

A identidade profissional dos jornalistas é questionada por diversos investigadores, como é o caso de Rémy Rieffel que aponta a "definição tautológica e ausência de limites territoriais" como fatores que "concorrem para uma fraca identidade social desta profissão vaga" (RIEFFEL 2003: 127). O autor recorre mesmo ao "Dictionnaire des professions", na sua edição de 1880, onde se podia ler: "É-se engenheiro mesmo sem trabalho; é-se médico ou advogado, mesmo sem clientes. Mas só se é jornalista quando se escreve num jornal; é-se e deixa-se de ser de um dia para o outro" (RIEFFEL 2003: 127). "O meio jornalístico não sofre apenas de uma indiferenciação original, mas também de uma falta de unidade do estrito ponto de vista do seu perfil sociodemográfico: trata-se de uma 'família fragmentada' ou, mais exatamente, 'plural'" (RIEFFEL 2003: 132), completa. Por sua vez, Érik Neveu considera o jornalismo um "ofício de fronteira" (NEVEU 2005: 27), pois "não está incluído na caixinha sociológica das 'profissões' organizadas". Isto trará vantagens: "a não exigência de diplomas específicos permitiu integrar no ofício uma grande variedade de competências que contribuíram para a sua eficácia e evita à profissão a responsabilidade de aceitar uma profusão de diplomas que dariam o 'direito a exercer'" (NEVEU 2005: 27).

Em finais do século XIX, em Portugal, o jornalista Alberto Bramão, em 1899, interrogava-se se o jornalismo era uma profissão, dado considerá-lo "um meio de transporte para conezias políticas" (*Cit. in* SANTOS, R. 2010: 15). Neste sentido, postulava:

> é necessário, em primeiro lugar, possuir uma completa vocação, quer dizer, talento, e, em segundo lugar, ter contínua aplicação de trabalho, que absorve o tempo todo, não deixando grande margem para acumulação de profissões. Ora isto em Portugal é inteiramente impossível, pela razão única e suficiente de não haver jornal que pague aos seus redatores o indispensável para eles viverem exclusivamente disso (SANTOS, R. 2010: 23).

Também nesta época, "quase em simultâneo com as lutas contra a censura, os jornalistas teciam redes associativas visando a sua maior proteção social e intelectual" (SANTOS, R. 2010: 23). Outras características desta fase são "a dicotomia entre jornalismo e literatura, a emergência de especializações, como a de repórter, o aparecimento de jornais não identificados com os partidos e a fragmentação de publicações" (SANTOS, R. 2010: 23).

Já na transição do século XIX para o século XX, "a profissionalização era um tema em discussão" (SANTOS, R. 2010: 39). Além disso, o jornalismo: passava por uma transição de ordem social, cultural e profissional, que incluía o ganhar de importância do jornalismo factual, em detrimento do jornalismo partidário; fixava-se vocabulário específico e constituíam-se grupos de classe (*Cf.* SANTOS, R. 2010: 39).

Estas ideias vão estando presentes no pensamento jornalístico português desenvolvido até 1974, caracterizado por "uma certa dificuldade em delimitar o território do jornalismo e em definir o conceito de jornalista" (SOUSA 2008[b]: 361). De facto, "o jornalismo foi considerado, ou não, um ramo da literatura; foi visto como sendo uma ocupação ou, em alternativa, uma profissão; e foi entendido como passível de ser ensinado e aprendido por certos autores, enquanto outros defendiam uma espécie de predestinação para o exercício da atividade jornalística" (SOUSA 2008[b]: 361).

Avançando alguns anos na realidade portuguesa, Jorge Pedro Sousa alude às questões que se colocavam nos anos sessenta e setenta do século XX na definição do que era ser-se jornalista:

> o jornalista 'nasce feito' ou pode 'fazer-se' em escolas de jornalismo? Seriam os dotes pessoais, literários e retórico-persuasivos a fazer um jornalista, ou a sua capacidade de obter, processar e difundir informações nos meios de comunicação social? Seria o jornalismo uma mera manifestação literária, uma forma de expressão humanística? Ou seria uma atividade profissional, uma arte liberal, na qual pontificaria a figura do repórter? Poderia ser o jornalismo aprendido e deveriam, ou não, criar-se escolas de jornalismo, inclusivamente ao nível universitário? (SOUSA 2010: 437).

Aliás, como justifica o mesmo autor, é neste sentido que aponta o projeto do Sindicato Nacional dos Jornalistas, de 1971, para a criação de um estabelecimento de ensino superior de jornalismo em Portugal que permitisse a atribuição de graus de licenciado e doutor em Ciências da Informação. Isso mostra que os jornalistas portugueses estavam já suficientemente profissionalizados para exigirem o substrato teórico – e também o legal e deontológico – passível de dar consistência à sua atuação profissional. Portanto, os constrangimentos à liberdade de imprensa não parecem ter sido relevantes para um alegado atraso na afirmação do jornalismo como profissão em Portugal. Pelo contrário, o caminho em direção à profissionalizção jornalística no país vem de há muito tempo atrás – por exemplo, o discurso moralizador em torno da imposição do respeito pela verdade aos redatores de periódicos, sinal da congregação de uma comunidade de profissionais em torno de uma ideologia profissional e da disseminação dos princípios fundadores da consciência profissional, já surgia na reflexão seiscentista e provém dos valores transmitidos ao jornalismo pela historiografia clássica, até porque, na sua génese, jornalismo e historiografia não se distinguiam (*Cf.* SOUSA 2010: 438).

Relativamente à formação do jornalista, são vários os investigadores que se dedicam à temática do ensino do jornalismo. Para vários, como é o caso de Rémy Rieffel, este é, aliás, um dos maiores desafios que a profissão terá que enfrentar nos próximos anos: a "formação dos jornalistas e definição das suas competências", sendo indispensável "intensificar a formação inicial e garantir a formação contínua" (RIEFFEL 2003: 150). Outros defendem a importância da formação dos jornalistas para a melhoria da qualidade do jornalismo: "uma das medidas que mais contribui para elevar o nível ético dos media é a exigência de uma formação e preparação adequadas aos que neles se integram, avalizada por um título universitário específico" (AZNAR 2005: 128). No entanto, Hugo Aznar alerta que se este objetivo da profissionalização do jornalismo foi atingido, por outro lado, os problemas relacionados com a precariedade e a deterioração socio-laboral da profissão proliferam. Assim, é importante "conseguir um ambiente socio-laboral estável e digno para os que realizam esta atividade" (AZNAR 2005: 133). "A chave está na existência de organizações profissionais fortes, capazes de unir os interesses e exigências de todos os jornalistas e de unir as suas forças para a obtenção de reivindicações comuns" (AZNAR 2005: 134), preconiza o mesmo autor.

No caso de Portugal, a formação universitária em Ciências da Comunicação ou Comunicação Social surge depois do 25 de Abril. O primeiro curso de Comunicação Social surgiu na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, em 1979, sob a orientação de Adriano Duarte Rodrigues. Analisando as linhas evolutivas do ensino do jornalismo em Portugal, João Carlos Correia recorda que este curso, "na prática, constitui-se como referência para a proliferação de cursos semelhantes noutras instituições universitárias públicas" (CORREIA 2008: 367). É de salientar também que fora das universidades, por iniciativa de profissionais do jornalismo, data de 1983 a criação do Centro de Formação de Jornalistas do Porto (CFJ) e de 1986 o Centro Protocolar de Formação Profissional de Jornalistas (CENJOR). Ambos os centros se voltaram predominantemente para uma formação profissionalizante (*Cf.* CORREIA 2008: 367).

No cômputo geral, João Carlos Correia atesta:

> no espaço de 30 anos, Portugal passou, assim, do deserto a um quadro inflacionário dos cursos de Comunicação com vertente em Jornalismo, no âmbito de uma paisagem expansionista do ensino superior potenciada pela imagem socialmente positiva associada às profissões da comunicação e dos media, pelo número de vagas e pelas notas médias elevadas de entrada nos cursos de Comunicação do sistema universitário público (CORREIA 2008: 368).

"O ensino superior conheceu uma época de recessão relativa, no âmbito da qual os principais Cursos de Comunicação e de Jornalismo, quer públicos quer privados, mantiveram, todavia, uma razoável ou até boa capacidade de atracão. Neste âmbito, conhece-se a existência de centros de ensino superior de excelência" (CORREIA 2008: 368), remata.

A enformar a profissão jornalística portuguesa, marcam presença na atualidade diversas entidades: a Comissão da Carteira Profissional do Jornalista, que atribui os títulos para o exercício da profissão; o Sindicato dos Jornalistas, que luta pela defesa dos direitos, individuais e coletivos, e pelo escrupuloso cumprimento dos deveres, em particular deontológicos, dos jornalistas; e a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, responsável pela supervisão e intervenção de todas as entidades que, sob jurisdição do Estado Português, prossigam atividades de comunicação social.

Outros balizamentos essenciais para a profissão são linhas normativas, como é o caso do Código Deontológico dos Jornalistas, que rege a atividade dos jornalistas portugueses desde 1993. A partir de 1999, mas com atualizações realizadas em 2007, vigora também o Estatuto do Jornalista que consiste na lei fundamental para o exercício da profissão de jornalista e que define a própria atividade, as normas de acesso à profissão, os direitos e deveres dos jornalistas, o acesso às fontes e sigilo profissional, entre outros aspetos. A legislação relativa à atividade jornalística incluiu ainda a Lei de Imprensa, a Lei da Televisão, a Lei da Rádio, bem como alguns artigos da Constituição, da Lei Penal e da Lei Civil, entre outras.

Em resumo, o jornalismo é uma profissão que tem um enquadramento legal, além de princípios éticos e deontológicos bem definidos. É de ressalvar, porém, que João Paulo Meneses distingue "ética" (valores ou princípios de consciência) de "deontologia" (deveres e direitos da profissão de jornalista), defendendo que "não há uma ética jornalística, são princípios aceites por todos os cidadãos, ainda que não praticados por todos. O que há é uma deontologia da profissão do jornalista" (MENESES 2003: 224).

Finalmente, uma ressalva para o problema da precariedade laboral que grassa no jornalismo exercido em Portugal e noutros países, pois "o exercício digno, honesto e ético do jornalismo (como em qualquer outra atividade) não depende unicamente do esforço de cada profissional, por mais imprescindível que seja esse esforço; depende, em grande medida, das condições gerais nas quais essa profissão é exercida" (AZNAR 2005: 117). Neste sentido, "não basta reconhecer os jornalistas como profissionais. É igualmente (ou até mais) necessário defender a melhoria das condições de exercício desta atividade, de forma que o seu reconhecimento profissional também tenha efeitos a nível laboral e social" (AZNAR 2005: 118).

1.2.2 O jornalismo como negócio

Como já foi visto, o jornalismo assume características peculiares, quer como área de investigação científica, quer como profissão. Falta referir um dos aspetos que é, por um lado, o mais negligenciado nos estudos jornalísticos e, por outro lado, que alcança particular realce e que tem mais importância no cerne da presente investigação: o jornalismo também é um negócio e isto deve ser assumido de uma forma clara e transparente pelos meios de comunicação social. A ideia central é que, tal como atestam James Willis e Albert Okunade, o jornalismo é um negócio, tal como um serviço, e esta situação não é diferente de qualquer outra profissão, especialmente, medicina e direito (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 23).

"O jornal não é só um negócio, mas que o deve também ser se quer ser um bom jornal. De facto, estes dois conceitos – bom jornal e bom negócio – vão com frequência unidos" (CEBRIÁN 1998: 62). Acerca desta polarização, e recuando ao século XIX

em Portugal, Bramão (*Cit. in* SANTOS, R. 2010: 22) defendia: "ao jornalista compete dar todo o relevo do seu talento e do carácter à obra que produz; ao empresário de jornal cabe, pela boa e lícita administração de interesses mercantis, desenvolver os recursos financeiros, de forma a assegurar ao jornalista uma remuneração que o livre de contingências menos dignas".

No presente, "a estrutura empresarial dos media impõe exigências e normas de funcionamento que afetam todos os seus componentes, incluindo os profissionais que neles trabalham e os conteúdos que difundem" (AZNAR 2005: 61). Assim,

> confluem tanto as exigências de uma configuração empresarial dentro de um mercado muito competitivo como as exigências derivadas de lidar com um bem fundamental para as sociedades e para as pessoas: a difusão de informação e outros conteúdos. E essas exigências frequentemente colidem entre si (AZNAR 2005: 61).

As fontes de receita das empresas jornalísticas podem ser provenientes da aquisição dos mesmos pelos cidadãos, por exemplo: vendas avulso ou assinaturas de jornais e revistas e subscrições de meios *online* e canais televisivos pagos. Contudo, o que acontece é que o negócio jornalístico funda-se, essencialmente, nos lucros provenientes da venda da publicidade que acompanha os conteúdos editoriais. Tida por muitos como um problema atual, que eventualmente terá a capacidade de corromper a pureza do ideal jornalístico, fazendo sobrepor a lógica comercial à da informação. "A publicidade é rejeitada por muitos como se tratasse da prostituição da informação" (CEBRIÁN 1998: 59). No entanto, basta recuar no tempo para ver que o seu papel financiador tem origens muito remotas: "o primeiro periódico português a inserir um anúncio ou aviso, como então era denominado, foi a Gazeta de Lisboa de 31 de Agosto de 1715" (TENGARRINHA 1965: 224). Dando conta da importância da publicidade, Tengarrinha refere em relação a um jornal publicado em 1865 que "o preço de 10 réis só era possível manter-se devi-

do ao rendimento que o jornal auferia com a publicidade" (TENGARRINHA 1965: 223). "Desde os inícios da história da imprensa periódica que víramos esta recorrer aos anúncios" (TENGARRINHA 1965: 223).

Nesta linha de ideias, José Esteves Rei recorda:

> Emile Girardin encontrou a fórmula mágica do sucesso, ao estabelecer as bases do que haveria de ser o periódico de grande tiragem e preço baixo, graças à ajuda da publicidade, através de uma aliança proveitosa para ambos: reduz-se ao máximo o preço das publicações, para aumentar o número de leitores, e a publicidade cobre a diferença entre o preço de custo de um exemplar e o preço de venda deficitário (*Cf.* REI 1998: 143).

Em suma, "a publicidade deixa de ser um elemento acidental para se tornar na base económica do jornal" (REI 1998: 143).

Até ao século XIX, em Portugal, a ligação entre a publicidade e jornalismo não era isenta de contrariedades:

> nota-se a princípio uma certa relutância em inserir os anúncios, como se fosse desprestigiante para a folha; por seu turno, os negociantes não anunciavam porque, dada a reduzida circulação dos jornais, consideravam que seria um emprego de capital pouco rendível, e também porque estavam presos ao preconceito de que o produto se devia afirmar por si só, e o anúncio era uma ostentação imodesta que até lhes podia ser prejudicial (TENGARRINHA 1965: 223).

Assim, "só no século XIX, portanto, a publicidade seria aproveitada pelo jornal como grande fonte de receita" (TENGARRINHA 1965: 223). A tal ponto que "comparando com a imprensa estrangeira, em 1879 vemos que os jornais populares portugueses se encontravam em terceiro lugar entre os jornais europeus que mais anúncios publicavam" (TENGARRINHA 1965: 225). Referindo-se ao "Diário de Notícias" de 1907, Tengarrinha conclui que "era normalmente à publicidade que competia cobrir uma parte ou a totalidade dos custos de produção do jornal" (TENGARRINHA 1965: 226). É também nesta altura, entre os finais do século XIX e início do século XX,

que era "discutida a sustentabilidade económica da imprensa. Dividida em múltiplos jornais, Lisboa (e também o Porto) não tinha leitores suficientes que garantissem tiragens elevadas" (SANTOS, R. 2010: 22).

Avançando para os finais do século XX:

> as grandes oportunidades de negócio que se abriram desde meados dos anos oitenta do século passado – sobretudo pela introdução de novas tecnologias, pela liberalização do mercado do audiovisual e pela crescente globalização – têm transformado o mundo da comunicação num terreno propício aos grandes investimentos e movimentos de capital em busca de lucros (AZNAR 2005: 10).

"A atividade empresarial de comunicação social é hoje indissociável desse suporte económico que se chama publicidade", admite Roberto Carneiro (AAVV 1999: 20). E adiciona: "a publicidade é hoje a principal fonte de receita e de sobrevivência das empresas de comunicação social, pelo menos daquelas que não parasitam por aí à custa de um qualquer Orçamento de Estado" (AAVV 1999: 20). Há uma dualidade decisiva: "a empresa jornalística é o lugar onde se articulam estratégias de mercado e orientações editoriais"(AAVV 1999: 46). E declara: "por mais que se diga que os media constituem um negócio como os outros, visando apenas a rentabilidade empresarial, a realidade é diferente e mais complexa. São um negócio, mas não são um negócio como os outros. São um meio de influência" (AAVV 1999: 48).

Em suma, e reiterando as ideias de Mário Mesquita, de um lado, está "o apelo do mercado, a concorrência, a produção, a velocidade; do outro, a deontologia, as regras de estilo, o reconhecimento pelos pares. É à volta destes dois polos que se estrutura, segundo Pierre Bordieu, o campo jornalístico" (AAVV 1999: 57). Uma ressalva é feita pelo mesmo autor: "apesar de todos os efeitos perversos que produz, o critério do mercado contribui igualmente para assegurar o pluralismo da informação" (AAVV 1999: 59).

Há quem defenda que a dependência económica dos meios gera um novo tipo de ditadura, em que a censura política é substituída pela censura económica. Rémy Rieffel vai ao encontro desta opinião, dizendo: "o desafio representado pela ingerência dos políticos na produção da informação foi substituído pelo desafio económico e financeiro, hoje em dia particularmente temível" (RIEFFEL 2003: 147). Concretizando esta ideia, adita: "a influência do marketing no trabalho jornalístico, a ditadura da audimetria, os imperativos publicitários são ao mesmo indicadores preocupantes de interferências possíveis entre mercantilismo e trabalho redatorial" (RIEFFEL 2003: 147). "Alinham-se os que protestam contra as pressões que as empresas publicitárias podem exercer sobre a livre informação, os que sofrem as manipulações e tergiversações dos anunciantes, os que destacam que o abuso dos mesmos mal permite às vezes que exista espaço para a publicação de notícias" (CEBRIÁN 1998: 60), observa Juan Cebrián, também atento a esta problemática. E assevera: "a publicidade encerra todos estes perigos e ameaças de que nos falam e também mostra as suas indiscutíveis virtualidades" (CEBRIÁN 1998: 60). "A sobrevivência da imprensa tal e qual como a conhecemos hoje depende, em grande parte, da existência de um mercado publicitário possante", garante (CEBRIÁN 1998: 61).

A expressão "jornalismo de mercado", surgida na década de 90 nos Estados Unidos e designa "o conjunto de resoluções pelas quais a procura de uma rentabilidade máxima vem redefinir a prática jornalística" (NEVEU 2005: 115-116). O mesmo investigador conta quatro evoluções que permitem definir os contornos deste jornalismo de mercado: a prioridade dada às rubricas consideradas mais propícias a maximizar os públicos, a primazia das notícias de teor emocional e pela velocidade de cobertura, a tendência global de perda de autonomia das redações face aos serviços de gestão e os diários gratuitos" (*Cf.* NEVEU 2005: 116-118) Juan Cebrián realça a existência de dois mercados diferentes aos quais qualquer jornal deve atender: "o dos leitores e o publicitário, não sempre coerentes e não necessariamente concordantes, mas em qualquer caso essenciais ambos para a sobrevivência da empresa" (CEBRIÁN 1998: 62). Em rigor, "os anunciantes constituem uma

singular clientela dos periódicos e das revistas e de eles dependem uma grande parte dos lucros e – como consequência – a sobrevivência mesmo de uma publicação" (IGLESIAS 2001: 54-55).

Termina-se este tema com uma questão pertinente, colocada por Érik Neveu: "sublinhar o peso crescente do campo económico sobre o campo jornalístico suscita uma série de interrogações: alguma vez a imprensa teria sido uma atividade filantrópica?" (NEVEU 2005: 117). Sem pretender dar uma resposta definitiva, pode evidenciar-se com convicção: "os meios de comunicação social também são empresas, frequentemente entre as maiores e mais poderosas" (AZNAR 2005: 10).

Capítulo 2

A COMUNICAÇÃO ENTRE CIENTISTAS

Os jornais de informação médica, objetos centrais deste estudo não fazem parte do que é normalmente entendido por imprensa científica. Porém, as publicações analisadas na parte empírica destinam-se a um público altamente especializado – os médicos – numa área profissional e científica – a Medicina. Desta forma, torna-se pertinente contextualizar o âmbito da imprensa científica.

2.1 A imprensa científica

A imprensa científica representa um marco fundamental na comunicação científica, sendo por isso natural que se faça uma retrospectiva da sua evolução histórica. Além disso, convém delinear um retrato das publicações científicas da atualidade: as suas características, as suas funções, os seus objetivos, a sua dimensão, o seu impacto e até as críticas das quais são alvo.

2.1.1 A comunicação entre cientistas e a invenção da imprensa

A alavanca da evolução da comunicação entre cientistas e da própria Ciência foi a invenção da imprensa. Na verdade, tal como verifica David Roberts, referindo-se à revolução científica do século XVII:

> o factor que acelerou a difusão do espírito científico e acendeu o rastilho do que ia ser uma revolução foi o desenvolvimento de uma invenção provavelmente anterior. Foi cerca do ano 1450 que Gutemberg começou a imprimir com tipos

> móveis. Até então os livros tinham que ser copiados à mão, enquanto a imprensa permitia a rápida expansão dos textos científicos em toda a Europa (ROBERTS 1977: 50).

Regressando aos primórdios da Ciência, Forest Ray Moulton e Justus Schifferes explicam que, através do aparecimento de anotações feitas em papiros com hieróglifos, descobriu-se que "já os sacerdotes do antigo Egipto, que exerciam a Medicina e astronomia numa época que remonta à idade das pirâmides (3000, 2745 a.C.) tinham iniciado a rota fundamental de toda a Ciência, que consiste em registar objetiva e escrupulosamente as observações" (MOULTON e SCHIFFERES 1957: 4). Os mesmos autores destacam também a "enorme importância que teve para o progresso da Ciência médica o desenvolvimento alcançado pela arte de imprimir, devido ao invento dos tipos móveis, atribuída geralmente a Johan Gutemberg. Entre outras vantagens, assegurou a índole internacional e livre do conhecimento científico" (MOULTON e SCHIFFERES 1957: 110). Acrescentaram ainda que "um dos primeiros que, um século após a invenção da imprensa, afirmaram que a Ciência pertence a todos foi Conrad Gesner, médico suíço" (MOULTON e SCHIFFERES 1957: 110).

Do mesmo modo, Armando Cortesão defende: "o desenvolvimento da Ciência náutica pelos portugueses e a invenção da imprensa de tipo móvel constituíram as alavancas mais poderosas que moveram a humanidade da Idade Média para o Renascimento" (CORTESÃO 1962: 1). "Por um lado, a possibilidade de imprimir deu à difusão das ideias e do saber um impulso enorme, pelo outro, os descobrimentos geográficos revelaram à Europa o resto do mundo e permitiram os contactos entre todos os povos por ele disseminados" (CORTESÃO 1962: 2). Por sua vez, João Caraça também destaca: "a introdução da imprensa no século XV e a cultura da modernidade, favorecendo a atitude de verificação do que está registado, do que é afirmado, do que constitui o saber certificado, contribuíram poderosamente para o estabelecimento de uma circulação intensa de conhecimentos e informações científicas" (CARAÇA 1997: 71). Além disso, "muito cedo as sociedades e academias científicas começaram a publicar os resultados das suas 'tran-

sações filosóficas', discussões científicas, sob a forma de memórias, anais, comunicações, para que deles ficasse registo escrito, 'verificável' (CARAÇA 1997: 72). Um outro aspeto importante, é o facto de "os jornais científicos representarem a mais importante fonte individual de informação para a comunidade de investigação científica" (MEADOWS 1979: 1). "O jornal científico apareceu no século XVII, logo após o início da ciência moderna, em si, e em simultâneo com a origem da sociedade científica. O desenvolvimento da ciência desde essa altura tem estado continuamente interligado com a história do jornal impresso" (MEADOWS 1979: 1). "O jornal científico tornou-se um componente essencial na organização da ciência, na divisão do reconhecimento dos cientistas e, simplesmente, em atingir acordo em o que é que constitui ciência aceitável" (MEADOWS 1979: 1).

Antes da fundação das academias científicas, em meados do século XVII, não existiam periódicos científicos. Com a fundação da *Royal Society de Londres* e a *Royal Academy of Science* em Paris, a necessidade de melhores e mais abrangentes meios de comunicação tornou-se óbvia e urgente (*Cf.* McKIE 1979: 7). Anteriormente, como evoca Douglas McKie, os cientistas usavam as cartas, que pelo seu alcance e dimensão puderam ser melhor descritas como dissertações, para comunicarem as suas ideias e resultados se experiências. No entanto, tal como salienta, a dissertação epistolar não era o método ideal para a comunicação de factos e teorias científicas, ainda mais quando transcendia fronteiras (*Cf.* McKIE 1979: 7). Esta forma de comunicação "era demasiado pessoal, demasiado lenta e demasiado limitada a círculos pessoais limitados" (McKIE 1979: 7). Como declara João Caraça,

> o aparecimento de publicações (ou revistas) científicas, destinadas a permitir que a comunidade de praticantes da Ciência tivesse acesso à novas descobertas e conhecimentos gerados, tornou possível que mesmo em espaços geográficos distantes se repetissem as mesmas experiências e se suscitassem colaborações no âmbito de projetos que correspondiam a interesses comuns (CARAÇA 1997: 71).

Na mesma linha de ideias, John Dickinson destaca que "as publicações científicas permitiram, no fim do século XIX, facilitar a comunicação e a disseminação de informações e ideias a nível internacional" (DICKINSON 1988: 31). Por outro lado, "as sociedades científicas e profissionais impulsionaram os jornais científicos, pela necessidade de comunicar rapidamente com todos os seus membros" (DICKINSON 1988: 90). Deste modo, "a publicação de um jornal tornou-se a marca das sociedades de cientistas" (DICKINSON 1988: 90) e, já nessa altura havia um processo de revisão pelos pares, já que "os documentos submetidos à publicação eram sujeitos a um exame rigoroso antes da publicação" (DICKINSON 1988: 90). Também Bernard Houghton sublinha a importância destes fatores, ao defender que "o estabelecimento e desenvolvimento da sociedade científica e o estabelecimento do jornal foram os fatores que fizeram emergir o jornal científico como o principal meio de comunicação científica" (HOUGHTON 1975: 11).

Anteriormente, na primeira metade do século XVII, existiam redes informais com contactos pessoais e cartas privadas, enquanto na segunda metade do mesmo século formalizaram-se as Academias e Sociedades, que começaram a registar e disseminar experiências dos seus membros em "livros de minuta" e outras formas de comunicações escrita. Porém, "o artigo específico bem estruturado como o conhecemos hoje não apareceu antes do estabelecimento dos jornais científicos especializados, entre 1780 e 1790" (HOUGHTON 1975: 12). Isto constitui uma grande mudança, pois os livros eram caros e demoravam a editar e as cartas tinham um alcance reduzido. Acerca dos primeiros jornais científicos, o autor recorda que "*Le Journal des Sçavans* é normalmente citado como o primeiro jornal científico (1665)" e que "o primeiro jornal científico Inglês - *Philosophical Transactions* - apareceu apenhas três meses depois do jornal Francês e tornou-se o órgão oficial da *Royal Society*" (HOUGHTON 1975: 12-14).

Sebastião Formosinho refere um aspeto fundamental das comunidades científicas que se estabeleceram nas Academias e outras associações: "o que ligava os membros destes 'Parlamentos da Ciência' nada tinha a ver com a economia, com a política ou com o direito – estavam unidos pela comuni-

cação do conhecimento científico e pela informação" (FORMOSINHO 1992: 190). Consequentemente, a comunicação da ciência tornou-se inseparável do próprio método científico, ou seja, a comunicação começou a fazer parte do próprio método.

Acerca das revistas científicas, "mais de trezentos anos passaram, período durante o qual ocorreram revoluções tão significativas como a academização (séc. XIX) e a industrialização (séc. XX) da Ciência, e a revista continua a ser ainda o maior veículo de comunicação da Ciência e da tecnologia. Isto demonstra a sua extraordinária flexibilidade" (FORMOSINHO 1992: 190). Na atualidade, "o meio mais importante da comunicação científica é o 'artigo' publicado numa revista científica" (FORMOSINHO 1988: 7).

Dando relevo à importância da publicação da Ciência, Maria de Sousa afirma: "a experiência científica desenvolve-se num espaço triangular definido por três pontos: Q para questão, R para resposta e P para tornar públicos os resultados do exercício questão-resposta" (SOUSA 1992: 94). "Nos finais do século XX, a medida do êxito dos cientistas depende do número de questões que encontrem respostas suficientemente interessantes para serem publicadas" (SOUSA 1992: 95), o que, ainda hoje, corresponde à verdade. Recuando ainda mais no tempo, "o jornal científico tornou-se o meio aceite de comunicação científica por meados do século XVIII e as suas funções tornaram-se claramente identificáveis" (HOUGHTON 1975: 19). As funções foram:

> forneceram à comunidade científica e leigos interessados notícias em linguagem simples do trabalho previamente reportado em línguas estrangeiras; forneceram os meios para os homens da Ciência e Literatura discursarem sobre o trabalho científico sem terem que ler os relatórios originais; conservaram material que de outro modo estaria disperso em trabalhos individuais ou panfletos; proporcionaram canais de comunicação pouco dispendiosos; encorajaram os cientistas a publicarem os seus trabalhos; ofereceram um fórum para a examinação crítica contínua de hipóteses e teorias científicas (HOUGHTON 1975: 19).

A evolução das publicações científicas foi surpreendente:

> por volta de 1750 já o seu número se elevava a dez, tendo progredido desde então o número de revistas científicas de modo exponencial (mil títulos em 1850, dez mil em 1900), calculando-se hoje em dia que o seu número, englobando os títulos de publicações dedicadas à comunicação de âmbito mais especializado ou tecnológico, ascenda a cerca de cem mil (CARAÇA 1997: 72-73).

Observa-se que os historiadores têm dado mais atenção ao desenvolvimento inicial do jornal científico do que ao seu progresso nos séculos seguintes, mas muitos desenvolvimentos importantes ocorreram desde aí. Meadows exemplifica:

> na última parte do século XIX, tornou-se evidente que a recuperação de informação dos jornais científicos poderia baixar em breve. Consequentemente, tentou-se reorganizar a literatura do jornal científico, normalizando dados bibliográficos e criando os resumos nos jornais científicos. Com mais alguns novos elementos, mais tarde, como a introdução de cartas nos jornais científicos, eles formam a base do sistema que ainda hoje opera. Também refletem um ponto de viragem no crescimento da ciência, pois coincidem no tempo com o crescimento da profissionalização da ciência (MEADOWS 1979: 4).

Outro momento importante na História dos jornais científicos foi o período após a II Guerra Mundial, pois: "uma das mudanças marcantes na publicação de jornais científicas desde a Segunda Guerra Mundial foi o crescente envolvimento das editoras comercias ao lado das sociedades científicas" (MEADOWS 1979: 5). Além do mais, nesta altura "cresceu rapidamente a especialização da pesquisa científica, o que levava ao estabelecimento de novos campos de pesquisa e estes não eram adequadamente cobertos pela cobertura geral dos jornais das sociedades científicas. Assim, surgiu o novo mercado de jornais científicos especializados e interdisciplinares" (MEADOWS 1979: 5), acrescenta o mesmo investigador. Reportando-se ao

mesmo espaço temporal, Luís Aires Barros declara: "depois da 2ª Guerra Mundial, a capacidade científica de um país tornou-se determinante da sua força" (BARROS 1988: 9).

De acordo com um relatório da UNESCO datado da década de 70 do século XX, "a ciência e a informação científica são indissociáveis" (AAVV 1971: 26). "A utilização da informação anterior não é possível sem existir algum sistema de comunicação científica. Quanto mais esse sistema de comunicação é eficaz, mais os progressos da ciência serão rápidos e diretamente úteis" (AAVV 1971: 26), evidenciam. Deste modo, "cada cientista deve poder aceder a esta memória coletiva, ou seja, conhecer as descobertas dos colegas para poder eventualmente explorá-las e aperfeiçoá-las e assim evitar refazer aquilo que já foi feito por outros" (AAVV 1971: 22). Daqui se retira uma conclusão evidente: "o homem da ciência é ao mesmo tempo o único produtor e o principal consumidor de informação científica" (AAVV 1971: 36).

2.1.2 A imprensa científica da atualidade

A caracterização da imprensa científica atual enquadrará o alvo central desta investigação: os jornais de informação médica. Estes, não pertencendo à imprensa científica, interseccionam-se com ela, nalguns pontos. Segue-se então uma abordagem da imprensa científica contemporânea relativa a vários aspetos quantitativos – produção e difusão – e qualitativos – normas, objetivos, funções e críticas.

Em relação à dimensão quantitativa da imprensa científica, pode-se recuar ao passado para registar a proliferação de jornais científicos: "nos últimos três séculos houve um aumento exponencial no número de jornais científicos e técnicos" (HOUGHTON 1975: 101). Já no final da década de 80 do século passado, altura em que Luís Aires Barros assumia: "temos, pela primeira vez, uma economia baseada em um recurso chave que é não só renovável mas auto-reprodutor. A taxa anual de aumento de informação técnica tem sido de 13% ao ano, o que significa que tal informação duplica em cinco anos e meio" (BARROS 1988: 9).

Avançando para dados mais recentes, o número de publicações científicas por país e milhão de habitantes, aumentou em toda União Europeia entre os anos de 2004 e 2008, segundo dados do GPEARI - Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Também de acordo com este organismo, a taxa de crescimento do número destas publicações no espaço temporal compreendido entre 2000 e 2008 varia entre os 14% no Reino Unido e os 195% do Luxemburgo. Portugal está em segundo lugar, com uma taxa de crescimento de 136%.

Funções da imprensa científica

Todos os números atrás referidos assumem um significado especial se for tida em atenção a seguinte certeza: o principal indicador de produção científica de um país, como adotado pela OCDE, é o número de publicações referenciadas internacionalmente no *Science Citation Index* (SCI) do *Institute of Scientific Information* (ISI), Filadélfia - EUA. Apresenta-se, assim, uma das funções mais importantes da imprensa científica: dar existência à ciência. Bernard Houghton justifica: "a rápida inflação da publicação de jornais científicos é um resultado direto da expansão no número de cientistas no ativo em todo o mundo e as pressões crescentes exercidas sobre eles para que publiquem em favor do seu prestígio e avanço na carreira" (HOUGHTON 1975: 104). Além disso, há um efeito bola-de-neve, ou seja, "os artigos muitas vezes respondem a problemas colocados pelos artigos anteriores, mas depois levantam mais questões do que aquelas que respondeu" (HOUGHTON 1975: 111). Mais: "o sistema do jornal científico também atribui prestígio e reconhecimento ao indivíduo" (HOUGHTON 1975: 101).

João Caraça alerta:

> o primado do financeiro apresenta-se, portanto, como extremamente perverso. A ciência e as atividades cognitivas não conseguem fugir a este vértice. É preocupante observar que muitas vezes a razão da publicação dos resultados é a possibilidade de obter novos financiamentos

> para continuar ativo, para poder atrair colaboradores, enfim, para sobreviver (cientificamente). *Publish or perish* (publica ou morres) é um lema da sociedade que vive só para ser financiada (CARAÇA 1997: 104).

Este método tem vindo a ser questionado, relativamente ao facto de ser ou não o mais adequado para avaliar a produtividade científica. Suzana Mueller dá conta destas dúvidas num caso concreto: "o estabelecimento de padrões para a avaliação da produção e produtividade científica de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento" (MUELLER 2005). Aliás, "pesquisadores de diferentes áreas tem preferências próprias, diferentes, que devem ser respeitadas quando do estabelecimento de critérios de avaliação" (MUELLER 2005).

Passando para outras funções da imprensa científica, é importante salientar que "a comunicação está envolvida em todas as fases do método científico" (BARRASS 1978: 25). De facto, "nenhum trabalho está completo até que um relatório tenha sido escrito" (BARRASS 1978: 25). Além disso, "a ciência é um empreendimento contínuo, no qual o fim de uma investigação pode ser o ponto de partida para outra. Então, os cientistas têm que escrever para que as suas descobertas possam ser conhecidas por outros" (BARRASS 1978: 25). Por sua vez, Maria de Sousa realça: "os resultados de uma experiência não existem se não forem publicados, o processo de publicação em si passa pela revisão pelos seus pares" (SOUSA 1992: 97). Neste sentido, faz uma analogia interessante:

> os grandes cozinheiros-chefes e os grandes cientistas diferem, em parte, porque a sua clientela é diferente. A clientela de um cozinheiro-chefe é uma clientela consumista, em que é sensato registar convenientemente, mas não para outros, afirmar-se, não pelo consenso dos seus pares mas pelo consenso dos seus clientes (SOUSA 1992: 95).

"Os autores estão envolvidos num processo de publicação composta por diferentes pessoas, procurando diferentes benefícios" (DAY 1996: 58). Sendo assim, pode-se pensar no processo de publicação científica como uma cadeia de distribuição, em que: "o fabricante é o autor, o distribuidor é a edi-

tora, o especialista que lê os artigos antes e seleciona-os é o editor, a equipa que ajuda o especialista é o grupo de revisão e há a biblioteca ou a Internet e o leitor" (DAY 1996: 58). "Cada pessoa envolvida nesta cadeia tem necessidades e pressões compatíveis, mas ligeiramente diferentes", exlica (DAY 1996: 58). Assim, Abby Day apresenta as questões colocadas por cada elo da cadeia:

> autor – consigo ter o meu artigo aceite neste jornal científico?; editor – isto está de acordo com os objetivos do jornal e da sua audiência?; grupo de revisão – isto tem a qualidade certa?; editora – o jornal está a cumprir as expectativas de mercado?; biblioteca – como posso dar aceso a isto: direto, por empréstimo entre bibliotecas ou *online*?; leitor – onde o posso ler? É útil para mim? (DAY 1996: 59).

Giovanni Busino alude ao comunalismo que faz parte do *ethos* científico, asseverando que este princípio está relacionado com o "carácter coletivo da empresa científica. Os cientistas devem publicar os seus trabalhos de modo a que os seus colegas possam estudá-los e verificar os resultados" (BUSINO 1998: 13). "Os Anglo-Saxões têm quase o monopólio da transferência de informação: o Inglês é a Língua utilizada na comunicação internacional entre investigadores e as revistas de referência são de controle anglo-saxão", realça ainda (BUSINO 1998: 111).

Também Robert Day destaca: "o objetivo da pesquisa científica é a publicação. Os cientistas são avaliados e tornam-se conhecidos (ou desconhecidos), pelas suas publicações" (DAY 1998: IX). Assim, uma experiência científica, não interessa com que espetaculares resultados, não está completa até que os resultados sejam publicados, ou seja, os cientistas não precisam só fazer ciência mas também precisa escrever ciência. Uma má escrita pode muitas vezes evitar ou adiar a publicação de boa ciência (*Cf.* DAY 1998: X).

"Os jornais científicos não são simplesmente um método conveniente de transmitir resultados de pesquisa, algo adicionado à rede da Ciência que poderia ser prontamente substituído por outro modo de comunicação" (MEADOWS 1979: 1). Em 1979, A. Meadows antevia: "o jornal científico na

sua forma tradicional vai continuar no futuro previsível. No entanto, pressões externas (especialmente financeiras) e desenvolvimentos contínuos (especialmente em termos de acesso a computadores) podem encorajar novas iniciativas de apresentação de resultados de pesquisa" (MEADOWS 1979: 271). Na verdade, com ajuda da Internet surgem "mecanismos diferenciados e alternativos para sanar as deficiências inerentes ao periódico científico" (FERREIRA *et al.* 2004: 197). Por exemplo, cresce rapidamente o número de revistas publicadas exclusivamente *online*, bem como bases de dados de *preprints* (a versão original de um artigo ainda não publicado oficialmente), e repositórios digitais de acesso livre. Tais publicações, inicialmente vistas com alguma desconfiança, começam a assumir cada vez maior valor científico.

Atualmente, como realçam Sueli Ferreira e colegas,

> o ambiente das redes eletrónicas e seus variados aplicativos e serviços (correio eletrónico, listas de discussão, *chat*, *weblog*, *newsletters* dentre outos) facilitam e fortalecem a comunicação informal entre os pesquisadores das diversas áreas do conhecimento possibilitando agregação de valor ao processo de tomada de decisão, de definições estratégicas quanto a temas emergentes e oferecendo possibilidades de divulgação do pensamento científico (FERREIRA *et al.* 2004: 197).

Apesar de todos estes avanços, será fundamental ter em mente que "durante a sua longa história, o jornal cientifico tornou-se parte de um sistema integrado de comunicação. Qualquer transição do jornal científico tradicional para qualquer nova forma de comunicação (jornal eletrónico) irá produzir mudanças no sistema" (MEADOWS 1979: 271). Tal como esclarece Meadows, o problema de substituir o jornal científico é que este cumpre simultaneamente vários objetivos: fornece um serviço de conhecimento da atualidade sobre novas pesquisas; tem uma função de arquivo; tem uma função social, certificando através da publicação que uma pesquisa é aceite na comunidade científica (*Cf.* MEADOWS 1979: 271). No entanto, "a natureza multiobjectivos do jornal científico faz com que este seja apenas moderadamente eficiente como transmissor de informação" (MEADOWS 1979: 271).

Acrescentando aos jornais científicos uma função para além da comunicação, Bernard Houghton defende: "os periódicos científicos têm responsabilidade. Os jornais científicos formam o arquivo científico: são os registos públicos oficiais das realizações científicas (HOUGHTON 1975: 101). De igual modo, Maria de Fátima Nunes atribui préstimo aos jornais científicos como fonte para História da Ciência (*Cf.* NUNES 2004: 803). Porém, "a ciência, quando vista através dos livros de texto e dos artigos científicos parece evoluir ao longo de uma acumulação de factos, leis e factos num desenvolvimento linear" (FORMOSINHO 1988: 12), o que, como explica Kuhn, não corresponde à verdade pois "a ciência evolui normalmente através de pequenas revoluções" (*Cit. in* FORMOSINHO 1988: 12). Sendo assim, embora seja incontestável que os artigos científicos, através dos seus registos, dão contributos para a história da ciência, a linearidade que caracteriza as publicações não permite visualizar a complexidade da evolução científica.

Para terminar, fica uma nota para a interação que existe, mesmo que indireta e pouco evidente à primeira vista, entre os jornais científicos e o público em geral. Na realidade, "as comunidades científicas, académicas ou empresariais, publicam artigos científicos para os pares, mas os cientistas também usam os media para popularizarem as ideias e descobertas científicas" (McINERNEY *et al.* 2004: 49). Aliás, para chamarem atenção sobre si mesmos, os jornais científicos enviam *press-releases* com alguns dos seus conteúdos para as publicações destinadas ao público em geral, de modo a "encorajar os jornalistas a fazerem notícias nos media e assim levarem o material que os jornais científicos contêm a audiências mais vastas" (McINERNEY *et al.* 2004: 49). A propósito, Vincent Kiernan assevera que "os press-releases distribuídos pelos jornais científicos tendem a moldar o trabalho jornalístico e assim indiretamente as perceções dos cientistas sobre a pesquisa publicada" (KIERNAN 2003: 12).

Normas da imprensa científica

Relativamente às regras próprias das publicações científicas, que passarão a ser descritas, há quatro pontos a focar: a estrutura do artigo científico, o sistema de revisão pelos pares, a regra Ingelfinger e a lei do embargo. Conhecer

estes princípios é relevante para todos os cientistas pois, "devido ao número cada vez maior de publicações científicas, é necessário estabelecer normas aplicáveis às revistas científicas, de modo a facilitar o intercâmbio entre os homens de ciência de todos os países" (GOMES 1971: 44).

Começando pelas características básicas da estrutura dos artigos científicos, "a comunicação científica, tal como a conhecemos hoje, é relativamente nova. Os primeiros jornais científicos foram publicados apenas há 300 anos e a organização IMRAD (Introdução, Métodos, Resultados e Discussão) dos artigos científicos desenvolveu-se nos últimos 100 anos" (DAY 1998: 4). Então, "a estrutura IMRAD ajuda o autor a organizar e a escrever o manuscrito e fornece um mapa fácil para os editores, revisores e finalmente os leitores se guiarem na leitura do artigo" (DAY 1998: 7). Robert Day salienta: "um artigo científico é um relatório escrito e publicado descrevendo resultados de pesquisa originais" (DAY 1998: 8). "Para definirmos adequadamente 'artigo científico', precisamos definir o mecanismo que cria um artigo científico, nomeadamente a publicação primária", acrescenta (DAY 1998: 8). Então: "publicação primária é a primeira publicação de resultados originais de pesquisa, de modo a que os pares do autor possam repetir a experiência e testar as conclusões" (DAY 1998: 10). Mais: "artigos científicos são publicados em publicações *peer-reviewed*" (DAY 1998: 10).

O sistema de revisão ou apreciação pelos pares (internacionalmente conhecimento por "peer-review") é uma das características essenciais da imprensa científica. Este processo tem "o fim de garantir um bom nível para os trabalhos publicados, os editores das revistas solicitam, geralmente, o parecer de outros membros da comunidade científica" (FORMOSINHO 1988: 7). "Este primeiro passo designámo-lo por 'aprovação'. O termo 'aceitação', que distinguimos do de 'aprovação' representa a compreensão e a utilização da nova teoria" (FORMOSINHO 1988: 44). Deste modo, "toda a obra apresentada em artigo científico ou em livro de texto é trabalho já depurado e enquadrado numa lógica pedagógica que, na maioria dos casos, não corresponde ao caminho trilhado pelos autores até à sua descoberta" (FORMOSINHO 1988:

44). Assim, "a comunicação científica deturpa a criatividade humana, que lhe deu origem, ao substituir o caminho da descoberta por um caminho de demonstração lógica" (FORMOSINHO 1988: 44).

Ainda acerca do sistema de revisão pelos pares, embora num outro artigo, Sebastião Formosinho afiança: "é um sistema crítico indispensável para garantir normas científicas de qualidade, honestidade, interesse, ausência de erros, etc. em matérias para serem registadas" (FORMOSINHO 1992: 193). "Os procedimentos correntes (honestos) para a avaliação de informação são os adequados para a Ciência do dia-a-dia, mas parecem não ser adequados para a inovação" (FORMOSINHO 1992: 198), pois encontram-se resistências do sistema científico à publicação de inovações. "O carácter público do conhecimento científico garante a sua validade e permite uma avaliação em relação à qualidade, ou seja, sobre o valor da novidade criada pela sua circulação por explicitação da opinião correspondente dos pares" (CARAÇA 1997: 74), o que vai ao encontro da ideia da importância do sistema de apreciação pelos pares. Acerca deste sistema de revisão pelos pares, A. Meadows destaca: "o papel fundamental na avaliação de manuscritos é desempenhado pelo editor do jornal científico que faz a escolha preliminar dos manuscritos recebidos e escolhe os revisores para cada manuscrito" (MEADOWS 1979: 98).

Por outro lado, Timothy Johnson destaca algumas críticas que são lançadas ao sistema de revisão pelos pares, pois, como verifica, "a opinião sobre o valor do *peer-review* é decididamente dividida entre vantagens e desvantagens" (JOHNSON 1998: 90). Citando Wilkes (1997), aponta algumas desvantagens deste sistema: "promove uma rede de 'bons rapazes', tem custos crescentes, contribui para parcialidade e atrasos, arruína a carreira de algumas pessoas e evita que pesquisa controversa ou criativa se torne conhecida" (JOHNSON 1998: 90). No entanto, "ajuda a identificar os melhores artigos para publicar e melhora esses artigos, mesmo antes da submissão formal, tornando-os mais rigorosos e legíveis" (JOHNSON 1998: 90), que são aspetos positivos.

Sueli Ferreira e colegas sintetizam algumas das críticas que são feitas ao sistema de revisão pelos pares: falta de agilidade e velocidade no processo; repressor ou até mesmo supressor do aparecimento de novas ideias; favorecimento de autores inseridos em instituições prestigiadas em detrimento dos demais; falta de transparência dos critérios de julgamento e avaliação feita por grupos restritos da comunidade (*Cf.* FERREIRA 2004: 196).

A Internet permitiu combater o sistema de revisão pelos pares, surgindo em 1991 o arXiv.org, o primeiro repositório de "repositório global de artigos não revisados pelos pares, nas áreas da física, matemática, ciências da computação e ciências não lineares" (FERREIRA 2004: 197). Mais tarde, visando a interoperabilidade do auto-arquivamento de trabalhos, surge a *Open Archives Imitative* (O.A.I), em 1999. Esta, embora preveja a revisão pelos pares, incorpora uma nova filosofia para a publicação científica, pois "a revisão dos trabalhos é feita pela própria comunidade de pesquisadores, favorecendo um modelo mais equitativo e eficiente para a disseminação dos resultados de pesquisa e aluindo o círculo restrito de editores e autores inerentes ao sistema de publicações periódicas" (FERREIRA 2004: 198).

Sobre a regra Ingelfinger é importante lembrar:

> foi promulgada por Franz Ingelfinger em 1969, quando este era editor do *The New England Journal of Medicine*. Simplesmente, a regra era a seguinte: o *The New England Journal of Medicine* não publicava um artigo cujo conteúdo já tivesse sido previamente relatado numa reunião ou conferência de imprensa ou publicado numa publicação de noticias médicas (JOHNSON 1998: 90).

A criação desta regra teve duas preocupações: por um lado, a "qualidade (a necessidade de tempo para revisão pelos pares antes que a informação fosse disseminada pelo público)" e, por outro lado, "as questões económicas (o desejo de evitar que outras publicações retirassem o exclusivo ao *The New England Journal of Medicine*)" (JOHNSON 1998: 90). Note-se que esta regra considera como publicação prévia qualquer forma de comunicação da informação, incluindo afixação na página pessoal do autor.

A regra Ingelfinger rapidamente se expandiu para jornais científicos da área biomédica, bem como para jornais científicos mais abrangentes, como as revistas *Science* ou *Nature*. Mais recentemente, o número de publicações científicas que adotam este tipo de regra tem vindo a diminuir, devido à tendência para o auto-arquivo eletrónico, a pré-publicação em repositórios *online* e até mesmo a edição de acesso livre. Assim, para muitos críticos deste sistema, a regra está antiquada e desajustada de uma sociedade aberta na era da informação.

Outra característica da atual imprensa científica é a lei do embargo. Phil Fontanarosa e Catherine DeAngelis, editores do *JAMA* (*Journal of American Medical Association*), referem-se assim à política de embargo seguida por este e por todos os principais jornais científicos: "a libertação e comunicação coordenadas dos resultados dos estudos *peer-reviewed* foram essenciais para ajudar a assegurar comunicação rigorosa e oportuna para os médicos e pacientes e fornecer advertências adequadas sobre os resultados do estudo para ajudar a evitar a sensação de pânico" (FONTANAROSA e DeANGELIS 2002: 748). E defendem que a política de embargo da publicação, à semelhança de outros jornais científicos, "é apropriada, eficaz e justa e ajuda a promover um trabalho de reportagem mais rigoroso e responsável" (FONTANAROSA e DeANGELIS 2002: 748). Os referidos editores explicam o modo de funcionamento deste sistema:

> Cópias antecipadas do *JAMA* são enviadas por correio eletrónico paras os médicos cerca de uma semana antes da edição impressa de quarta-feira. Isto permite aos médicos receberem a sua cópia do jornal e terem acesso aos artigos mais recentes antes da respetiva divulgação noticiosa, pelo que ficam, assim, preparados se os doentes os contactarem sobre as notícias baseadas nessa edição do jornal. Ao mesmo tempo, cópias antecipadas do jornal e *press-releases* sumarizando artigos selecionados são distribuídos aos media, aproximadamente na mesma altura (FONTANAROSA e DeANGELIS 2002: 748).

Assim, "este acesso antecipado à informação mais recente do jornal científico e o embargo noticioso pretendem dar aos jornalistas dos diversos media igual acesso aos autores e outras fontes e um tempo equivalente para prepararem as histórias noticiosas" (FONTANAROSA e DeANGELIS 2002: 748). Desta forma, esperam "contribuir para um trabalho jornalístico rigoroso e organizado sobre artigos médicos potencialmente complexos" (FONTANAROSA e DeANGELIS 2002: 748).

Vincent Kiernan reitera que os defensores do sistema de Embargo argumentam que este alivia os jornalistas de prepararem as notícias sobre temas altamente técnicos em prazos muito curtos e fomenta uma cobertura mais rigorosa da pesquisa científica. Em relação às notícias de estudos médicos, alegam ainda que garante que os médicos recebem um novo tema de um jornal médico antes do público em geral ser exposto à cobertura noticiosa do conteúdo do jornal médico (*Cf.* KIERNAN 2000: 33). Contudo, "o sistema de embargo também beneficia, claramente, os jornais embargados, ao atrair sobre eles a cobertura noticiosa" (KIERNAN 2000: 33). Além disso, é um "sub-universo de significado socialmente segregado com um vocabulário muito próprio" (KIERNAN 2000: 33). Por exemplo, a expressão "*embargo bust"* (quebra do embargo) significa que "o material bem embargado foi disseminado publicamente antes do tempo designado, o que liberta todos os jornalistas para ignorarem o embargo (KIERNAN 2000: 33). Neste sentido, uma grande vulnerabilidade deste sistema é que: "este constrange o comportamento apenas dos jornalistas que quiserem participar nele" (KIERNAN 2000: 33).

Ainda acerca da política de embargo, Vincent Kiernan realça:

> os argumentos dos defensores do Embargo são baseados na suposição que os jornalistas vão usar o tempo adicional proporcionado pelo Embargo para trabalhar numa história embargada, bem como conduzir a pesquisa adicionar, verificar os factos ou reescrever a história para a tornar mais legível. A validade desta hipótese não foi testada (KIERNAN 2000: 18).

Nesta linha de pensamento, o autor realizou uma investigação sobre as notícias da descoberta de evidência de vida fossilizada num meteorito de Marte em 1996, que foram publicadas na imprensa generalista antes da data prevista pelo sistema de embargo. Nesta investigação, concluiu: "há pouca sustentação para o argumento central que legitima o sistema de Embargo – a proposição que dar aos jornalistas acesso antecipado à informação técnica é essencial para que estes produzam notícias rigorosas sobre informação técnica" (KIERNAN 2000: 35). Em suma, "as sociedades científicas, os editores dos jornais científicos e os cientistas devem examinar o funcionamento do subuniverso de significado do sistema de Embargo com um olhar crítico, para assegurar que este funciona pelo seu interesse público e não simplesmente pelo interesse dos seus participantes" (KIERNAN 2000: 37).

Críticas à imprensa científica

Todos estes constrangimentos, juntamente com a evolução da sociedade onde se inserem, faz com que os jornais científicos não estejam isentos de críticas."Embora os periódicos científicos tenham sido um grande meio de informação científica por mais de trezentos anos, nos últimos trinta anos têm sido alvos de críticas frequentes" (HOUGHTON 1975: 42), afirmava Bernard Houghton em 1975, ou seja, há mais de trinta anos. À data, alguns dos defeitos apontados aos jornais científicos eram: os atrasos na publicação de artigos, a restrição em relação ao tamanho dos artigos, a dispersão bibliográfica por um grande número de jornais científicos, a dificuldade em encontrar rapidamente pessoas qualificadas e um tortuoso processo de arbitragem que vai aumentar os atrasos da publicação (*Cf.* HOUGHTON 1975: 43). Assim, "o jornal científico é um conjunto de artigos com atraso, caro e difícil de manejar" e "o artigo é vulnerável como um meio eficiente de comunicação e disseminação de informação" (HOUGHTON 1975: 43).

2.2 A imprensa médica

Neste ponto, pretende-se abordar os aspetos da imprensa médica que a tornam um caso particular da imprensa científica. Um dos objetivos é refletir sobre as particularidades distintivas da Imprensa Médica, nomeadamente o carácter pioneiro da sua génese e evolução e o lugar de destaque que ocupa em relação a outras áreas científicas.

Aquele que é considerado o fundador da imprensa médica moderna em Portugal, Mário Cardia, considera que: "representam os periódicos médicos um sector valioso no campo das atividades editoriais; entre os jornais e revistas que se dedicam a assuntos profissionais e técnicos, a imprensa médica é a mais importante, no que se refere à expansão, à qualidade e à quantidade dos seus órgãos" (CARDIA 1965: 9). "Somos nós (os médicos) sem dúvida, que possuímos, na maior parte dos países, a mais vasta, a mais influente e a melhor imprensa profissional" (CARDIA 1965: 9), acrescenta. O mesmo destaca um aspeto interessante da história da imprensa médica a nível internacional: "a primeira publicação médica periódica apareceu em Antuérpia em 1605. É curioso recordar que os periódicos médicos precederam de muitos anos o aparecimento da imprensa quotidiana geral" (CARDIA 1965: 12).

O pioneirismo da imprensa médica no cômputo geral da imprensa científica também é destacado por Francisco Esteve Ramírez e Javier del Moral:

> no sector da imprensa científica, a divulgação médica é uma das parcelas mais antigas. Assim, a informação sobre saúde aparece já nos primeiros jornais como *Le Journal des Sçavans*, publicado em 1665 por Denis de Sallo e que inclui a Medicina como uma das distintas secções em que divide o seu conteúdo, assim como no *Acta Eruditorum* editado em Leipzig en 1682 (RAMÍREZ e MORAL 1999: 262).

"Quanto às publicações especializadas em Medicina e Saúde, uma das primeiras é a editada em França no ano de 1679. Tratam-se dos cadernos mensais *Nouvelles decouvertes de toutes les parties de la Medicine* publicados

por Nicolás Blegny, médico do rei" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 263). A nível internacional os autores distinguem as seguintes publicações: "*The Lancet*, semanário médico publicado desde 5 de Outubro de 1823, sendo um dos mais prestigiados no Reino Unido; *La Presse Médicale*, revista mensal francesa; *Nursing*, revista mensal dedicada à enfermagem e o *British Medical Journal*" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 264).

Quando se procuram as razões para que a imprensa médica tenha sido a primeira a afirmar a sua especialização, perceber-se que "não foi por acaso ou simples capricho" (NUNES 2001: 156). Ao olhar para o grupo de difusão da Medicina, entende-se que

> por detrás desta libertação dos jornais médicos encontra-se um percurso complexo de ação concertada de vários perfis individuais de Médicos e de Cirurgiões, da valorização cultural e política da Medicina, da necessidade de lidar complementarmente com botânicos e farmacêuticos. Por outro lado, verificamos que o poder político desde cedo concedeu importância institucional à Medicina (NUNES 2001: 156).

Outro facto que distingue a imprensa médica é que, embora com variações temporais e geográficas, a Medicina tem sido uma das áreas da Ciência na qual se produzem mais publicações e no âmbito da qual se edita o maior número de artigos científicos. Na realidade, Xavier Polanco analisou dados relativos ao ano de 1986 sobre o número de publicações científicas por país e por domínio e concluiu que a Medicina fica à frente de todas as outras áreas científicas, como a química, física, matemática, engenharias, etc. (*Cf.* POLANCO 1990: 34). Todavia, de acordo com o Relatório UNESCO sobre Ciência de 2010, "em se tratando da relativa especialização dos países em disciplinas científicas específicas, existem fortes disparidades" (UNESCO 2010: 16).

Em concreto:

> a especialização da França na matemática, recentemente confirmada pela entrega do Prêmio Abel – o equivalente matemático do Prêmio Nobel – a dois matemáticos franceses em 2010. A França também está se especializando nas ciências da Terra e do espaço, bem como a Alemanha. Quanto ao Japão, o país possui diversos pontos fortes: física, química, engenharia e tecnologia. É interessante que tanto os EUA como o Reino Unido se especializam em pesquisa biomédica, medicina clínica, e Terra e Espaço (UNESCO 2010: 16).

Por outro lado, "a Rússia mostra uma forte especialização em física, matemática e ciências da Terra e do espaço. Tipicamente, a China tem uma forte especialização em física, química, matemática, e engenharia e tecnologia. Por contraste, a África e o Brasil são fortes em biologia, e a Índia em química" (UNESCO 2010: 16).

Perante estes resultados, conclui-se: "os países parecem escolher áreas de criação de conhecimento científico com base em suas próprias necessidades (medicina clínica), oportunidades geográficas (ciências da Terra e do espaço, e biologia) e, também, com base em afinidades culturais (matemática e física) e na experiência adquirida a partir do crescimento industrial (química)" (UNESCO 2010: 16).

Pormenorizando o caso de Portugal, observe-se o estudo "Produção Científica Portuguesa, 1990-2008: Séries Estatísticas", publicado em 2010 pelo GPEARI - Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Comparando o número de publicações por área científica, em Portugal, nos anos 2004 e 2008, conclui-se que a produção científica portuguesa na área das Ciências Médicas e da Saúde registou um crescimento de 68% entre 2004 e 2008. Para este aumento, contribuiu o acréscimo verificado no número de publicações em todos os domínios científicos considerados, nomeadamente, Medicina Básica, Medicina Clínica, Ciências da Saúde e Outras Ciências Médicas.

Ainda de acordo com a mesma pesquisa, e considerando o período 2000--2008, a taxa de crescimento do número de publicações em Ciências Médicas e da Saúde ascende a 185%, o que corresponde ao maior crescimento registado, durante este intervalo, em todas as áreas científicas. De salientar igualmente o forte e consistente aumento, em igual período, nas colaborações internacionais (isto é, no número de publicações em coautoria com instituições de outros países) nesta área. Em 2008, surgem a encabeçar a lista as colaborações com os EUA, Espanha, Reino Unido, Alemanha e França.

No mesmo sentido, os indicadores publicados pela Pordata em 2011, quanto à evolução das publicações científicas em Portugal, entre 1981 e 2010, é possível observar o percurso fulgurante das Ciências Médicas e da Saúde. É também de salientar que, no âmbito de todas as áreas científicas passou-se de 101 publicações no ano de 1981, para 6941 publicações no ano 2010.

Em suma, as publicações médicas assumem um papel de relevo para a progressão científica das ciências biomédicas, bem como para manterem os médicos atualizados sobre as novidades da investigação nas respetivas áreas. Os jornais médicos com revisão pelos pares com mais notoriedade e prestígio mundial são o *The New England Journal of Medicine*, o *JAMA: Journal of the American Medical Association*, o *BMJ (British Medical Journal)* e o *The Lancet*. Existem também publicações conceituadas dedicadas a especialidades médicas, como *Pediatrics*, *Circulation*, *Annals of Internal Medicine*, entre muitos outros.

Com o advento da Internet, algumas publicações *online*, também sujeitas a revisão pelos pares, mas de acesso livre, começam a assumir um lugar preponderante. São exemplo disso o *PLoS Medicine*, que surgiu em 2004, e vários editados pelo *BioMed Central*. Além disso, as publicações médicas em papel dão cada vez mais importância à vertente *online*. A tal ponto que, nalguns casos, chegam mesmo a extinguir a versão impressa e a dedicarem-se, em exclusivo, à edição na Internet. Isto acontece com o intuito de redução de custos e/ou por indicações de estudos de mercado para a preferência dos

médicos pela leitura *online*. Na realidade, "um médico de grau médio vê na publicação médica eletrónica uma forma de evitar os problemas que as revistas em papel acarretam, sem comprometer a qualidade e a precisão" (CRIPPEN 2004). Um estudo realizado por David Crippen conclui: "para os médicos mais ocupados o acesso à literatura médica torna-se logisticamente difícil. As tradicionais brochuras que acompanham as revistas médicas são caras, volumosas, com um índice confuso para pesquisar em que a necessidade de sentar e ler se revela intensa" (CRIPPEN 2004).

2.2.1 Imprensa médica *versus* Jornalismo médico

É importante distinguir jornalismo médico de imprensa médica, pois muitas vezes as expressões são confundidas. Em primeiro lugar, é preciso compreender que a importância das notícias de Medicina para a sociedade levou à necessidade de uma nova especialização jornalística: o jornalismo médico. A maioria das vezes integrado no jornalismo científico, consegue nalguns meios profissionais e científicos assumir-se como uma área autónoma.

Francisco Esteve Ramírez e Javier del Moral aludem à passagem da medicina como uma área incluída no jornalismo de ciência para uma área autónoma:

> a informação sobre temas relacionados com a saúde, tem sido incluída, normalmente, dentro da área correspondente ao jornalismo científico e técnico. No entanto, a crescente necessidade de informação mais atual e completa sobre os problemas de saúde foi consolidando a especialização de saúde como uma área informativa de especial relevância (RAMÍREZ e MORAL 1999: 261).

Enquanto a imprensa médica, analisada no ponto anterior, é dirigida para a classe médica, o jornalismo médico tem um destinatário abrangente: todos os públicos em geral. Todavia, como se concluirá nesta investigação, há certos órgãos da imprensa médica, como os jornais de informação médica, em que também se exerce jornalismo médico.

Não se pense que a questão é nova, pois, já na década de 60 do século XX, Mário Cardia preocupava-se com esta distinção: "muitos consideram que as denominações 'imprensa médica' e 'jornalismo médico' devem abranger também as atividades jornalísticas sobre assuntos médicos, em periódicos destinados ao grande público" (CARDIA 1965: 28). Por outro lado, "a imprensa médica pode atuar como conselheira dos órgãos da imprensa" (CARDIA 1965: 28). Desta feita, "a imprensa médica desempenha, pois, papel de grande relevo, não só diretamente em relação aos médicos, como pode também ser relevante a sua ação indiretamente, através dos jornalistas que escrevem nos jornais leigos, para o grande público" (CARDIA 1965: 29).

Carlos Elias refere de que forma as publicações científicas são uma das fontes do jornalista de Ciência e saúde e que

> os resultados, que é o que interessa ao jornalista, estão no fim do artigo. A sua função, portanto, não é divulgar, isto é, explicar a ciência, mas sim dar a conhecer entre as pessoas que falam a mesma linguagem e estão interessadas em problemas similares, os resultados de uma experiência para que, seguindo o método científico, sejam reproduzidos em qualquer laboratório do mundo (ELÍAS 2003: 269).

Claire McInerney e colegas, preocupados com o fluxo do conhecimento científico deste os jornais científicos até à imprensa generalista, afirmam: "embora a escrita científica tende a ser objetiva e documental e a escrita jornalística mais interpretativa, por vezes, a comunicação científica pode ser simplificada, originando mal-entendidos, colocando em marcha possíveis focos de preocupação pública" (McINERNEY Claire *et al.* 2004: 69). Aludindo quer à lei do embargo, quer à regra Ingelfinger, que são formas de controle de informação utilizadas por parte dos jornais científicos, Vincent Kiernan sustenta que "com o acordo dos jornalistas, jornais científicos e médicos de elite exercem uma influência considerável na cobertura jornalística dos seus conteúdos" (KIERNAN 2000: 15).

A perspetiva oposta, isto é – a imprensa generalista influencia a imprensa científica – é desenvolvida por alguns investigadores. É o caso de Vincent Kiernan, cuja investigação conclui: "há uma associação entre a cobertura jornalística de nova pesquisa académica e a subsequente citação dos cientistas sobre essa pesquisa" (KIERNAN 2003: 11). Sendo assim, "os meios de comunicação têm influência no processo científico" (KIERNAN 2003: 12). Acerca da área particular da Medicina, o autor exemplifica: há revistas que sub-enfatizam a investigação de métodos para a prevenção da doença. A cobertura das notícias publicadas nestas revistas orientam os investigadores na pesquisa do tratamento, perpetuando o que alguns veem como um sub-ênfase na medicina preventiva (*Cf.* KIERNAN 2003: 11-12).

A utilização dos meios de comunicação generalistas como fontes de informação pelos próprios médicos é um facto: "muitos médicos têm acesso a novas informações dentro da sua própria disciplina, a partir dos relatórios dos media" (LEVI 2001: XV). Aliás, "um potencial público para a divulgação incluirá outros cientistas e a divulgação será um meio de comunicação interno e interdisciplinar" (GREGORY e MILLER 2000: 85). Os modelos lineares que normalmente são aplicados à comunicação da Ciência "permitirem ver aos cientistas a comunicação popular como totalmente separada da comunicação científica" (GREGORY e MILLER 2000: 87), isto é:

> os cientistas, no topo da pirâmide do conhecimento, consideram como realmente valioso comunicar uns com os outros através de meios técnicos podendo, ocasionalmente, direcionar alguns fragmentos de artigos, como forma de popularizações, para o submisso e passivamente recetivo público em baixo da pirâmide (GREGORY e MILLER 2000: 87).

Advoga-se, porém, as vantagens do modelo "web" (rede) sugerido por Lewenstein, segundo o qual, "meios populares e técnicos (entretanto assim definido) interagem de formas complexas, informando e referindo-se uns aos outros" (GREGORY e MILLER 2000: 88). "Um modelo de comunicação em rede permite a sua popularização, ao ser considerado não como algo periférico à atividade científica, algo desviante ou patológico, mas como ten-

do uma função integrante na vida científica" (GREGORY e MILLER 2000: 88). Em suma, "popularização (chegar mais perto do público) é uma parte essencial da iniciativa científica. Os cientistas socorrem-se de explicações populares para atingir o outro e até mesmo escrever um trabalho de investigação para uma revista científica envolve uma certa quantidade de 'popularização'"(GREGORY e MILLER 2000: 244-245).

Para concluir, assente-se a importância social jornalismo médico, ao contribuir para a literacia médica e de saúde da população, na medida em que "os investigadores ligados à Medicina continuam a ser pobres, muitas vezes reticentes na comunicação com o público" (BLUM 2001: IX). Assim sendo, o jornalismo médico ajuda os leitores com informações para ter uma vida mais longa e saudável, evitar o sofrimento desnecessário e utilizar os recursos da forma mais sábia possível, fazendo a diferença na vida das pessoas (*Cf.* LEVI 2001: XII).

Capítulo 3

A COMUNICAÇÃO ENTRE OS CIENTISTAS E O PÚBLICO EM GERAL

Neste capítulo, serão analisadas as várias formas de comunicação entre os cientistas e o público em geral, desde a divulgação científica ao jornalismo na área da ciência, e todos os seus condicionalismos. Desta forma, explicar-se-á de que modo o reconhecimento do impacto social da ciência e das suas implicações económicas e políticas impulsionou a comunicação pública da ciência. Assim, observar-se-á a comunicação científica para o público em geral, quer por parte dos próprios cientistas, quer por parte dos jornalistas. Também as complexas relações entre cientistas e jornalistas merecerão o devido destaque. Relativamente ao jornalismo na área da ciência, além da sua caracterização aprofundada, não faltará uma reflexão crítica sobre o mesmo.

3.1 Impacto social, económico e político da ciência

O crescente valor social, económico de político da Ciência esteve na origem da necessidade da sua divulgação pública pelos próprios cientistas e, posteriormente, determinou a sua importância jornalística. "No final dos anos 60, início dos anos 70, observou-se um crescente interesse na inter-relação entre Ciência e sociedade" (DEBUS 1984: 102). Vários autores referem-se ao peso social da Ciência, como é o caso de Maria Eduarda Gonçalves, que afirma: "a crescente valorização económica, social e política da Ciência e das suas aplicações retiraram-na do relativo isolamento social que a caracterizava" (GONÇALVES 1993: 13).

"A Ciência e a Cultura são partes integrantes da vida do Homem e o seu divórcio prejudicará indelevelmente o mesmo Homem. Nenhuma Cultura pode, hoje, desconhecer as grandes linhas do pensamento científico" (BARROS 1988: 12). Na mesma linha de ideias, McKenkzie afirma: "a Ciência é agora parte integrante da civilização moderna e não apenas mais uma atividade privada, como compor imagens, uma música ou pintura. É uma função social" (McKENZIE 1960: 347).

Boaventura de Sousa Santos recorda os fatores que originaram uma era de rejeição social da ciência: "a ligação da ciência à máquina da guerra, que a química tinha iniciado já na primeira guerra mundial, tornava-se cada vez mais íntima com a preparação e produção de instrumentos militares" (SANTOS, B. 1978: 5). E explica:

> perante a "prostituição da ciência para objetivos de guerra", gerava-se um movimento social humanitário anti-ciência e, mais do que isso, um sentimento difuso de revolta contra a ciência. Os resultados da aplicação da ciência impediam que o progresso científico continuasse a ser considerado incondicionalmente bom. Criavam-se as condições para perguntar pelas funções sociais da ciência (SANTOS 1978: 5).

Além de Hiroshima, dá também como exemplo a Alemanha, em 1933, em que a ciência se submetia aos objetivos sociais e políticos do nazismo (*Cf.* SANTOS 1978: 5).

A responsabilidade social dos cientistas é tida como um dos fatores principais para aque estes comuniquem publicamente os resultados das suas investigações. Seguindo esta perspetiva, a ciência deve ser responsável com a sociedade e não com a política, no que concerne a questões que afetem o bem-estar público, "disponibilizando os resultados das investigações e apresentando recomendações baseadas nesses dados, mesmo quando os políticos veem essas advertências como inconvenientes" (BARBOUR 2010: 1). No caso da investigação científica em saúde, Ginny Barbour preconiza que os governos estejam atentos ao facto de estar em causa a qualidade de

vida das pessoas, sendo que "cidadãos informados devem esperar e exigir do governo pesquisas científicas independentes de interesses comerciais ou políticos" (BARBOUR 2010: 2).

A cultura científica é "uma das várias designações usadas para descrever a relação entre a ciência e o público (ou mais especificamente o que a população em geral sabe de ciência e o que pensa dela)" (DELICADO 2006: 53). Esta tornou-se um "problema social, que carece de consideração social, análise científica e intervenção política" (DELICADO 2006: 53). "O destinatário da política científica é a sociedade em geral, as suas instituições económicas, políticas e culturais, a organização societal" (CARAÇA 2001: 4). Logo, cabe à política científica ser a ponte entre a ciência e a sociedade.

3.1.1 As políticas científicas

A necessidade de políticas científicas que expressamente orientem o desenvolvimento da ciência para o serviço do "bem estar social" é destacada por Boaventura de Sousa Santos. Este alerta que se tal não acontecer "não é possível às sociedades industriais avançadas continuarem a injetar vultuosos investimentos na ciência sem que tal envolva riscos políticos mais ou menos sérios" (SANTOS, B. 1978: 43). O mesmo perceciona que "a prática científica contemporânea, isto é, a ciência enquanto sistema dominante de produção, distribuição e consumo de conhecimentos científicos reproduz e reforça, no seu domínio específico, a estrutura de dominação económica e política, quer no plano interno, quer no plano internacional" (SANTOS, B. 1978: 3). Neste pressuposto, passar-se-á agora a analisar as linhas gerais das políticas científicas nacionais e internacionais.

Política Científica Portuguesa

A investigação científica em Portugal começou a ser financiada de forma mais ou menos regular a partir de 1929, com a criação da Junta de Educação Nacional. Em 1952, o Instituto para a Alta Cultura, que havia sido criado em 1936, substituiu-a. Este também haveria por ser extinto, dando lugar ao Instituto Nacional de Investigação Científica (INIC), em 1977. Entretanto, fora criada, em 1967, a JNICT - Junta Nacional de Investigação Científica e

Tecnológica, que passou a acumular a administração do financiamento das instituições de ensino superior e de bolseiros pós-graduados, aquando da extinção do INIC em 1992.

A Constituição Política de 1976 estabelece as grandes linhas do projeto nacional de desenvolvimento social e determina que a política científica e tecnológica deve colocar-se ao serviço desse projeto. Lê-se no artigo 77, nº2: "A política científica e tecnológica tem por finalidade o fomento da investigação fundamental e da investigação aplicada". Acerca da Junta Nacional de Investigação Científica (JNICT), que foi presidida por Mariano Gago, é de salientar que quando esta foi criada correspondeu a uma inovação e a uma perspetiva mais dinâmica e interventiva da investigação científica.

Em 1995, foi pela primeira vez constituído um Ministério da Ciência e Tecnologia, cargo que também foi ocupado por Mariano Gago. Para além de substanciais alterações ao nível orgânico e de um forte investimento financeiro (sustentado sobretudo em verbas provenientes dos Quadros Comunitários de Apoio) dirigido para bolsas de formação e investigação, centros de investigação e projetos de Investigação e Desenvolvimento, o novo ministério elege como um dos eixos da política científica uma promoção eficaz da cultura científica e tecnológica. Advoga-se que esta permite a escolha informada de opções por parte dos cidadãos, pelo que se reforça o seu lugar primacial na educação e na formação profissional, bem como nos meios de comunicação social e nos centros e museus de ciência e de tecnologia.

A FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia – nasceu em Agosto de 1997, herdando funções da JNICT, após a extinção desta, em 1995. Atualmente, a FCT é uma instituição de referência, que garante o sistema de avaliação e financiamento da investigação científica portuguesa. Conforme é possível ver no sítio da Internet da FCT, esta tem como missão:

> promover continuadamente o avanço do conhecimento científico e tecnológico em Portugal, explorando oportunidades que se revelem em todos os domínios científicos e tecnológicos de atingir os mais elevados

> padrões internacionais de criação de conhecimento, e estimular a sua difusão e contribuição para a melhoria da educação, da saúde e do ambiente, para a qualidade de vida e o bem estar do público em geral.

A incumbência da FCT divide-se em três linhas de ação: em primeiro lugar, surge o investimento em bolsas de formação avançada, seguindo-se os financiamentos diretos a instituições de Investigação e Desenvolvimento e, por último, o financiamento direto a projetos de Investigação e Desenvolvimento. Mais especificamente, as funções da FCT são as seguintes:

> promover, financiar, acompanhar e avaliar instituições de ciência e tecnologia, programas e projetos de ciência e tecnologia, formação e qualificação dos recursos humanos; promover a criação e o reforço de infraestruturas de apoio à investigação científica e ao desenvolvimento tecnológico; promover a difusão e a divulgação da cultura e do conhecimento científico e tecnológico, e do ensino da ciência e da tecnologia, em particular quando relevante para fins educativos em colaboração com a Agência Ciência Viva; estimular a modernização, articulação, reforço e disponibilização pública de fontes de informação científica e tecnológica.

Daqui se depreende que a FCT seja uma organização que promove o conhecimento, encarada pela comunidade científica como um parceiro da atividade de investigação.

As fontes de financiamento da União Europeia foram fundamentais nas políticas científicas nacionais. Tal foi possível a partir de 1986, já desde esse ano "Portugal passou a integrar a União Europeia, tendo, a partir daí, que pautar a sua atividade, e, no caso vertente, a investigação científica, por indicadores internacionais" (FITAS 2006: 20). E Augusto Fitas salienta:

> dentro do primeiro Quadro Comunitário de Apoio a Portugal (1989-1993), foram levados à prática programas com impacto no desenvolvimento da Área da Ciência e Tecnologia e que contribuíram de uma forma determinante para a renovação e ampliação do Sistema Cientifico e Tecnológico Nacional. Destaque-se o Programa Ciência, ao abrigo do qual foi possível:

> primeiro, o reequipamento de vários Centros de Investigação Universitária já existentes; segundo, a constituição, ampliação ou agrupamento de uma dezena de novos Institutos de Investigação e três dezenas de Centros de Investigação associados as Universidades; terceiro, o reforço dos meios de cálculo científico; quarto, o lançamento de um grande programa avançado de formação de recursos humanos para a investigação, mediante mestrados e doutoramentos no país e no estrangeiro (FITAS 2006: 20-21).

Nos últimos anos, Portugal tentou superar o atraso científico e tecnológico face aos países mais desenvolvidos. Com este desiderato, as políticas científicas em Portugal, nos últimos anos, têm tido nos seus objetivos: aumentar o número de investigadores e doutoramentos; reforçar a produção científica; apostar na internacionalização e na diversificação de parcerias; elevar a quantidade de patentes registadas no Gabinete Europeu de Patentes e no Gabinete de Patentes dos Estados Unidos; melhorar a capacidade tecnológica das empresas; enraizar a ciência no país e reforçar a cultura científica e tecnológica. Para atingir estas metas, contaram diversas estratégias, tais como: aumento do investimento público em investigação científica e o estímulo ao investimento privado em investigação e desenvolvimento através do sistema de incentivos fiscais à investigação e desenvolvimento empresarial; esquemas de apoio à mobilidade de investigadores; avaliação e acreditação internacional dos centros e unidades de investigação do País e o reforço de massas críticas por agregação de instituições ou de redes de partilha de recursos.

Mariano Gago, que já foi aqui referido, é uma personalidade decisiva na história da política científica portuguesa. Portanto, é de reter algumas das suas ideias para a ciência em Portugal. Por exemplo, é defensor da importância da educação científica, ou seja, vendo a escola e as políticas educativas e científicas como "um terreno de luta social de onde depende o futuro próximo do País" (GAGO 2004: 3). Uma das suas lutas foi "o aumento dos recursos humanos qualificados, designadamente em ciência e tecnologia, que o País for capaz de formar e de reter" (GAGO 2004: 3). Acerca do papel

da União Europeia nas políticas científicas dos estados membros, incluindo Portugal, assevera: "o essencial do progresso científico resultará das políticas nacionais de cada estado membro e das formas de cooperação que entre si livremente decidirem estabelecer" (GAGO 2007: 3). Preconiza maior prioridade à ciência, bem como como objetivos europeus nas políticas científicas nacionais (*Cf.* GAGO 2007: 3). No caso do desenvolvimento científico de Portugal, alerta para a necessidade de "capacidade de articulação entre o País e a Europa e de políticas públicas eficazes e progressivas dentro e fora do país. Para a comunidade científica, o desafio é pois não só o de participar crescentemente na política científica nacional, como na política científica europeia" (GAGO 2004: 9).

O "Relatório sobre a Ciência", elaborado em 2010 pela Comissão Parlamentar de Educação e Ciência, sintetiza:

> o financiamento da Ciência em Portugal tem conhecido um importante crescimento nos últimos anos, com uma consequente melhoria de indicadores nacionais de desempenho. A nossa Ciência tem maior projeção internacional, os nossos cientistas publicam nas revistas mais prestigiadas, e a taxa de crescimento do investimento em Investigação e Desenvolvimento em 2009 foi o triplo da média da União Europeia. Numa perspetiva quantitativa focada sobre dados do passado imediato, há razões para satisfação (AAVV 2010: 5).

Por outro lado, "o sucesso da investigação em Portugal é resultado de políticas recentes, e que por não estarem devidamente sedimentadas temos que conviver com as ineficiências que as transições exigem" (AAVV 2010: 9). Como pontos fracos, o relatório aponta: a saída de jovens investigadores para o estrangeiro e uma descida do investimento em Investigação e Desenvolvimento, fatores que poderão arruinar o edifício científico construído ao longo do último meio século (*Cf.* AAVV 2010: 9). "Num contexto de crise e de retração das políticas públicas, é possível que também o domínio da ciência possa vir a ser afetado – e sabemos como isso seria desastroso

para o nosso desenvolvimento. O desafio, pelo contrário, é o de reforçar o investimento na ciência e o de pensar a sua articulação com as instituições de ensino superior" (AAVV 2010: 9), conclui-se.

Política Científica Internacional

Fazendo uma retrospetiva histórica internacional, verifica-se que a política da ciência tem-se generalizado, sobretudo a partir do termo da Segunda Guerra Mundial, tendo sido as próprias exigências do conflito que apressaram a introdução da ciência nas políticas mundiais. A propósito, Domingos Santos evoca que "numa primeira fase, correspondendo ao período que sucede à I Grande Guerra Mundial e se estende até à década de 60, predomina um enquadramento conceptual e instrumental característico do que podemos entender por política científica" (SANTOS, D. 2003: 3-4). Evidencia-se o Japão, no início do século XX, onde "a aplicação da ciência e da tecnologia ao desenvolvimento económico tinha já recuadas tradições nesse país. Deste modo, a política científica iniciou-se aí muito antes de ter despontado nos países ocidentais" (RALHA 1967: 2). Por exemplo: "terminada a ocupação americana, um dos primeiros atos do Governo foi o estabelecimento da Agência da Ciência e Tecnologia Industrial, que foi criada, inicialmente, com o objetivo de fazer investigação nos seus próprios laboratórios e institutos" (RALHA 1967: 2).

De um modo geral, a nível mundial, o cenário é este: "a partir de meados da década de 60 assiste-se a uma crescente preocupação com os impactes dos frutos da investigação científica no desenvolvimento económico e social. Aparece, pois, nesta altura o conceito de política científica e tecnológica" (SANTOS, D. 2003: 4). Além disso, sucede o seguinte: "surgem nalguns países da OCDE, nomeadamente nos EUA, no Japão, na Inglaterra, na França e na Alemanha, instrumentos que procuram articular os dois universos, académico e empresarial" (SANTOS, D. 2003: 5).

A atualidade das políticas científicas é marcada pela cooperação internacional. Na verdade, "a colaboração internacional tem sofrido um forte encorajamento por parte de políticas especificamente orientadas nesse sen-

tido, de que é exemplo claro o Programa-Quadro Europeu de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico, mas que também se verifica em países como os EUA e o Japão" (PEREIRA 1996: 3). Porém, Tiago Pereira lembra:

> até aos anos 80 do século passado, as políticas de ciência e tecnologia eram dominadas por programas nacionais. O Tratado de Roma não continha nenhuma provisão relativa a investigação e desenvolvimento, com exceção de investigação em energia nuclear (através do Tratado EURATOM/EAEC) e em aço e carvão (através da Comunidade Europeia de Aço e Carvão/ECSC) (PEREIRA 1996: 5).

O mesmo autor ressalva que houve algumas experiências iniciais ao nível das políticas tecnológicas seletivas nos anos 60 do século XX, "centradas em projetos de grande escala, através de tecnologias de prestígio, tais como aeronáutica, aerospacial e energia nuclear" (PEREIRA 1996: 5). Já nos anos 70, "estas políticas seletivas evoluíram para um apoio a tecnologias genéricas, em particular a eletrónica e a biotecnologia, e para políticas mais diversificadas orientadas para o desenvolvimento das infraestruturas de ciência e tecnologia" (PEREIRA 1996: 5). Todavia, foi apenas durante os anos 80 que se iniciou o primeiro programa-quadro europeu (1984-1987), "como resultado da crescente necessidade de coordenação das várias atividades comunitárias de I&DT, apresentando um conjunto de ações específicas orientadas para a comunidade científica na Europa" (PEREIRA 1996: 5). O investigador atribui grande valor aos programas-quadro nas políticas europeias de ciência e tecnologia, na medida em que estes "representam o primeiro conjunto coordenado de ações de investigação num leque diversificado de especialidades científicas" (PEREIRA 1996: 7).

Aludindo às tendências atuais nesta matéria, Domingos Santos, defende a substituição do conceito de política científica pelo conceito de "política de inovação", recordando que foi a partir de meados da década de 80, que começaram a discernir-se as condições embrionárias que levaram ao seu aparecimento (*Cf.* SANTOS, D. 2003: 6). De facto, no ano 2007, o Conselho da União Europeia deliberou publicamente e obteve acordo político para a

criação do *European Institute of Innovation and Technology* (EIT), fundado em 2008, e cujo principal objetivo é contribuir para o desenvolvimento da capacidade de inovação na União Europeia, envolvendo o ensino superior, a pesquisa e a competitividade. Também no ano de 2007 a Comissão Europeia lançou o "Livro Verde sobre o Espaço Europeu de Investigação", tendo em mente que a concretização de políticas mais ambiciosas de desenvolvimento científico em cada país é estimulada pela própria definição europeia de objetivos comuns.

O contexto económico mundial dos últimos anos tem colocado alguns entraves a políticas direcionadas para a ciência, tecnologia e inovação em vários países, como o indicam os dados divulgados em 2010 pela OCDE:

> alguns anunciaram cortes no orçamento anual para investigação e desenvolvimento e para o ensino superior e outros parecem estar prontos a seguir o mesmo caminho. Ainda assim, países como Áustria, Alemanha, Coreia e Estados Unidos, aumentaram recentemente os investimentos na área científica, reforçando a investigação pública e os recursos humanos com vista a melhorar a inovação futura e as perspetivas de crescimento (OCDE 2010: 2).

Em contraponto, "a situação em algumas economias não-membros da OCDE é mais positiva. No mundo inteiro, as atividades de ciência, tecnologia e inovação estão a intensificar-se e a difundir-se num número mais elevado de regiões" (OCDE 2010: 2). Dando como exemplo a China e a Rússia, admite-se que "as economias não-membros da OCDE continuam a incrementar os gastos em I&D e tornaram-se atores importantes" (OCDE 2010: 3).

3.2 A importância da comunicação pública da ciência

Depois de observar-se o relevo social, económico e político da ciência, que levam à existência de considerável investimento público e privado na investigação científica, percebe-se a necessidade da sua ampla divulgação:

> se é tão evidente o impacto e a importância da Ciência, não devemos ter dúvidas sobre a necessidade de a comunicar e de a tornar acessível ao maior número possível de pessoas e permitir-lhes que a compreendam, as vejam de uma forma crítica, que desenvolvam ferramentas para o seu controlo social e que consigam fazer conscientemente as suas escolhas individuais (GRANADO e MALHEIROS 2001: 16).

O interesse público em ciência justifica-se dado que "através das décadas, a Ciência e a investigação científica têm tido um impacto crescente, direta como indiretamente, na vida pública. Como resultado, o público tem mostrado sinais de um interesse crescente na Ciência e na política de ciência" (PELLECHIA 1997: 49).

Será a vez, por isso, de analisar a comunicação pública da ciência, ou seja, a transmissão de informação científica a todos os cidadãos. O conhecimento científico deixa de circular apenas no núcleo restrito dos cientistas, passando a estar disponível para os públicos leigos em ciência. Neste sentido, a Direção Geral para a Investigação da Comissão Europeia considera que o impacto da pesquisa científica é tal que a comunicação de iniciativas de investigação e os seus resultados é ativamente apoiado e encorajado por aquele organismo (*Cf.* EUROPEAN COMISSION 2010). Mais: "a divulgação dos resultados é obrigatória para todos os programas financiados" (EUROPEAN COMISSION 2010).

Fazendo uma retrospetiva histórica:

> durante séculos, os conhecimentos científicos foram património de elites intelectuais especializadas, que consideraram inúteis os esforços para tentar transmiti-los ao resto da sociedade. No entanto, pelo menos desde o século XVII, a ciência começa a interessar grupos cada vez mais vastos de cidadãos, ao mesmo tempo que surgem razões sociais e políticas que incentivam os cientistas a difundir os seus conhecimentos. A partir deste momento, o saber científico tenta encontrar diversos meios para atingir o público em geral (LEÓN 2001: 19).

Porém, "não é fácil determinar o momento histórico em que se inicia um intercâmbio significativo de informações entre os cientistas e o resto da sociedade" (LEÓN 2001: 25). Uma coisa é certa:

> a Europa do final do século XVII assiste ao nascimento da ciência moderna e os cientistas convertem-se assim em aliados do Estado moderno, dado que o seu saber e as suas invenções podem contribuir para melhorar o comércio, a indústria, a saúde, a arte ou a guerra. À vista desta utilidade, o Estado está a pagar aos sábios. Em troca deste mecenato, impõe aos cientistas a obrigação de dar a conhecer o resultado das suas investigações (LEÓN 2001: 25).

Estas primeiras tentativas de divulgar o conhecimento científico a um público amplo fazem-se através de artigos de publicações de jornais e revistas e, durante os séculos XVII e XVIII, a ciência converte-se num dos conteúdos habituais da imprensa e estes podem ser considerados os primeiros artigos de divulgação, já que não dirigidos aos cientistas, mas sim ao público em geral (*Cf.* LEÓN 2001: 26). A primeira obra de divulgação científica significativa – *Entretiens sur la pluralité des mondes* – foi publicada em 1686.

Mais tarde, "a partir de meados do século XIX, os cientistas viam a popularização da ciência como uma forma importante de educação para a ciência e como parte da profissão" (DUNWOODY 2004: 78). De facto, "o século XIX marca a idade de ouro da divulgação científica" (LEÓN 2001: 27). É nesta época que surgem revistas com um desígnio declaradamente divulgativo como a *Scientific American*, fundada em 1845 e ainda hoje publicada. Já no final do mesmo século "acentua-se a influência das correntes positivistas e científicas, que proclamam o poder ilimitado da ciência para solucionar os problemas do homem. À luz destas correntes, multiplicam-se os trabalhos divulgativos, tanto a nível literário como a nível jornalístico (LEÓN 2001: 29).

No início do século XX, a postura dos cientistas, especialmente nos Estados Unidos, mudou, pois estes "abandonaram os esforços de popularização já que a especialização requeria muito tempo e a popularização tornava-se um problema mais do que uma parte da profissão do cientista" (DUNWOODY

2004: 79). Não tardou, portanto, a que os cientistas deixassem o campo da comunicação da ciência para os jornalistas. Isto iria originar uma complexa relação que será analisada mais adiante. Avançando para os anos imediatamente anteriores e posteriores à Segunda Guerra Mundial, "aprecia-se um novo impulso da ciência, que constitui a antecipação da nova revolução tecnológica do último terço do século XX" (LEÓN 2001: 31).

A divulgação científica cumpre igualmente um papel da na imposição de limites à Ciência, através dos "consensos resultantes de um debate generalizado e constante com o público em geral. Um tal debate exige um esforço da comunidade científica, pois só ela poderá corretamente informar sobre as implicações da sua própria atividade" (MATOS 1993: 89). Isto significa que "em última instância, a opinião pública desempenha, direta ou indiretamente, um papel nas escolhas do Estado, na distribuição do orçamento, no apoio mais ou menos generoso à investigação pura" (SCHATZMAN 1989: 66). Os cientistas reconhecem isto e acedem à comunicação pública com três postulados: "quando mais visíveis forem, mais recursos obtêm; o público é um mercado a explorar e a cobertura mediática confere legitimidade social" (DUNWOODY 2004: 79).

A obrigação social de comunicar a ciência é sustentada por António Granado e José Malheiros: "faz parte dos deveres dos cientistas comunicar o resultado dos seus trabalhos aos contribuintes que o financiam" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 17). Deste modo, "comunicar com o público é, assim, para o cientista, também uma forma de assunção da sua própria cidadania" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 17). Na realidade, o comunalismo é um dos princípios que tem governado o desenvolvimento da ciência, pois "uma vez que o conhecimento científico é um produto social, os resultados das investigações, nomeadamente as teorias que as orientam, deve ser do domínio público. É necessária a comunicação plena e aberta dos resultados, para o avanço do conhecimento" (GONÇALVES 1993: 111). Por outro lado, "é importante que a comunidade científica mundial se relacione mais intimamente com o meio político e social que ajudou a criar, os cientistas têm de ajudar a compreender os problemas dos decisores e a aprender as artes da

comunicação" (KING 1993: 23). Enfim, "a informação do público não científico consiste numa parte crescente entre as responsabilidades profissionais do investigador científico" (DICKINSON 1988: 90).

A ideia da comunicação pública da ciência como o culminar de qualquer investigação científica tem os seus seguidores. Nas palavras de Scott Montgomery, "a pesquisa que nunca vê o escuro da tinta continua escondida ou virtual ou inexistente. A publicação e a comunicação pública são como o trabalho científico ganha uma presença, uma realidade partilhada no mundo" (MONTGOMERY 2003: 1). Nesta linha de raciocínio, "a atividade científica chega à sua plenitude quando o investigador comunica os resultados do seu trabalho à sociedade. De pouco ou nada serviria todo o esforço do investigador se não culminasse com esta faceta comunicativa" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 110). Há uma estreita relação e dependência entre a ciência e a comunicação, pois a ciência precisa da informação para poder alcançar a sua realização plena e estabelecer os vínculos necessários entre o investigador e o não especialista (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 110).

Pierre Aigran defende a utilidade da comunicação da ciência para o próprio avanço científico: "a ciência deve ser sustentada intelectualmente pela população. Assim, é preciso que os cientistas aceitem vulgarizar o seu saber" (*Cit. in* BARROS 1988: 24). "Os grandes períodos de desenvolvimento da Ciência foram momentos em que a população influente estava convencida do seu interesse e os cientistas, em troca, estavam dispostos a 'vulgarizar' a sua investigação" (*Cit. in* BARROS 1988: 24), acrescenta. "A atual preocupação dos jornalistas de Ciência com a informação dará lugar à popularização dos objetivos, dos métodos e do espírito da Ciência. Só quando isto acontecer o público dará apoio ao avanço da Ciência por outros motivos que não os utilitários", avança Gerald Piel (*Cit. in* KRIEGHBAUM 1970: 17). Por outro lado, "a vulgarização científica pode servir para despertar entre os leitores dos jornais uma consciência mais viva do papel e da missão dos homens da ciência e dos investigadores no nosso mundo atual" (ALBERTOS 1992: 277). Aliás, há quem defenda que "o fenómeno anti-Ciência deve-se ao facto que,

durante muito tempo, os cientistas e investigadores não se esforçavam em comunicar eficazmente com o público sobre o seu trabalho" (DICKINSON 1988: 17).

Outras funções são apontadas à divulgação científica, reiterando o seu valor, nomeadamente pelo seu papel na cidadania, ao "dar ao cidadão médio o conhecimento base para ser capaz de participar nos processos democráticos de tomada de decisões" (FELT 2000: 276). De igual modo, Jane Gregory e Steve Miller realçam que "o objetivo da divulgação de Ciência pode passar por capacitar os seus destinatários no sentido de melhorar os processos democráticos existentes ou ajudar a desenvolver novas formas ou ainda impedir a alienação de sectores da sociedade" (GREGORY e MILLER 2000: 245).

A comunidade científica também tem interesses individuais na divulgação da ciência. Veja-se, a título de exemplo, um estudo realizado por Vicent Kiernan cuja hipótese era a seguinte: "Os artigos assinados pelo *New York Times* serão mais citados pelos académicos do que os artigos publicados no *Times*" (KIERNAN 2003: 5). Uma questão de pesquisa foi: "Qual o efeito relativo da cobertura pelo *New York Times* e outros jornais diários e a rede de televisão nacional nos índices de citação da pesquisa publicada?" (KIERNAN 2003: 5). O investigador conclui que "este estudo sugere uma associação entre a cobertura jornalística de pesquisa académica e as citações dos cientistas depois deste estudo. Os meios de comunicação têm influência sobre o processo científico" (KIERNAN 2003: 11-12).

É de salientar que tudo que foi aqui apontado relativamente à divulgação científica aconteceu devido ao progresso dos meios de comunicação social, isto é: não teria sido possível sem, por um lado, o desenvolvimento das formas de comunicar desde a imprensa até aos vários media e à Internet e, por outro lado, a necessidade intrínseca da ciência, para ser ciência, se tornar pública (*Cf.* GASPAR 2004: 4). De igual modo, "os media são atores-chave neste processo e claramente desempenham um papel crucial na comunicação da ciência" (EUROPEAN COMISSION 2010). Para perceber a capacidade

de divulgação científica dos media, basta pensar que "um só programa de televisão pode chegar a mais pessoas do que uma conferência pronunciada diariamente, durante todo um século" (LEÓN 2002: 74). Atualmente, a internet apresenta um grande potencial ao nível da divulgação da ciência.

O polimorfismo é um das caraterísticas da comunicação pública da ciência. Significa que a comunicação da ciência nos media passa por muitos géneros e formatos, para além da notícia: os documentários sobre natureza, os debates, os programas infantis e juvenis, bem como a ficção na literatura, no cinema e na televisão (*Cf.* CARVALHO e CABECINHAS 2004: 6). Na realidade, a comunicação pública da ciência ou divulgação científica não se limita à utilização dos meios de comunicação social, tendo lugar através dos mais variados suportes: "obras de literatura e poesia, livros didáticos, jogos, livros infantis, filmes, programas de rádio e televisão, sítios virtuais, apresentações teatrais, músicas, exposições em museus" (FILHO 2006: 2), entre outros. Esta multiplicidade é reflexo da criatividade que marca a divulgação científica e que vai conduzindo ao uso de novos meios e formatos de concretização: o conhecimento científico é colocado num novo contexto, impregnado de fatores sociais, económicos, políticos ou culturais. Neste sentido, a divulgação da Ciência tem de ser entendida como uma atividade criativa que produz um tipo de conhecimento diferente, em vez de ser considerada como uma simples atividade reprodutiva (*Cf.* GONÇALVES 2000: 284).

A diversificação das formas de divulgação científica também surge, nalguns casos, como resposta à crítica da comunicação indireta e unidirecional que prevalece. Neste sentido, têm-se avaliado "perspetivas do estabelecimento de formas de comunicação direta e bidirecional (diálogo) entre cientistas e o público" (COUTINHO *et al.* 2004: 113). Isto porque há uma corrente de pensamento que preconiza "um maior envolvimento do público com a ciência requer meios de comunicação que promovam o diálogo entre cientistas e o público, permitindo partilhar os valores e o sistema social da ciência" (COUTINHO *et al.* 2004: 113). Tal pode acontecer com auxílio da Internet, já que com o acesso livre aos repositórios eletrónicos de artigos científicos,

dá-se uma "aproximação da comunicação científica e à divulgação científica, pois o público leigo, por motivações diversas, consultará os reportórios" (FERREIRA 2004: 202).

Finalmente, uma advertência sobre o autor do discurso divulgativo, que tanto pode ser o cientista como um profissional da comunicação, por exemplo, um jornalista. Ao longo da história da ciência encontram-se admiráveis exemplos de cientistas divulgadores, como é o caso de Darwin, Freud, Huxley, Lewis Thomas, Sagan, Jonathan Miller, entre outros (*Cf.* LEÓN 2001: 34). A este nível, Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas recordam:

> na cultura profissional dos cientistas, a comunicação da ciência foi longamente percebida como 'popularização' e vista como atividade prosélita reservada a um pequeno grupo de investigadores, como Carl Sagan e Stephen Hawkings. A maior parte dos cientistas tem, de facto, hesitado em construir pontes com públicos não especializados (CARVALHO e CABECINHAS 2004: 7).

No entanto, como já se referiu anteriormente, os cientistas assumem cada vez mais "atitudes mais pró-ativas no contacto com os públicos, através dos media e em outras arenas" (CARVALHO e CABECINHAS 2004: 8). Além disso, "a profissionalização da comunicação da ciência, com a entrada de especialistas em assessoria de imprensa e relações públicas no campo" (CARVALHO e CABECINHAS 2004: 8) também tem contribuído para mais e melhor comunicação pública da ciência.

3.2.1 O conceito de "*Public Understanding of Science*"

Há um conceito inovador e autónomo que surge no âmbito da comunicação pública da Ciência, o "*Public Understanding of Science*", que normalmente é traduzido como "compreensão pública da Ciência" (GONÇALVES 2000: 2). Este tema tornou-se mesmo uma área específica de investigação, isto é, "tem havido muitos estudos sobre a compreensão pública da ciência equivalente ao P.U.S" (CARVALHO e CABECINHAS 2004: 6). Tal significa que "o que é que o público pensa da Ciência e o que é que os cientistas pensam do

público e como os media os comportam juntos, são alguns assuntos que têm motivado várias pesquisas e levantado consideráveis opiniões" (GREGORY e MILLER 2000: IX).

O aparecimento do movimento de "*Public Undertsanding of Science*" no Reino Unido, na década de 80, deve-se a um relatório da *Royal Society* que visava "rever a natureza e a extensão da noção de Ciência no Reino Unido e dos mecanismos que facilitariam a compreensão do papel da Ciência e da Tecnologia na sociedade" (GREGORY e MILLER 2000: 5-6) e do qual resultou a formação do C.O.P.U.S. (*Committee on the Public Understanding of Science*). "Nos últimos anos, a compreensão do que é Ciência por parte da sociedade tornou-se fundamental na forma de pensar do governo do Reino Unido" (GREGORY e MILLER 2000: 6). Devem distinguir-se os movimentos de "compreensão pública da ciência" – mais ligados à divulgação científica para adultos, famílias e grupos comunitários através dos media – e a "literacia científica" – expressão surgida nos Estados Unidos e mais associada ao sistema de ensino. O significado que é dado à "compreensão" da ciência não e unânime: para alguns esta é equiparada a "conhecimento", para outros também é "avaliação" (*Cf.* GREGORY e MILLER 2000: 9).

Este ideal do "conhecimento científico descodificado, generalizado, acessível e democraticamente disseminado" (GASPAR 2004: 5) também tem estado no centro das preocupações das políticas de ciência da União Europeia e, por consequência, de Portugal. Entre os programas dirigidos à Ciência e Sociedade, destaca-se no ano 2001 a publicação pela Comissão Europeia de um plano de ação promovendo a educação e cultura científica, assim como uma maior proximidade entre as políticas e os cidadãos. Seguiram-se várias ações de promoção da cultura científica e a compreensão pública da ciência.

Alguns autores criticam esta aparente postura passiva do modelo de difusão linear do conhecimento científico para o espaço público, devido a ser hierárquico e unidirecional. Por exemplo, Maria Eduarda Gonçalves reprova: "recetor de mensagens transmitidas pelos cientistas, o público é reduzido neste quadro a uma posição meramente passiva" (GONÇALVES 2000: 3).

"A cultura científica deve ser entendida numa aceção mais ampla do que a tradicional, deverá ser concebida também como a capacidade de perceber e de lidar com a Ciência e as aplicações tecnológicas nos vários contextos em que elas se tornam relevantes para o cidadão" (GONÇALVES 2000: 5), sustenta. Tratam-se os recetores deste conhecimento científico (o público leigo) como sendo indiferenciados e passivos, mas a divulgação deve ser entendida como um processo de negociação do significado que ocorre a vários níveis, em diversos momentos e que envolve atores diferentes, oriundos de uma grande variedade de contextos sociais e culturais (*Cf.* FELT 2000: 267-268).

A ideia que este processo comunicacional deve envolver todos os seus intervenientes significa que "o que é necessário não é apenas a compreensão de ciência pelo público ou pelos media, mas sim a compreensão científica dos media e do público" (MILLER 1995: 280). Além disso, "os cientistas devem aprender a comunicar sem recurso ao jargão, os educadores devem ajudar a tornar a ciência mais acessível aos não-cientistas, e o público deve fazer um esforço para se manter informado sobre a Ciência" (KUA *et al.* 2004: 320).

O agravamento das diferenças sociais entre quem compreende ou não a ciência é encarado como um problema: "quanto mais sofisticada e densa se tornou a troca de informação, mais privilegiadas se tornaram as pessoas que já possuíam um capital intelectual inicial considerável – um fenómeno a que se chamou a disparidade crescente do conhecimento (FELT 2000: 266).

Saliente-se que a heterogeneidade é tal que se podem encontrar três patamares da ignorância pública em ciência: a ignorância de base, sobre os conceitos mais basilares, células, cromossomas, mitose e meiose, ignorados pela maioria da população; a ignorância sobre o que está acontecendo nos ramos mais significativos da Ciência, incluindo as novas descobertas e teorias; e a ignorância das implicações: as consequências éticas, jurídicas, sociais e políticas das biotecnologias, do monopólio da produção de sementes à patente de seres vivos, da nova eugenia à discriminação genética no emprego e por seguradoras (*Cf.* JÚNIOR: 61).

Os media são encarados como a principal fonte de informação para a compreensão pública da ciência: "quase tudo o que o público adulto sabe e pensa sobre ciência é enformado pelos media" (CARVALHO 2004: 43) e "os media são a fonte mais comum de informações científicas" (WILSON 2000: 1). Daí ter surgido uma especialização do jornalismo na área da ciência, como se irá ver de seguida.

3.3 Jornalismo na área da ciência

Para a abordagem da temática do jornalismo na área da ciência torna-se necessário dividi-la em várias vertentes: origens e evolução, definição e características, enquadramento no âmbito do jornalismo especializado, funções e formação do jornalista nesta área, principais críticas ao jornalismo de ciência e, finalmente, o estado desta especialização em Portugal. Uma questão fulcral, e que por isso merecerá um ponto específico, é à interação entre os jornalistas e os cientistas, os atores sociais preponderantes na cobertura noticiosa da ciência, bem como os jogos de interesses (políticos, económicos, individuais ou outros) envolvidos na mediatização da ciência.

Importância do jornalismo especializado

A especialização do jornalismo em várias áreas do saber deriva do nível crescente do conhecimento exigido para noticiar de uma forma válida, ou seja, com espírito crítico, as várias parcelas que compõem a realidade. Francisco Ramírez e Javier del Moral argumentam que o jornalismo especializado surge na medida em que a "a fragmentação do conhecimento pode ampliar-se igualmente a todo o contexto informativo que nos rodeia" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 9) Esta ideia é desenvolvida por Florence Aubenas e Miguel Benasayag, que exemplificam: raros serão entretanto os que hoje podem compreender a ciência ou a economia. Assumiram uma tal complexidade que, na escala do tempo, somos os primeiros detentores de uma cultura de que não temos as chaves. Os mais destacados génios dos laboratórios apenas conhecem um pequeno segmento, simples fragmentos do conjunto (*Cf.* AUBENAS e BENASAYAG 2002: 103). Portanto, perante o jornalismo, "não se trata assim de colocar a questão em termos falsamente *shakesperianos*:

informar ou não informar, eis a questão. O desafio que se coloca à imprensa é outro: como compreender, para poder superar, este mecanismo que cria um mundo de representação a que todos nos tornámos alheios" (AUBENAS e BENASAYAG 2002: 104).

Assim, vivemos numa era de "atomização informativa como resultado de uma excessiva parcelização de áreas do saber" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 10). Neste sentido, "a especialização jornalística é a disciplina encarregada de estabelecer esta possível ordenação entre os distintos conteúdos informativos proporcionando uma síntese globalizadora" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 10). E assim, pode-se concluir que "a Informação Jornalística Especializada é a estrutura informativa que analisa a realidade tal como esta se oferece ao homem de hoje" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 10). Surge, então, o "grande paradoxo: uma disciplina especializada em unificar as distintas especializações" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 10).

A informação jornalística especializada vem fazer a ponte entre os especialistas em determinada área e a sociedade. No caso do jornalismo especializado em ciência, este vem "cobrir o abismo que, tradicionalmente, existe entre os cientistas e os cidadãos não especialistas nestes conteúdos especializados" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 110). Na verdade, os media passaram a "desempenhar a função estratégica de fornecedores de informações científicas, as quais permitem que todos se sintam minimamente afinados com as questões centrais de um mundo que, sob a égide da ciência e da tecnologia, mostra-se em contínuas e rápidas transformações" (FILHO 2006: 1).

Um último aspeto a reter em relação a este tópico é que, tal como em qualquer outra especialização jornalística, e apesar de todas as suas peculiaridades "o jornalismo científico é muito mais sobre jornalismo do que propriamente sobre Ciência" (GREGORY e MILLER 2000: 131). Esta ideia é tida em conta pelos próprios jornalistas: o jornalismo científico deve ser em primeiro lugar jornalismo (*Cf.* JÚNIOR 2005: 45).

Numa investigação realizada em 1990, Anders Hansen conclui: "os jornalistas especializados em cobrir a Ciência na imprensa britânica consideram-se, primeiro, 'jornalistas' e só depois 'jornalistas de ciência'" (HANSEN 1994: 130). "Os jornalistas encaram o seu trabalho como sendo uma atividade interessante, informativa e de cobertura divertida da ciência e não como uma forma de educar as pessoas em nome da ciência" (HANSEN 1994: 130), complementa. Neste contexto, "nos últimos anos as empresas de comunicação passaram a buscar, com maior insistência, profissionais que demonstrem capacidade de compreensão do discurso científico e habilidade para repassar os conteúdos para um público interessado em se inteirar sobre as últimas novidades da ciência" (FILHO 2006: 2).

Origens e evolução do jornalismo na área da ciência

Em primeiro lugar, convém recordar que "a história do jornalismo científico tem suas origens fecundadas a partir do interesse e da curiosidade do público por informações sobre a ciência" (CALADO 2006: 9). Esta curiosidade é satisfeita pela comunicação da ciência para o público em geral, que no início era feita unicamente pelos próprios cientistas. Aliás, há quem defenda: "dado que a atividade científica precede a criação de uma comunidade académica para a Ciência, pode-se argumentar que a popularização precede a comunicação da Ciência" (GREGORY e MILLER 2000: 19). Então, "nalguns anos, a comunicação da Ciência ficou uma atividade especializada dos cientistas. Curiosamente, os melhores investigadores pareciam ser os melhores comunicadores em muitos casos" (ANTON e McCOURT 1995: 8). Jane Gregory e Steve Miller explicam: "as histórias da Ciência já haviam sido escritas na sua maioria por cientistas, mas como o interesse do público na Ciência cresceu, a tarefa de comunicação foi caindo cada vez mais nas mãos dos jornalistas" (GREGORY e MILLER 2000: 27).

A passagem da comunicação pública da ciência para as mãos dos jornalistas surge na última década do século XIX, em que produz-se uma mudança significativa na relação entre a ciência e a imprensa: "os jornalistas partem em busca de notícias no âmbito da ciência. Através desta procura, os profissionais da informação procuram encontrar notícias que apelem po-

derosamente à atenção dos seus leitores" (LEÓN 2011: 30). A tal ponto que, "esta tendência mantém-se vigente até inícios do século XX, uma vez que a imprensa popular se ocupa fundamentalmente das aplicações das principais descobertas, adotando com frequência um tom sensacionalista" (LEÓN 2011: 30). Em suma, "no início do século XX, o Jornalismo Científico começa a estender-se como consequência da popularização da imprensa escrita e da explosão técnico-científica" (JÚNIOR 2005: 71). No entanto, "os resultados a que se chegou, com o uso da química industrial na I Guerra Mundial, fizeram com que os jornalistas e seus patrões reconhecessem que os cientistas precisavam de uma atenção mais séria, e mais crítica" (JÚNIOR 2005: 71). O mesmo viria a acontecer mais tarde, já na II Guerra Mundial que "tornou-se a guerra dos físicos, com o poder nuclear" (JÚNIOR 2005: 71).

A década de 20 do século XX é decisiva, pois é aí que muitos investigadores situam o nascimento do jornalismo científico propriamente dito, quando Waldemar Kaemppfert começa a escrever crónicas científicas no *New York Times*, sendo considerado por muitos investigadores o primeiro jornalista científico (*Cf.* LEÓN 2001: 30; RAMÍREZ 1999: 111). Criada por Edwin Scripps, surge em 1921, também nos Estados Unidos, a primeira agência de distribuição de notícias científicas, a *Science Service*, o que "contribui para reforçar a qualidade da informação científica na imprensa" (LEÓN 2001: 31). Nesta altura, o jornalismo científico encontra-se já presente nos principais jornais de todo o mundo e, além disso, "começa a ser objeto de ensino nas universidades. Em 1928, Emil Dovifat é nomeado professor extraordinário da cátedra de jornalismo científico e publicidade, instituída na Universidade de Berlim" (LEÓN 2001: 31).

No presente, como já se observou, por motivos sociais, políticos, económicos, científicos e até individuais, a comunicação pública da ciência é extremamente valorizada e os media desempenham uma função estratégica. Neste sentido, o jornalismo surge como uma das ferramentas mediáticas através da qual se realiza a comunicação pública da ciência. Em seguida, serão analisadas as características do jornalismo na área da ciência.

Definição, características e funções do jornalismo científico

A própria definição de jornalismo na área da ciência, também designado por jornalismo científico, permite compreender melhor a sua complexidade. Aliás, os problemas começam na delimitação do campo de atuação: "a riqueza da ciência não é 'captável' numa única definição, e talvez seja bom assim" (CARAÇA 1997 11). No entanto, de um modo genérico, pode-se dizer que esta especialização abrange todas as informações relativas às atividades de investigação científica. Assim, a informação científica é selecionada, tratada e difundida, podendo ser utilizada num contexto e com objetivos diferentes daqueles em que foi produzida, ou seja, sai do âmbito da comunidade científica para a sociedade.

De acordo com Margarita Antón Crespo, este jornalismo é relativo à comunicação massiva de conteúdos que ampliam e melhoram a informação popular sobre ciência e técnica e contribuem para a formação do ser humano (*Cf.* CRESPO 2003: 279). Também é visto como um produto elaborado pelos media a partir de "certas regras rotineiras do jornalismo em geral, que trata de temas complexos de ciência e tecnologia e que se apresenta, no plano linguístico, por uma operação que torna fluída a leitura e o entendimento do texto noticioso por parte de um público não especializado" (FILHO 2006: 3). Habitualmente, há falta de consenso sobre as consequências de determinado desenvolvimento científico: "os cientistas de uma determinada área da ciência podem concordar com os números, mas não sobre o que esses números significam para as pessoas em termos de efeitos físicos, sociais, económicos e políticos" (BURKETT 1990: 58).

As principais caraterísticas desta área de especialização jornalística passam por: pluralidade e complexidade dos conteúdos; natureza específica da linguagem científica que obriga o informador a realizar um trabalho de transcodificação e adaptação a um público mais amplo; estilo expositivo da informação científica é de carácter argumentativo, enquanto a notícia jornalística é narrativa e contínuo avanço e desenvolvimento das investigações científicas que exigem uma constante adaptação do informador às novas descobertas (Cf. RAMÍREZ e MORAL 1999: 116). Além disso, esta especia-

lização requer uma documentação extensa e atualizada, pois os recetores costumam ser especialistas, ou pelo menos conhecedores, dos temas tratados (Cf. RAMÍREZ e MORAL 1999: 116). Por último, mas não menos importante: devem-se respeitar tanto as normas do jornalismo como as da ciência (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 116).

A linguagem das notícias de ciência é uma problemática fulcral nos estudos sobre jornalismo científico, sendo talvez um dos temas que mais interesse tem despertado nos investigadores. Estes têm estudado a forma de "simplificar", "traduzir" ou "vulgarizar" (as expressões utilizadas variam muito consoante os autores e têm diferentes implicações) o saber científico. Segundo Mário Erbolato, a linguagem das notícias científicas deverá ser o de nível popular, entre o elementar e o especializado (*Cf.* ERBOLATO 1981: 43). "Não deve fugir às normas gerais da redação e necessita apresentar clareza, eliminando sempre que possível a aridez do assunto, com a inclusão de um toque de humor e graça" (ERBOLATO 1981: 43), especifica. É certo que "o vocabulário especializado nos campos científicos e médicos tornam impossível evitar de todo o uso de jargão. Entretanto, o redator pode definir as palavras antes ou depois de sua colocação numa frase" (BURKETT 1990: 122). Enfim, o jornalista deve utilizar "as ferramentas da sua arte – os elementos de simplificação, a história, a precisão e criatividade" (ANTON e McCOURT 1995: 16).

Há ainda, relativamente à linguagem, um outro aspeto a ter em conta: "a divulgação da ciência tem desenvolvido a sua própria retórica, e um tipo específico de vocabulário, metáforas e imagens, 'que foram aprovadas' e que transmitem de um forma implícita ou explícita alguns valores acerca da ciência" (FELT 2000: 273). Mais: "a linguagem utilizada não pode ser descrita em termos de simplificação em relação à linguagem científica, mas tem de ser entendida como uma linguagem altamente específica e codificada, que está impregnada de elementos culturais e sociais» (FELT 2000: 285). Do mesmo modo que não se podem fazer traduções literais do Francês para o Inglês ou outras Línguas, Eunice Kua alega:

> na tradução dos textos de ciência, o público deve ser informado e entender o uso "idiomático" de expressões características da linguagem científica. Ou seja, os resultados da investigação não podem ser considerados especializados nem tomados como factos isolados; esses resultados devem ser entendidos como métodos e esforços de investigação. Só desta forma é que a tradução faz sentido (KUA *et al.* 2004: 319).

Além da óbvia função de democratização do saber, há muitas outras funções que são atribuídas ao jornalismo científico, mesmo que, por vezes, sejam contraditórias. Para Nuno Crato, "há várias razões pelas quais o jornalismo científico é importante. Uma delas é despertar vocações científicas nos mais jovens. Outra é informar os interessados. Outra, ainda, é despertar o espírito crítico e democrático que são apanágios da ciência" (CRATO 2003: 8). Em relação a este último ponto, explica: "não se trata apenas de dar exemplos e de transmitir ideias de forma percetível, embora isso seja importante. Trata-se de ajudar as pessoas a pensar, no dia a dia, com a informação científica que lhes é fornecida" (CRATO 2003: 9). Já Francisco Ramírez e Javier Moral destacam:

> uma tarefa divulgadora da ciência, eliminando as barreiras de entendimento entre o mundo da ciência e a sociedade em geral; propiciar uma consciência crítica relativa à utilização das novidades científicas; intercomunicação entre os própios cientistas e investigadores de distintos ramos da ciência, facilitando uma paritlha dos distintos conhecimentos (RAMÍREZ e MORAL 1999: 113).

Neste momento, é fulcral destacar um antagonismo que nem sempre é visível quando se atribuem funções ao jornalismo científico, ou seja: a diferença entre jornalismo científico e divulgação científica. Enquanto o termo "divulgação científica" é relativo aos grupos de cientistas e pesquisadores académicos que propagam informações científicas, a expressão "jornalismo científico" deve ser utilizada para designar a atividade reservada aos profissionais da informação que noticiam a área da ciência. De qualquer modo, os jornalistas são os principais comunicadores de Ciência para o público em

geral, mas também há vários cientistas a assumirem esta função, com as inevitáveis diferenças e por vezes divergências. Alguns cientistas preferem assumir o papel de emissores: "os pensadores da terceira cultura tendem a evitar esses intermediários e esforçam-se por exprimir os seus pensamentos mais profundos de uma forma acessível ao público leitor inteligente" (BROCKMAN 1998: 14). Mas as "contribuições dos jornalistas que se dedicam à divulgação da Ciência e proporcionam ao público uma compreensão mais vasta e uma maior apreciação do trabalho e das ideias que se identificam com a terceira cultura" (BROCKMAN 1998: 16). O cientista enquanto divulgador científico constitui uma matéria de interesse para vários investigadores desta faceta da sociologia da Ciência. Meredith Small, por exemplo, constata: "todo o cientista que virou escritor altera rapidamente o seu foco de observador para participante" (SMALL 1998: 61).

Por fim, registe-se a corrente de pensamento que surgiu nos últimos anos e que advoga um jornalismo científico de pendor interpretativo, analítico e crítico, indo muito além dos objetivos da divulgação científica. Tem sido defendido que o jornalismo de ciência é mais do que uma simples transmissão dos factos científicos, isto é, "uma informação mais contextualizada, com a leitura de tais 'factos' científicos num quadro mais alargado de conhecimento, e com referências às opções e instrumentos metodológicos utilizados na pesquisa de que se dá conta" (CARVALHO 2004: 44). Quanto aos jornalistas, em vez de "difusores de informação", estes profissionais vêem-se cada vez mais como "analistas e críticos do campo científico" (*Cf.* CARVALHO 2004: 44). Em síntese: o jornalismo científico deve combater a visão determinista da ciência e os futuros jornalistas de ciência têm que ser capazes de criticar a ciência (*Cf.* CARVALHO 2004: 44).

Desta feita, "da mediação, o jornalista científico passaria também à interpretação do funcionamento da esfera científica e à capacitação intelectual dos cidadãos" (CARVALHO 2004: 46). Isto traz novas exigências para os jornalistas de ciência, pois implica muitos conhecimentos e ousadia para publicar

a informação, mesmo quando é de prever a resistência de muitas fontes e a ocorrência de conflitos (*Cf.* CARVALHO 2004: 45). Estas e outras questões relativas ao ofício do jornalista de ciência serão analisadas de imediato.

Jornalista de ciência: preparação e competências

Recordando a evolução da formação dos jornalistas na área da ciência, "após a I Guerra Mundial predominavam os repórteres gerais, com frequência sem treinamento universitário" (BURKETT 1990: 47). Depois, "no período após a II Guerra Mundial, os editores designavam alguém com compromisso ou com interesse em Ciência ou Medicina para fazer contactos na comunidade científica" (BURKETT 1990: 47). Atualmente, "os escritores de Ciência incluem um grande número de pessoas com treinamento formal sobre Ciência, incluindo mais habilidade de avaliar criticamente as provas estatísticas e outras evidências conhecendo os aspetos formais e técnicos, económicos, sociais e históricos da Ciência" (BURKETT 1990: 47). Embora os primeiros praticantes de jornalismo científico nos Estados Unidos incluíssem um número substancial de pessoas formadas em ciência, os jornalistas de ciências naquele país têm sido, historicamente, jornalistas primeiro e jornalistas de ciência depois" (*Cf.* DUNWOODY 2004: 76). A situação poderá está a alterar-se, pois, como alerta Sharon Dunwoody, "a formação formal em ciência é cada vez mais privilegiada como parte da 'caixa de ferramentas' do jornalista de ciência" (DUNWOODY 2004: 75). O resultado é este: proliferam os cientistas transformados em jornalistas, o que traz algumas vantagens, como discussões presumivelmente mais rigorosas, na imprensa popular (*Cf.* DUNWOODY 2004: 76). Porém, as desvantagens são muito mais relevantes, nomeadamente: "entre outros impactos a longo prazo, favorecer os esforços da cultura científica de recuperar (alguns argumentariam que o verbo certo é 'manter') o controle sobre as representações públicas da ciência" (DUNWOODY 2004: 76). A pesquisadora aponta como uma das razões para esta tendência o facto de as universidade e instituições que realizam formação nesta área, bem como os jornais e revistas que oferecem estágios,

preferirem cada vez mais indivíduos formados em ciência. Por outro lado, os próprios cientistas estão a tornar-se mais ativamente envolvidos na popularização e na escrita científica (*Cf.* DUNWOODY 2004: 76).

A falta de formação especializada em ciência para os jornalistas é um problema em vários países, e não só em Portugal (caso particular a ver mais à frente). Então, de acordo com dados publicados em 2010 pela Comissão Europeia, os cursos de comunicação da ciência a nível universitário são vários. O âmbito destes cursos é mais amplo do que jornalismo de ciência puro, preparando os estudantes para carreiras em empresas científicas e tecnológicas, institutos públicos, fundações, centros de pesquisa especializada, museus e jornalismo de ciência. Estes programas incluem cursos como escrita científica, disseminação científica, edição científica e jornalismo de ciência e estão disponíveis na maioria dos mais antigos estados membros da União Europeia. Porém, programas explicitamente dedicadas a fornecer qualificações formais para o jornalismo de ciência são pouco frequentes nos países da União Europeia. Da informação recolhida, os que dão mais relevo à formação em jornalismo de ciência são a França, a Alemanha e o Reino Unido, e no extremo oposto, com pouca atenção, estão os países do Leste Europeu. Numa situação intermédia estão os países em que vão surgindo alguns cursos, como é o caso de Portugal, Bélgica, Finlândia, Itália, Suécia, Espanha e Holanda. Além da formação oficial, por vezes, associações de jornalistas dos diversos países realizam pequenos cursos e seminários em jornalismo de ciência (*Cf.* EUROPEAN COMMISION 2010: 4). Na verdade, a maioria dos países conta com associações de jornalistas científicos, além de existirem grupos internacionais, como a Associação Internacional de Escritores de Ciência, a União Europeia das Associações de Jornalismo Científico e a Associação Ibero-Americana de Jornalismo Científico.

Em relação às competências que deve ter o jornalista na área de ciência, há várias descrições das mesmas. Uma dos pressupostos é que "o jornalista científico, além de ser um grande comunicador, deve estar dotado de uma alma de investigador e ser um especialista na busca de fontes que o nutram

de material adequado para melhor dar a conhecer a ciência e a tecnologia" (CRESPO 2003: 277). Por outro lado, António Granado e José Malheiros propõem:

> um jornalista de Ciência precisa de possuir competências comunicacionais particulares mas não é exigível que ele seja um especialista nos assuntos sobre os quais escreve ou fala. Precisa, sim, de se informar profundamente, de saber como obter e validar as respostas às suas perguntas e de possuir uma cultura geral científica sólida que lhe permita enquadrar os novos conhecimentos (GRANADO e MALHEIROS 2001: 23).

Na perspetiva de Francisco Ramírez e Javier Moral, o jornalista nesta área deve possuir as seguintes características:

> uma ampla formação científica e humanista que compreenda o maior número de conhecimentos possíveis; facilidade de análise e interpretação de dados técnicos e científicos, assim como certo domínio da terminologia específica desta área; aptidão pedagógica para poder transmitir adequadamente os vários conhecimentos adaptando-os à linguagem mais acessível para os receptores não especialistas; capacidade para contactar com o maior número de especialistas já que, dada a amplitude do conteúdo desta parcela informativa, precisará da colaboração dos especialistas em várias áreas (RAMÍREZ e MORAL 1999: 116).

"A curiosidade universal, a capacidade de expressão, a sede permanente de conhecimentos, o estado de dúvida e de alerta permanente, a capacidade de assombrar-se e de maravilhar-se, a dúvida permanente e certa vocação pedagógica" são os resquisitos defendidos por Calvo Hernando (*Cit. in* RAMÍREZ e MORAL 1999: 118).

Outro aspeto importante a ter em consideração é que a postura do jornalista na área da ciência tem sofrido alterações ao longo dos tempos. Deste modo, foi apenas "desde 1960, que os jornalistas de Ciência deixaram de se considerar missionários nessa área para se tornarem cada vez mais críticos e

comentadores – tal como faziam os seus colegas noutros tempos" (GREGORY e MILLER 2000: 45). Esta nova postura dos jornalistas de ciência poderá já estar a traduzir-se em novos estilos de discurso, por exemplo, nos artigos que envolvem questões políticas, como é o caso das alterações climáticas, o que transforma os media num campo de batalha (*Cf.* CARVALHO 2004: 45).

Atualmente, com a formação específica e as competências adequadas, cabe ao jornalista na área da ciência cumprir múltiplas e complexas tarefas. Na verdade, o jornalista de ciência tem três papéis: ser um "intermediário", um "cão de guarda" e um "fornecedor de ferramentas" (*Cf.* KUA *et al.* 2004: 319-320). O primeiro papel diz respeito ao esforço de tradução da linguagem científica, o segundo à discussão das implicações sociais e éticas do trabalho, o interesse num quadro mais amplo, e o terceiro dar aos leitores as ferramentas para que possam pensar e avaliar as provas e as questões por si mesmos (*Cf.* KUA *et al.* 2004: 319-320). "Fornecer boas explicações sobre ciência e levantar questões sobre as consequências dos seus resultados, a longo prazo, são duas componentes a ter em conta" (KUA *et al.* 2004: 319-320).

De acordo com António Granado e José Malheiros, pioneiros do jornalismo científico moderno em Portugal, "a principal responsabilidade de um jornalista de ciência não é popularizar a ciência. Um jornalista tem de ser também um divulgador de ciência, mas essa atividade é apenas um subproduto da sua atividade principal, que consiste em relatar factos" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 25). Cabe ao jornalismo na área da ciência:

> levar a descoberta ao conhecimento dos leitores, de forma acessível, correta e sem desvio da verdade, deixando inclusive de dar esperanças vãs em caso de provável cura de determinadas doenças ainda consideradas fatais, é missão do jornalismo científico. Os jornais precisam explicar, interpretar e informar o máximo possível sobre as descobertas e orientações científicas (ERBOLATO 1981: 41-43).

As funções do jornalista de Ciência incluem: "manter os leitores a par dos mais importantes avanços na pesquisa científica, fornecer peças científicas contextualizadoras ou 'explicativas' e cobrir a política científica" (RENSBERGER 1998: 9). Deste modo, a tarefa do jornalista de ciência é "compreender o 'como' ou o 'porquê' de algum processo científico ou médico e significação e transmitir isso com a máxima precisão possível" (BURKETT 1990: 71). Perante tudo isto, conclui-se que, na área da ciência, o jornalista tem que se deparar com mais questões éticas do que aquelas que ocorrem normalmente no jornalismo generalista (*Cf.* BURKETT 1990: 199).

Críticas ao jornalismo na área da ciência

O jornalismo na área da ciência tem sido alvo de muitas críticas, a tal ponto que "nenhum outro género ou confluência de géneros jornalísticos ganhou ápodos tão negativos ou críticos quanto a expressão focada neste estudo" (FILHO 2006: 9). Um aspeto que é apontado como sendo negativo é a relação acrítica dos jornalistas face aos cientistas e a ciência: "a aversão natural à indagação que grassa no jornalismo contemporâneo por norma não só se reforça quando a fonte é científica, mas tende também a apresentar essa fonte como absolutamente certa" (COLOMBO 1998: 96). "A autoridade da fonte e o nível especializado da notícia impedem ou desencorajam a verificação" (COLOMBO 1998: 96), justifica-se.

Consequentemente, "a imagem que normalmente se projeta da ciência na comunicação social é a de um campo isento das pressões e distorções do 'mundo real'" (CARVALHO 2004: 36). No entanto, "como têm mostrado os estudos sociais da ciência, o processo de produção da ciência está longe de ser 'imaculado', é dominado por múltiplas contingências: de carácter financeiro; de carácter político e de carácter epistemológico, entre muitas outras" (CARVALHO 2004: 36). Então, o jornalismo de ciência "contribui para alimentar o conceito arcaico que a ciência é neutra e não o resultado de decisões políticas e económicas" (FRANÇA 2006: 44). O que se observa é o seguinte: "não existe o contraditório. Sem citar outras conclusões ou visões sobre o mesmo assunto, dá-se a impressão ao leitor de que aquele constitui

uma verdade absoluta. O papel do jornalista acaba não sendo muito diferente daquele que seria de um assessor de imprensa do pesquisador que deu a entrevista" (FRANÇA 2006: 42).

Perante isto, postula-se que os jornalistas devem "não atuar de maneira ingénua para promover interesses dos quais às vezes nem se dão conta" (FRANÇA 2006: 46). Resumindo, os jornalistas de ciência "precisam fazer menos divulgação e mais jornalismo" (FRANÇA 2006: 46). Tal não será fácil, pois "se os cientistas são os primeiros a tentar pôr em causa quaisquer extrapolações, os políticos em geral irão fazer tudo para dar uma imagem de controlo imaginário, declarando que estão plenamente cientes de qual o rumo do barco e que a situação está sob controlo" (AUBENAS 2002: 103). Ciente disto, Furio Colombo aconselha: "uma boa regra para o jornalista poderia ser esta: uma notícia científica que satisfaça e siga um pouco próximo de mais as tendências políticas e culturais do momento, é sempre suspeita" (COLOMBO 1998: 111).

A relação entre jornalistas e cientistas está também na mira das críticas, pois é considerada demasiado conivente, isto é, "muitos repórteres de ciência se sentem maravilhados com o privilégio de conviver com pessoas que detêm um conhecimento acima da maioria e se dispõe a conversar com eles de igual para igual. Vivem felizes e em lua-de-mel com os cientistas" (FRANÇA 2006: 41). Tal atitude é contrastada com outras áreas onde os jornalistas actuam: "em nenhuma outra área do jornalismo, como política, economia e polícia, se admite como condição para dar entrevista que o texto final seja submetido à aprovação do entrevistado. Acontece com as notícias sobre ciência" (FRANÇA 2006: 40). Mais: "enquanto as notícias de outras áreas são normalmente objeto de crítica, a ciência e a tecnologia são poupadas; até que ocorram acidentes trágicos" (FRANÇA 2006: 41-42).

As razões para esta posição submissa do jornalista em relação ao cientista, inédita em qualquer área noticiosa, é explicada pela mesma pela "dificuldade natural em avaliar assuntos complexos" e "dificuldade de entendimento da linguagem cifrada dos entrevistados" (FRANÇA 2006: 40). Sendo assim,

"na busca do aspeto didático em primeiro lugar e diante da desconfiança das fontes na capacidade intelectual dos repórteres, a reportagem, muitas vezes, precisa ter aprovação prévia para ser publicada" (FRANÇA 2006: 41).

Outros dos problemas encontrados no jornalismo na área da ciência é o "analfabetismo científico" dos jornalistas, isto é, a tendência internacional de precariedade da capacitação académica dos jornalistas que atuam no campo científico, na medida em que os cursos de especialização ainda são escassos, frente à demanda dos meios de comunicação e o interesse do público (*Cf.* FILHO 2006: 9). Em segundo lugar, surgem "os interesses das empresas e dos institutos de pesquisa", pois a maior parte das organizações científicas e tecnológicas atuam no contexto do e para o capitalismo, utilizando estratégias que transformam os jornalistas pouco preparados em porta-vozes não oficiais das necessidades institucionais e das ambições empresariais junto à estrutura política e à sociedade abrangente (*Cf.* FILHO 2006: 11). Neste contexto, "o marketing constitui-se em elemento fundamental e a maior parte destas instituições conta com profissionais da área de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa, além de seus próprios cientistas submetidos a cursos rápidos de comunicação para melhor se relacionar com os políticos e com os media" (FILHO 2006: 11).

Podem encontrar-se outras disfunções na informação noticiosa de âmbito científico: superficialidade e vulgarização de conteúdos e improvisação dos dados oferecidos sem a suficiente base documental, linguagem com um excessivo tecnicismo que só permite a sua compreensão plena aos especialistas ou iniciados, tratamento sensacionalista de alguns temas e desenvolvimento de publicações pseudocientíficas que propiciam curiosidade de algumas audiências (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 114). Um bom exemplo do sensacionalismo nesta área é quando "a televisão transmite a notícia científica sem precedentes e sem consequências. De maneira que, um dia o café é imortal e passadas duas semanas é um salva-vidas precioso" (COLOMBO 1998: 97). Tudo isto acontece por uma razão evidente: "a fase histórica da exuberância comunicativa dos cientistas coincide com uma época intensa

de jornalismo de variedades em que cada informação, apesar de autenticada por uma assinatura, é boa, e melhor ainda se exagerada, sensacionalista e contrária ao que se pensava até há um minuto" (COLOMBO 1998: 102).

A lei do embargo, anteriormente referida, também é vista, por alguns autores, como sendo um problema que afeta o jornalismo na área da ciência, na medida em que: atrasa a publicação de informação que pode ser importante para o público em geral, cessa a competição jornalística pela obtenção de novidades nesta área e acaba sendo uma estratégia de defesa do prestígio e dos lucros de revistas especializadas e de instituições de pesquisa (*Cf.* FILHO 2006: 17). Para tal, também contribuirá a regra Ingelfinger, pois impede que qualquer pesquisador divulgue publicamente os resultados de suas pesquisas antes que elas apareçam nas páginas de jornais científicos prestigiados, que reservam para si a exclusividade de anunciar o assunto em primeira mão.

Como uma das soluções para suavizar todos estes problemas, aponta-se uma melhor preparação dos jornalistas na área da ciência, pois só se consegue ser crítico perante uma realidade que se conhece profundamente. Só este conhecimento do modo de fazer ciência e de todos os seus condicionalismos e peculiaridades pode "conferir maior autonomia à fala jornalística em relação ao que é dito pelos cientistas, evitar erros primários na produção das notícias científicas, e avaliações imprecisas que acabam disseminando fatos pseudocientíficos (FILHO 2006: 14). Por outro lado, considera-se que os cientistas devem estar cada vez mais preparados para lidarem com os media, tendo sempre em mente que "é um dever dos cientistas explicarem-se para a sociedade e, nesta situação, os profissionais de comunicação podem desempenhar um papel estratégico" (FILHO 2006: 14).

Jornalismo de ciência em Portugal

Em Portugal, existem poucos profissionais de jornalismo em exclusivo na ciência. Num estudo realizado por José Xavier e outros autores, verifica-se:

> o jornalismo de ciência em Portugal tem menos de 20 anos, e estima-se que hoje sejam apenas cerca de 10 a 20 jornalistas que se dedicam a tempo inteiro à ciência e ambiente nos media generalistas. Dado que Portugal possui mais de 30 mil cientistas, este número de jornalistas – que decresceu nos últimos anos - é notoriamente pequeno para permitir uma presença significativa da ciência, portuguesa e mundial, nos media. Nos jornais, as secções de ciência têm vindo a desaparecer, num emagrecer de "massa crítica" transversal a todas as áreas (XAVIER *et al.* 2011: 38).

As dificuldades do jornalista de ciência começam, desde logo, pela escassa formação que existe nesta área em Portugal, pelo que "o jornalista não tem oportunidade de formação, numa área cujos conteúdos são, inerentemente, complexos e difíceis. Em alguns países da Europa, o cenário é diferente" (XAVIER *et al.* 2011: 38). No interior da redação, os problemas continuam, dado que "a publicação das suas notícias tem de competir com as de outras áreas, como o desporto ou a política, havendo muito pouco espaço para falar de ciência. Daí ser importante que os editores possuam sensibilidade para as temáticas de ciência" (XAVIER *et al.* 2011: 38).

Em relação às fontes de informação de ciência, estas são poucos ativas perante os media, sendo que "a maioria das universidades e dos institutos de investigação portugueses continuam a não apostar significativamente nos seus próprios gabinetes de imprensa e em equipas de comunicação de ciência, sendo consequentemente difícil aceder a informação sobre a ciência produzida pelos cientistas portugueses" (XAVIER *et al.* 2011: 38). Percebe-se o seguinte sobre a presença da ciência portuguesa nos media: "apenas uma pequena parte resulta da iniciativa das instituições científicas, por exemplo, através de informação divulgada por comunicados de imprensa" (XAVIER *et al.* 2011: 38).

Os mesmos investigadores apontam alguns caminhos para a resolução destes problemas:

> a aposta séria nos gabinetes de comunicação das instituições científicas e universidades, para mostrar de forma eficiente a ciência feita em Portugal, e estimular os cientistas a participar ativamente no diálogo público, tomando iniciativas individuais, como a escrita de (mais) artigos de opinião em jornais e blogues (XAVIER *et al.* 2011: 39).

Além disso, "aos jornalistas e comunicadores de ciência cabe não desistir de reinventar formatos de participação mediática da ciência, assim como de pressionar os órgãos de comunicação social para uma abordagem rigorosa e credível da ciência, apostada na formação e investigação" (XAVIER *et al.* 2011: 39).

3.3.1 A relação entre os jornalistas e os atores sociais na área da ciência

Sabendo que "as fontes de informação representam um elemento fundamental na produção da notícia" (SANTOS, R. 2006: 75), nesta secção, irá ser explorada a interação entre o jornalista e os atores sociais na área da ciência, que constituem as principais importantes fontes de informação para a produção noticiosa nesta área. Assim, explorar-se-á: a complexa relação entre jornalistas e cientistas, o papel preponderante dos jornais científicos, a diversidade e pró-atividade dos atores sociais envolvidos na atividade científica e os múltiplos interesses envolvidos no tratamento jornalístico desta área.

Cientistas

Os cientistas eram os principais emissores da comunicação da ciência para o público em geral, mas transformaram-se em fontes de informação para os novos emissores: os jornalistas. De acordo com Jane Gregory e Steve Miller, "cada vez mais, os jornalistas tornaram-se comunicadores da Ciência e os cientistas tornam-se fontes" (GREGORY e MILLER, 2000: 38). "Como o oráculo de Delfos, os cientistas têm-se agarrado ao papel de tradutor dos deuses. Eles perderam esse papel e agora tentam recuperá-lo através dos gabinetes de imprensa" (ANTON e McCOURT: 11). Os cientistas lidam, portanto, com um novo intermediário entre eles e a sociedade.

E qual a relação entre os cientistas e os jornalistas? A tensão entre jornalistas e cientistas tem sido amplamente estudada e é vista, aliás, como "um dos factos mais corriqueiros na atividade do jornalismo científico, o confronto entre aquele que produz e aquele que divulga ciência" (FILHO 2006: 12). Assim, "tanto existem queixas dos cientistas em relação aos jornalistas como queixas dos jornalistas em relação aos cientistas" (FILHO 2006: 12). Por um lado, os estudiosos da comunicação acusam os pesquisadores científicos de se considerarem seres superiores que se isolam em torres de marfim. Por outro lado, os cientistas insistem que os jornalistas só lhe trazem problemas e constrangimentos (*Cf.* FILHO 2006: 13). Em suma, os conflitos surgem quando os "jornalistas sentem a famosa relutância dos cientistas em popularizarem e os cientistas se queixam da falta de cobertura rigorosa por parte dos jornalistas" (DUNWOODY 2004: 79). Apesar disso, atente-se nesta mudança:

> os cientistas relutantes em comunicar estão a caminho de se tornarem uma espécie em vias de extinção nos Estados Unidos. Além de receberem bem os jornalistas, por vezes são eles mesmos a iniciarem o contacto. Além disso, cada vez mais frequentemente endereçam-se às audiências populares diretamente, através de imprensa, televisão ou Internet (DUNWOODY 2004: 79).

O tão falado conflito de culturas é uma questão que não pode ser ignorada a este nível, pois são vários os autores que a ele se referem. De facto, "tanto os cientistas como os jornalistas têm critérios e padrões de conduta próprios e totalmente diferentes" (KRIEGHBAUM 1970: 37). Da mesma forma, "as práticas de trabalho, os valores profissionais, o tipo de informação – cada aspeto dos dois campos é diferente, e são essas diferenças que nos explicam o que cada um significa" (GREGORY e MILLER 2000: 105). Ted Anton e Rick McCourt comentam: "a ciência gosta da complexidade e, muitas vezes, do consenso. O jornalismo gosta da simplicidade e, de preferência, de uma luta" (ANTON e McCOURT 1995: 15). Então, "as tensões entre a Ciência e o jornalismo são inevitáveis, pois as tensões dentro da própria Ciência são criticamente importantes", acrescentam (ANTON e McCOURT 1995: 26-27).

Contrariando estas ideias, Elise Hancock encontra muitas semelhanças entre jornalistas e cientistas:

> ambos são espertos, curiosos, intuitivos, analíticos, sem medo da novidade e persistentes. Ambos gostam de pensar. Os jornalistas de ciência, no entanto, também precisam brincar com as palavras e tem uma curiosidade demasiado grande e insatisfeita para se ficarem limitados a uma área, como fazem os cientistas (HANCOCK 2003: 5).

Na opinião de António Granado e José Malheiros, "os mal-entendidos entre jornalistas e cientistas podiam ser evitados com um melhor entendimento dos princípios que regem o trabalho de cada um, dos seus objetivos e idiossincrasias" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 11). "Se existe algum conhecimento por parte dos jornalistas de Ciência sobre o mundo e a cultura da comunidade científica, há um conhecimento ainda reduzido na sociedade portuguesa sobre as regras que regem o exercício do jornalismo e os seus métodos", completam (GRANADO e MALHEIROS 2001: 11). Enfim, "muitos cientistas resistem a divulgar os seus trabalhos por considerarem que qualquer simplificação é grosseiramente redutora e que a inevitável perda de informação que se verifica numa vulgarização é sempre intolerável" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 18). Aliás, "é muitas vezes por causa dos títulos que os cientistas se incompatibilizam com os jornalistas. A simplificação traz sempre consigo o risco de imprecisão" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 112).

A linguagem é uma das principais fontes de tensão entre jornalistas e cientistas. Ao passo que o jornalista procura clareza e concisão, tentando oferecer ao público não especializado uma linguagem simples, clara e apelativa, o cientista emprega uma linguagem cheia de expressões apenas compreensíveis por especialistas. As principais diferenças entre a linguagem do cientista e a do jornalista são as seguintes: "a redação do texto científico segue normas rígidas de padronização e normatização universais, além de ser mais árida, desprovida de atrativos. A escrita jornalística deve ser coloquial, amena, atraente, objetiva e simples" (CALADO 2006: 106). Então, o desafio

dos jornalistas na área da ciência é "compreender os complexos assuntos técnicos que afetam a vida das pessoas e traduzir esse conhecimento de um modo que seja interessante e apelativo para o leitor ou espectador médio" (WILLIS e OKUNADE 1997: 14). Acontece que ao simplificar enunciados científicos, para permitir que maior número de pessoas possa compreendê-los, o jornalista corre o risco de apresentá-los com superficialidade. O dilema é constante, procurando encontrar o equilíbrio entre o nível de informação exigido pelo cientista e o que pode ser compreendido por um público amplo e heterogéneo.

Os critérios noticiosos e lógicas de funcionamento dos meios de comunicação social também geram alguns desentendimentos, pois "abordam aqueles temas que acreditam ser interessantes para o público de forma imediata, tratando de evidenciar os aspetos que consideram ser dignos de notícia" (LEÓN 2001: 20). Deste modo, a relação entre os dois campos torna-se complicada, havendo que gerir a comunicação com dois pressupostos: do trabalho do investigador interessa ao jornalista apenas o que for suscetível de se transformar em notícia e há uma área que é exclusiva do investigador e na qual o jornalista não poderá entrar sob pena de deturpar a informação.

A resistência dos cientistas aos meios de comunicação social também acontece quando os cientistas encontram "uma incompatibilidade fundamental entre a sua forma sistemática e profunda de trabalhar e a que utilizam os media, baseada na imediatez e sob a pressão de tempo" (LEÓN 2001: 20). A busca da verdade é, aparentemente, um objetivo comum a cientistas e jornalistas, mas esta não significa a mesma coisa para ambos, além de que o caminho para a atingir é diferente. Neste âmbito, para o jornalista, é uma missão diária encontrar a verdade no prazo limite e apresentá-la de modo a atrair o maior número de leitores ou espectadores, enquanto o cientista procura sistematizar o conhecimento pelo estabelecimento de leis gerais (*Cf.* WILLIS E OKUNADE 1999: 41).

Apesar de tudo, a relação entre cientistas e jornalistas tem evoluído e "está a surgir uma boa relação entre os melhores escritores e cientistas, apesar de uns estarem mais esclarecidos enquanto outros mais reticentes" (ANTON e McCOURT 1995: 13). Existe, atualmente, uma relação muita próxima entre os jornalistas de ciência e as suas fontes. "A insistência dos cientistas na precisão dos factos produziu jornalistas científicos, que se associam a essa comunidade científica e dependem do seu trabalho – os jornalistas precisam dos cientistas para a obtenção dos dados exatos" (GREGORY e MILLER 2000: 107). Deste modo, Jane Gregory e Steve Miller notam:

> o jornalista de ciência e o cientista são aliados, partilhando um compromisso com a ciência e com o entendimento público da mesma, do qual depende o futuro financiamento e decisões políticas essenciais. Cada parte traz conhecimentos especializados para a mesa. O jornalista de ciência sabe traduzir ciência para o público, enquanto o cientista sabe a ciência (HANCOCK 2003: 45).

No entanto, é problemática a "sensação não apenas de aliança mas mesmo de cumplicidade entre cientistas e jornalistas" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 24). Neste sentido, surgem alertas para "o cuidado que deve existir por parte dos jornalistas em manter uma posição crítica e tão independente quanto possível perante os agentes de investigação científica" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 25). "Um escritor sobre Ciência que chega a se identificar com os cientistas quanto a seu pensamento e trabalho escrito perderá em breve seus leitores não científicos. Um escritor sobre Ciência precisa de ser antes de mais nada um repórter", defende Earl Johnson (*Cit. in* KRIEGHBAUM 1970: 198).

Ressalve-se que esta proximidade, que pode ser controversa, entre os jornalistas e os atores sociais que assumem o papel de principais fontes de informação, não é um exclusivo na área da ciência. De facto, sempre que "as fontes e os jornalistas fazem parte da mesma 'rotina' de uma forma regular, eles estabelecem uma interdependência" (TRAQUINA 1993: 173). Jorge Pedro Sousa alerta: "o jornalista especializado que cultiva determinadas

fontes de informação deve ter cuidado para não se envolver demasiado em relações problemáticas de amizade que podem criar dificuldades à atividade jornalística e mesmo à atividade da fonte" (SOUSA 2005: 51)

Com a contestação à ciência pela política e a simultânea assunção de um papel político pelos cientistas, assiste-se a uma "politização da comunicação mediática da ciência, maior predisposição para tomar posições de natureza política, incluindo a formulação de críticas a atores governamentais, questões políticas, éticas e governamentais" (CARVALHO 2004: 39). Aludindo à realidade portuguesa, Anabela Carvalho dá como exemplos as problemáticas que na última década envolveram as gravuras de Foz Côa e os projetos de coincineração. E conclui:

> o poder social da ciência está intrinsecamente ligado à sua capacidade persuasiva e os media poderão estar a ser reconhecidos pela comunidade científica como uma arena de grande importância para reforçar tal capacidade. Assim, os cientistas parecem estar a investir de forma crescente na comunicação mediática, adotando os seus modos de comunicação às lógicas, estilos e critérios dos media e afirmando publicamente a sua vocação política (CARVALHO 2004: 41).

Apesar de todas as dificuldades e singularidades já enunciadas, torna-se evidente que os cientistas são atores sociais preponderantes como fontes de informação de ciência para os jornalistas. Além do mais, a importância das fontes de informação num quadro tão especializado e complexo como o jornalismo de ciência é óbvia:

> talvez a parte mais importante de noticiar a ciência seja a constituição de um quadro de confiança com as fontes, pois são elas quem pode reclamar um determinado comentário sobre qualquer intervalo de histórias. A confiança das fontes consegue-se com a experiência e conquista-se através de histórias coerentes, precisas e bem escritas (GREENBERG 1998: 98).

Recorde-se que "desde que nos anos cinquenta ganhou fôlego o jornalismo interpretativo, a autoridade dos especialistas ou das fontes especializadas funcionou nos meios como uma garantia de credibilidade informativa, de prestígio e, em definitivo, de legitimidade social" (POUSA 2003: 49). Em suma, "o valor de qualquer história de ciência recai, em última análise, na qualidade das suas fontes" (GREENBERG 1998: 98).

Perante este cenário, é quase inevitável a dependência dos jornalistas em relação aos atores sociais no campo da ciência que assumem o papel de fontes de informação. Há quem defenda mesmo que "o jornalista de ciência tem dependência simbiótica das suas fontes. Devido à complexidade da ciência, o jornalismo científico é visto como estando, exclusivamente, dependente da cooperação das suas fontes" (HANSEN 1994: 121). Na verdade, "os próprios temas tratados pelos jornalistas de Ciência colocam-nos numa situação de particular dependência das fontes" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 66). No entanto, "esta dependência das fontes deve ser compensada pelo cruzamento das informações" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 66). Isto por vezes não acontece, pois "quando um jornalista fala a um cientista tem tendência a encará-lo como um perito sempre objetivo e independente, sem interesses próprios" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 66).

O uso de fontes de informação diferentes permite "conseguir uma amostra transversal de conhecimentos" (GREENBERG 1998: 98). "A chave é equilibrar o maior número de fontes oficiais possível" (GREENBERG 1998: 101). Ted Anton e Rick McCourt advogam: "mesmo sob a pressão das datas, os bons jornalistas de Ciência devem consultar especialistas independentes para verificarem valores e interpretações" (ANTON e McCOURT 1995: 20). Embora seja "muito difícil para leigos criticarem o trabalho dos especialistas, a verdade é que nestes casos é necessário uma observação precisa e um bom livro de estatística" (ANTON e McCOURT 1995: 21).

O jornalista pode encontrar-se face a certos problemas na hora de lidar com as fontes de informação especializadas em ciência: "a vulnerabilidade de certas fontes, a dificuldade de encontrar opiniões fiáveis e objetivas no mun-

do do conhecimento, o risco de manipulação através das fontes" (CRESPO 2003: 283). E "tudo isto exige uma formação séria do jornalista que o ajude a distinguir a notícia da propaganda" (CRESPO 2003: 283). Por seu turno, Luís Álvarez Pousa regista:

> pela posição social ou de poder que ocupam, porque possuem informação inédita e seleta, pelos seus amplos conhecimentos sobre a matéria em que são especialistas, as fontes especialistas estão preparadas para atuar como *gatekeepers* em qualquer das fases do processo, não só na fase de seleção de informação, mas também na fase de aprofundamento e na fase de verificação, os especialistas coproduzem sentido e argumentação (POUSA 2003: 59).

Este último aspeto deve ser um fator a ter em conta pelo jornalista, pois "o especialista será tanto melhor fonte quanto mais consiga descodificar em termos simples a informação técnica e quanto mais capacidade de previsão tiver" (SOUSA 2005: 56).

A especialização do jornalista em ciência é apontada como sendo essencial para uma relação mais equilibrada entre os jornalistas e os atores sociais da área científica: "a especialização favorece o diálogo equilibrado e, por tanto, a negociação" (TORRES 2003: 88). Isto significa que "face ao jornalista generalista, o jornalista especializado está capacitado para dialogar com as fontes e, por tanto, para questionar e verificar a sua interpretação da realidade e enfrentá-lo com outras alternativas, quer dizer, a negociar" (TORRES 2003: 88). Rogério Santos, embora admita que existe uma relação de obrigações recíprocas entre fonte de informação e jornalista especialista, defende que esta ligação não é tão franca com os jornalistas não especializados, ocupados a investigar acontecimentos muito diferentes entre si, e que escrevem sem conhecimentos específicos, a que se junta a falta diária de tempo, e que se limitam a recorrer às fontes autorizadas cuja produtividade e credibilidade são assumidas (*Cf.* SANTOS, R. 2003: 24).

Por outro lado, Furio Colombo aponta medidas de segurança concretas para os jornalistas defenderem-se do perigo, real, de difundir notícias falsas acreditando recebê-las de fontes corretas: procurar inserir a notícia num contexto, baseado num mínimo de memória e pesquisa histórica; verificar o contexto, com notícias anteriores e acontecimentos sociais; comparar a notícia científica e o contexto político (*Cf.* Colombo 1998: 110). Outra das estratégias para a otimização da relação entre os jornalistas e os atores sociais na área da ciência é a atualização constante: "o jornalista deve manter-se sempre atualizado, através de uma vasta leitura dos periódicos especializados – científicos, tecnológicos e médicos, além das informações fornecidas pelas universidades, corporações e agências do governo" (KRIEGHBAUM 1970: 117).

Também é importante a consciencialização por parte dos jornalistas da existência de fatores pessoais – quer deles mesmos, quer dos atores sociais utilizados como fontes de informação – que causam "ruído permanente na escala da comunicação e que tem uma enorme influência na sua correção e veracidade" (WILLIS e OKUNADE 1997: 23). Estes fatores são os seguintes: o desejo de parecer inteligente, ou seja, as fontes que fazem especulação sobre aquilo que realmente sabem; o desejo de parecer bem, isto é, as fontes que evitam parecer que fizeram algo errado, imoral ou ilegal; as fontes que mentem quando são anónimas; a rotina dos jornalistas, que inclui o "síndroma da fonte oficial"; os meios que os repórteres utilizam na missão da busca da verdade; e o reportar crítico, dado que a linguagem não é algo neutro, mas sim um catalisador de diferentes tipos de atitudes e ações entre aqueles que ouvem ou leem essas palavras (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 23-29). Sintetizando, o jornalismo depende tanto de perspetivas limitadas, interesses especiais, motivos diversos, preconceitos e muitas vezes memórias frágeis das pessoas em relação à verdade, pelo que os resultados, às vezes, são questionáveis (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 23).

Jornais científicos

A relação entre os jornalistas na área da ciência e os jornais científicos é pautada pela existência de algumas formalidades. A mais importante é a lei do embargo, que se baseia num acordo entre os jornais científicos e os jornalistas, em que os primeiros enviam informação constante nos jornais científicos antes da publicação dos mesmos, mas impede que os jornalistas divulguem essa informação antes dessa mesma data. Apesar disso, os jornais científicos são uma fonte de informação muito importante para os jornalistas de medicina e ciência. "Os correspondentes médicos nos jornais de qualidade confiam fortemente em alguns jornais científicos como fontes de notícias sobre investigação médica" (ENTWISTLE 1995: 923), concluiu-se num estudo que incluiu as fontes dos jornalistas de medicina em jornais generalistas.

A passagem da informação constante das publicações científicas para os media jornalísticos não é, porém, linear:

> se realmente existe um abismo cultural, ele se torna mais aparente nas diferentes espécies de exatidão informativa, necessárias à publicação tanto num jornal profissional como nos meios de comunicação de massa. Essas diferenças poderiam ser entendidas como uma competição entre a exatidão científica e a exatidão jornalística (KRIEGHBAUM 1970: 40).

Sendo assim, há uma "grande distinção entre as publicações técnicas e científicas e as que são reservadas ao público em geral" (KRIEGHBAUM 1970: 41). Para Meredith Small, "a diferença entre a publicação científica e a jornalística não se fica apenas pela linguagem. É no tipo de abordagem que se encontram mais diferenças – limitada *versus* ampla, informação *versus* educação e entretenimento, pormenores *versus* pontos principais" (SMALL 1998: 59). Mais:

> nos jornais científicos há contextualização das condições de produção do conhecimento, enquanto nas revistas de divulgação há uma descontextualização (negligenciam-se as condições de produção em laboratório),

> mas há recontextualização num contexto social mais alargado, através da evidenciação das ligações entre as notícias científicas e outras preocupações relevantes para o público em geral" (GONÇALVES 2000: 277).

Variedade e dinamismo dos atores sociais

Sabe-se que o campo jornalístico é um palco de múltiplas vozes que procuram aceder aos jornalistas (*Cf.* SANTOS, R. 2003: 41). O jornalismo científico não é exceção quanto à quantidade e diversidade de atores sociais que são potenciais fontes de informação jornalística:

> há fontes individuais, organizações diversificadas onde trabalham as fontes (porta-vozes, assessores de imprensa, profissionais de relações públicas) e organizações que preparam eventos para divulgação de informação. A fonte de informação é a entidade (instituição, organização, grupo ou indivíduo, seu porta-voz ou representante) que presta informações ou fornece dados ao jornalista, planeia ações ou descreve factos, ao avisar o jornalista da ocorrência de realizações ou relatar pormenores de um acontecimento (SANTOS, R. 2006: 75).

Existem diversas classificações ou tipologias dos autores sociais utilizados como fontes de informação na vertente do jornalismo de ciência. Por exemplo, Giovanna Miranda e outros autores distinguem dois tipos de fontes para os jornalistas da área da medicina e ciência:

> primárias (nível superior) e as secundárias (segundo nível). As fontes primárias oferecem alguma garantia de credibilidade, pois gozam de autoridade institucional ou conhecimentos específicos. As fontes secundárias dependem da autoridade que o jornalista lhes confere ao citá-las, isto significa, que aos olhos dos leitores é o jornalista quem dá autoridade às fontes. Consequentemente, a diferença entre fontes primárias e secundárias não reside na importância da informação, mas sim na credibilidade da fonte (MIRANDA *et al.* 2004: 268).

Os mesmos autores realçam: "as fontes dos jornalistas das notícias médicas e científicas são mais amplas, incluindo os artigos publicados e os congressos científicos, mas também os comunicados de imprensa, os eventos e as formações. Porém, nem todas satisfazem dois critérios importantes: o interesse jornalístico e a credibilidade científica" (MIRANDA *et al*. 2004: 271).

Margarita Antón Crespo divide as fontes de informação entre: fontes especializadas, implicadas, circunstanciais, diretas, privadas, específicas, documentais, internacionais e de referência geral (*Cf.* CRESPO 2003: 283--289). Fontes primárias ou secundárias; fontes aliadas ou não aliadas; fontes ativas ou reativas; fontes profissionais ou não profissionais; fontes permanentes, frequentes ou ocasionais; fontes de informação exclusiva ou fontes de informação compartilhada; fontes omitidas, fontes identificadas ou fontes veladas – estas são as sete variáveis, segundo as quais se poderão classificar as fontes, segundo Héctor Borrat (*Cf.* BORRAT 2003: 69-71). Por seu turno, Carlos Elías refere-se a fontes primárias – internet, congressos científicos, seminários, revistas científicas – e fontes diretas – cientistas protagonistas de determinada descoberta ou cientistas que interpretam essa mesma descoberta (ELÍAS 2003: 265).

Um paradoxo no jornalismo científico é relativo ao facto de existir "um forte contraste entre a grande variedade de fontes que em teoria podia ser utilizadas e o escasso uso de que delas fazem os profissionais" (ELÍAS 2003: 272). No caso de Espanha, a grande maioria da informação científica publicada procede de gabinetes de imprensa (*Cf.* ELÍAS 2003: 265). Em termos globais e internacionais, "a pesquisa indica que as restrições sobre o processo de notícias, incluindo a disponibilidade de fontes de notícias, as rotinas jornalísticas e as limitações organizacionais, limitam a diversidade das fontes citadas" (MAJOR e ATWOOD 2004: 298). Assim, "muitos estudos sobre fontes nas notícias indicam que as fontes de entidades governamentais são as mais citadas" (MAJOR e ATWOOD 2004: 298).

O facto de várias atores sociais contactarem o jornalista de ciência no sentido de verem publicadas determinadas matérias, mais do que em qualquer outra especialidade jornalística, é outro assunto pertinente. "Os jornalistas de ciência recebem uma vasta quantidade de informações prestada espontaneamente pelos outros, por exemplo, sob a forma de comunicados de imprensa. Eles também consultam os seus próprios recursos para fazerem a escolha do material" (TRIGT *et al.* 1995: 893). Do mesmo modo, Anders Hansen sublinha: "os jornalistas de ciência são bombardeados, diariamente, com comunicados de imprensa, cartas, material promocional, telefonemas de pessoas ou instituições, ansiosos para serem noticiados" (HANSEN 1994: 114). "Em qualquer jornal as caixas de correio dos jornalistas de ciência e medicina são sempre das mais cheias, com correspondência de empresas, universidades, hospitais, jornais científicos, pois todos querem uma parte do seu tempo e um centena de palavras bem escolhida" (RENSBERGER 1998: 7).

A maioria dos jornalistas de ciência "passa o tempo assistindo a convenções técnicas e científicas, lendo periódicos e examinado informações da imprensa. Mais do que qualquer outro assunto, como, digamos, política, as notícias chegam às mãos do escritor sobre ciência" (KRIEGHBAUM 1970: 108). No entanto, este questão acaba por ser transversal a todo o jornalismo, concluindo-se que "de questionadores e investigadores, os jornalistas passaram a destinatários de um fluxo ininterrupto de informações que os dispensam, muitas vezes, de fazer pesquisas e verificações" (RIEFFEL 2003: 148).

Num estudo sobre a peculiar relação dos jornalistas de ciência com as suas fontes, Anders Hansen verificou: "a manutenção de uma relação de confiança com as suas fontes científicas é vista como componente central do jornalismo científico de sucesso" (HANSEN 1994: 121). Os jornalistas desenvolvem mesmo um método próprio:

> elaboram um conjunto de rotinas para assegurar a veracidade dos seus relatos. Isto inclui julgar a credibilidade das fontes a partir de um regime padrão, como a qualificação, a idade, a categoria e filiação institucional; usando, principalmente, fontes de alto nível ou de alto-escalão e usando o fator conhecimento de fontes (HANSEN 1994: 131).

"O jornalista segue uma hierarquia no que diz respeito à credibilidade e a avaliação dessa credibilidade teve origem em vários aspetos" (DEACON *et al.* 1999: 6), verifica David Deacon numa pesquisa na mesma área. Chega a concluir que o jornalista é claramente um definidor secundário das suas fontes mais privilegiadas (*Cf.* DEACON *et al.* 1999: 18).

Tudo isto não é novidade no campo jornalístico, onde se sabe que "opera a convenção da 'credibilidade da autoridade', ou seja, 'quanto mais alta é a posição do informador melhor é a fonte de informação'. Esta convenção segue o seguinte raciocínio: a posição de autoridade confere credibilidade" (TRAQUINA 1993: 172). No jornalismo, "uma fonte pode ter uma ou várias qualidades que fazem dela uma boa fonte. A representatividade, a credibilidade e a autoridade são algumas delas" (SOUSA 2005: 55).

Jogos de interesses

No jornalismo científico, além de atores sociais interessados na comunicação pública da ciência, existem atores sociais com interesses na passagem de informações neste âmbito. O mesmo acontece em qualquer área do jornalismo:

> nenhum jornalista, ao contactar com uma fonte, é desinteressado. Nenhuma fonte, ainda que contactada pelo jornalista, é desinteressada. Mas desde o aparecimento das relações públicas, em meados do século XIX, que os jornalistas tiveram de se confrontar com as fontes profissionais de informação, que são fontes interessadas, no próprio sentido da palavra (SOUSA 2005: 50).

Nelson Traquina explica que "o jornalista sabe que as fontes de informação não são desinteressadas" (TRAQUINA 1993: 172). As fontes de informação "jogam cuidadosamente com a pressão para cobrir histórias e produtos onde a 'ciência' é usada apenas como veículo para publicidades comerciais ou politicamente motivadas" (HANSEN 1994: 121). O jornalismo científico vive "refém dos grandes interesses" (JÚNIOR 2005: 66), nomeadamente comerciais. Assim, como parte do seu profissionalismo, os jornalistas devem "estar bem conscientes das tentativas de manipulação e gestão das notícias pelas fontes, incluindo as fontes provenientes de entidades governamentais e, mais geralmente, da indústria e do negócio" (HANSEN 1994: 131). As estratégias usadas pela potencial fonte de informação são "tanto a curto prazo (com cuidado adapta a natureza, calcula bem o tempo e apresenta a mensagem para se adequar à lógica dos media) como a longo prazo (ao cultivar uma relação de troca com o jornalista)" (DEACON *et al.* 1999: 25).

Abordando o caso da profissionalização das fontes de informação, Nelson Traquina constata que uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais em lidar com o campo jornalístico, referindo-se aos relações públicas (Cf. TRAQUINA 1993: 173). Adianta que estes conhecem bem a mecânica do trabalho jornalístico, nomeadamente: a necessidade da matéria fornecida assumir certas formas e seguir certas convenções e o reconhecimento da importância que o momento da divulgação da informação pode influenciar não só a cobertura, mas também o conteúdo da notícia publicada (*Cf.* TRAQUINA 1993: 173).

Acerca deste tema, Vasco Ribeiro assume-se contra "o discurso de 'diabolização' das Relações Públicas, o qual encontra eco em franjas importantes da opinião pública e publicada" (RIBEIRO 2009: 13). Ao invés disso, atenta para a existência de "fontes sofisticadas de informação" (reiterando expressão usada por Joaquim Fidalgo), para se referir à "evolução que as fontes conheceram no sentido de um maior profissionalismo, de um maior apuro técnico, de uma melhor compreensão das necessidades jornalísticas e

de uma mais eficaz gestão da informação", isto é, "uma maior sofisticação das fontes de informação no seu relacionamento com os media" (RIBEIRO 2009: 13).

A profissionalização das fontes, isto é, a sua capacidade para desenvolverem uma racionalidade estratégica assente na antecipação das rotinas e das práticas dos jornalistas "constata-se pelo aumento do número de pessoas envolvidas na promoção da comunicação de numerosas empresas" (NEVEU 2005: 69). As estratégias das fontes são muito variadas, desde conferências de imprensa aos comunicados, entre muitos outras e resultam quando a formatação de uma informação pronta a publicar pode ajudar um jornalista sobrecarregado de trabalho. O receio de ver um concorrente a fazer a cobertura de uma notícia, mesmo que fabricada, impele-o a agir do mesmo modo (*Cf.* NEVEU 2005: 69). Por outro lado, "controlar a influência das fontes exteriores supõe dispor materialmente dos meios financeiros e humanos que permitam a recolha de informações originais" (NEVEU 2005: 69), o que nem sempre acontece. Como resultado desta profissionalização, "o peso das fontes institucionais mais importantes (governo, grandes empresas) surge reforçado, o que se associa à tendência natural dos jornalistas para se virarem para as autoridades" (NEVEU 2005: 70).

Apesar da importância das fontes, a última palavra cabe sempre ao jornalista: "as fontes ocupam uma posição estratégica dentro da cadeia informativa que se estende desde a interação noticiável até cada leitor e dispõem de recursos múltiplos para influenciar intencionalmente a comunicação mediática" (BORRAT 2003: 71). No entanto, "são os autores e não as fontes que decidem a inclusão ou omissão das fontes nos textos, e das que são incluídas, a sua apresentação como fontes identificadas ou veladas" (BORRAT 2003: 72). Aliás, "a atribuição de fonte é parte inerente do processo jornalístico. As fontes servem de fachada para a objetividade jornalística, segundo a qual os jornalistas são os presumíveis condutores de informação, de conjeturas, de factos e de opiniões entre as fontes e os leitores" (MAJOR e ATWOOD

2004: 298). Na verdade, "o jornalista deve ser fonte de parte da informação que elabora e, por isso, é tão importante a sua formação académica e a sua experiência" (ELÍAS 2003: 273).

Há quem defenda que os próprios públicos dos media dão conta dos possíveis interesses escondidos por detrás das notícias:

> A maioria dos leitores está intimamente convencida de que estas escolhas estão longe de ser espontâneas. Imaginam uma sala de redação como uma espécie de recetáculo para onde confluiriam, num ambiente mais ou menos histérico, informações confidenciais e pressões por parte dos grandes deste mundo (AUBENAS e BENASAYAG 2002: 13).

A súmula mais acertada será a ideia formulada por Érik Neveu de um "poder em rede", isto é a existência de vários protagonistas, além dos jornalistas (NEVEU 2005: 99). Na realidade, as "capacidades de influência surgem de uma rede de interdependências onde nenhum protagonista dispõe sozinho do domínio do resultado final" (NEVEU 2005: 112). Assim, não se pode ignorar "o peso das fontes institucionais, o conhecimento promocional de que dispõem as empresas e associações, empreendedores de causas (movimentos sociais, personalidades, especialistas) que mobilizem toda uma panóplia de recursos" (NEVEU 2005: 112).

Capítulo 4

O JORNALISMO NA ÁREA DA MEDICINA

Este capítulo será dedicado ao jornalismo na área da medicina, ou jornalismo médico, que constitui uma área muito peculiar da ciência e do próprio jornalismo. Em primeiro lugar, explicar-se-ão as razões pelas quais a medicina constitui um assunto com elevado interesse jornalístico. Este valor noticioso garante-lhe a presença em vários meios de comunicação social e confere-lhe uma autonomização relativa ao jornalismo de ciência, ao qual pertencia.

Seguir-se-á uma caracterização do tratamento jornalístico da Medicina, bem como uma análise das funções do jornalismo médico e as principais críticas às quais está sujeito. Além disso, serão estudadas algumas consequências concretas desta mediatização, mais detalhadamente o facto de os media se assumirem como uma das mais importante fontes de informação sobre saúde para o público em geral, com consequentes riscos e benefícios. Deste modo, o jornalismo na área na medicina é causa e consequência da medicalização da sociedade, contribuindo, ainda, para a evolução da relação entre médico e doente.

Uma reflexão sobre a capacitação do jornalista para lidar com uma área tão impactante como esta encerrará o capítulo, não sem antes uma descrição do cenário particular de Portugal ao nível do jornalismo médico.

4.1 A medicina como notícia

"Os mundos da medicina e dos media existem numa simbiose única. Artigos de jornais e revistas reportam simultaneamente descobertas médicas e dão conselhos

de saúde, misturando informação científica com conselhos reconfortantes" (FRIEDMAN 2004: 1). As razões e as consequências desta importância da medicina no âmbito do jornalismo são assuntos sobre os quais se refletirá neste ponto. Acerca do jornalismo médico serão analisadas, ainda, as suas características, os principais atores sociais envolvidos como fontes de informação, as funções que desempenha e as críticas de que é alvo.

Interesse jornalístico e social da medicina

Vários estudos têm demonstrado que a medicina é a área da ciência que mais interesse desperta na sociedade, não sendo de estranhar, por isso, que seja também a área mais noticiada. Este interesse jornalístico na medicina nem sempre teve tamanha preponderância, estando intimamente ligado a condicionalismos culturais, sociais e económicos. Além dos valores-notícia associados à medicina, ver-se-á a existência de múltiplos suportes e formatos jornalísticos, bem como a consequente autonomização da medicina em relação ao jornalismo de ciência.

Existe algum consenso na aceitação da premissa que as evoluções técnicas, científicas e ideológicas na área das ciências médicas conduziram à "medicalização" da vida. Aliás, já há alguns anos, vários autores alertavam para esta situação. Ivan Illich referia-se à "medicalização da vida" (*Cit. in* MOYNIHAN e CASSELS 2005: XVIII). O quadro atual é de "uma patologização da cultura onde tudo é passível de ser medicalizado. Há uma expansão do campo da patologia para as mais diversas experiências que acaba por objetificar a vida" (RESENDE 2008: 124). Note-se que esta medicalização social também é fruto da atenção mediática, ou seja, "o mundo da medicina envolve-se e difunde-se nos media que nos rodeiam" (FRIEDMAN 2004: 7). Reportando, em concreto, a realidade dos Estados Unidos, Lester Friedman acrescenta: "devido em larga medida à sua ubiquidade nos media, os assuntos médicos ocupam um papel central na consciência nacional" (FRIEDMAN 2004: 7).

Esta fixação social na medicina leva à sua presença em livros populares, conteúdos televisivos e filmes (*Cf.* FRIEDMAN 2004: 1). Assim, a medicina assume um papel de destaque, tanto ao nível dos produtos jornalísticos,

como em campanhas divulgação e até na ficção televisiva ou no cinema. No caso do jornalismo, é assinalável a presença das notícias sobre saúde nos mais diversos suportes e formatos. Por exemplo, na imprensa proliferam em: revistas especializadas em saúde para o público em geral, revistas de informação geral e política, revistas para pais e educadores, revistas masculinas, revistas femininas, jornais de referência e também jornais sensacionalistas. Na televisão, surgem reportagens, notícias, entrevistas, debates, espaços de consultório e programas específicos sobre saúde. Também na rádio os temas médicos são alvo de tratamento noticioso, bem como de programas interativos, sendo este último caso um dos múltiplos formatos que a internet oferece.

Atualmente, os temas ligados à saúde, medicina, ciências biomédicas e medicamentos dominam a cobertura jornalística da ciência. Isto porque, segundo alguns estudos, o interesse nas notícias médicas é, no mínimo, tão grande como nas notícias de desporto. A razão parece evidente: as histórias médicas lidam com a vida humana. "Desde o surgimento da imprensa, saúde e doença ocupam espaço nas páginas dos mais importantes periódicos mundiais" (AZEVEDO 2009), mas convém esclarecer que nem sempre a Medicina foi o tema de Ciência predominante nas notícias. Na realidade, nas décadas de 50 e 60 do século XX, "as ditas ciências físicas foram durante muito tempo as que mais ganharam destaque na imprensa britânica e só a partir de meados da década de 70 perderam a liderança para a imprensa popular de Ciência biomédicas" (GREGORY e MILLER 2000: 39). Mais tarde, "a especialização gradual da informação sobre medicina e saúde nos media teve início nas décadas de 70 e 80, em paralelo com a subida do nível educacional que induziu uma maior procura dessa informação por parte do público-alvo" (DIAS 2005: 30).

Mais recentemente, Emma Weitkamp realizou um estudo através do qual concluiu: "a saúde e a medicina dominam a cobertura noticiosa relacionada com ciência e saúde" (WEITKAMP 2003: 326). Indo ao encontro desta ideia, Giovanna Miranda constata: "o interesse do público leigo em assuntos científicos – particularmente no que diz respeito à saúde, medicina e medi-

camentos – está a crescer, de forma gradual, um pouco por todo o mundo" (MIRANDA 2004: 267). "Na Europa, nos assuntos de ciência nos media, a medicina surge como tema principal, alcançando 60% de interesse por parte do público" (MIRANDA 2004: 267), afirma, baseando-se no Eurobarómetro de 2001. Por sua vez, Marianne Pellechia, numa análise de conteúdo da cobertura noticiosa da ciência de três jornais diários – *New York Times, Washington Post* e *Chicago Tribune* – durante três décadas (60 a 90 do século XX), constatou que mais de 70% das notícias de ciência diziam respeito à medicina e saúde, seguindo-se as ciências naturais e físicas e, por último, a tecnologia. "A importância dada à Medicina ou à saúde não deveria surpreender, considerando que as questões biomédicas têm sido dominantes na cobertura jornalística da ciência" (PELLECHIA 1997: 57), realçou. "Há uma tendência dos principais jornais de considerarem notícia científica apenas informação de Medicina", sublinha Atílio Vanin (*Cit. in* MEDINA 1991: 124), referindo-se à realidade brasileira.

Outros estudos demonstram que o interesse nas notícias de medicina pode ser maior em determinadas situações específicas: "desde os ataques terroristas de 11 de Setembro de 2001 ao World Trade Center e ao Pentágono, bem como o medo do *antrax* nos Estados Unidos da América, as notícias de saúde tornaram-se uma obsessão nacional para jornalistas e espectadores" (TANNER 2004: 350). Todavia, "a popularidade das notícias de saúde surge, certamente, antes do susto do *antrax* nos Estados Unidos" (TANNER 2004: 350). De facto, "a divulgação das notícias de saúde era uma indústria em ascensão na década de 90, com tendência para continuar no novo milénio" (TANNER 2004: 351). Por seu turno, João Carlos Correia considera que os aspetos que conduziram ao aumento de interesse por parte do jornalismo em relação às questões da saúde e da doença são os seguintes:

> as possibilidades tecnológicas de alteração das regularidades biológicas associadas ao envelhecimento dos órgãos e das células, o debate sobre os limites éticos da intervenção médica, aliados à situação verificada pelas vagas de epidemias que marcaram o final do século passado e o princípio do novo, a inflação de esperança desencadeada em torno do

> imaginário coletivo pelas descobertas científicas, acompanhadas pela fobia e pelo pavor suscitadas por novas situações de risco (CORREIA 2006: 1).

Deste modo, "foram surgindo secções específicas dedicadas à ciência e à medicina nos principais jornais, que tiveram a dupla vantagem de, por um lado, fazer emergir e incentivar a formação de jornalistas especializados e, por outro, de encorajar os cientistas e os clínicos à disseminação da informação relativa aos avanços das ciências da saúde e da medicina" (DIAS 2005: 30).

Na década de 80 do século XX, cresceu o interesse em temas de saúde por parte do público do Reino Unido, como o refletiam a inclusão de secções de saúde e médicas na maioria dos jornais (*Cf.* ENTWISTLE e BEUALIEU 1992: 367). Neste âmbito, segundo um estudo de Hansen e Dickinson realizado em 1990, "questões médicas e de saúde são os temas mais noticiados pela televisão, rádio e jornais" (ENTWISTLE e BEUALIEU 1992: 370). "A Medicina e a saúde ocupam, geralmente, um lugar de destaque em termos de cobertura noticiosa em todos os media" (GÖPFERT 1996: 364).

João Carlos Correia observa uma alteração dos critérios de noticiabilidade devido ao interesse na medicina: "raros são os jornais e telejornais que não incluem nas suas notícias, a referência à descoberta de novos vírus, novas doenças, novas possibilidades de intervenção médica, novos problemas crónicos, novas possibilidades para o corpo acompanhados por uma panóplia de soluções para estes mesmos problemas" (CORREIA 2006: 1). Indo ao encontro desta ideia, Francisco Ramírez e Javier del Moral observam:

> os temas de saúde ocupam cada vez mais destaque nos meios de comunicação social, não só nas secções de meios generalistas, como também em publicações de jornais e revistas especializadas em saúde, assim como na realização de programas radiofónicos e televisivos especializados nestes temas. Na maioria dos jornais, os temas de saúde

> publicam-se dentro da secção genérica de Sociedade, embora alguns jornais já dediquem uma secção específica para a informação médica ou de saúde (RAMÍREZ e MORAL: 261).

O interesse social e, consequentemente, jornalístico na área da medicina tem várias explicações. Por um lado, a Medicina é um universal cultural, ou seja, "todas as sociedades humanas que alguma vez existiram tiveram certamente procedimentos estandardizados para lidar com a doença" (LEACH 1992: 23). Numa alusão à pirâmide das necessidades de Abraham Maslow, correspondem a necessidades de sobrevivência (saúde curativa ou preventiva), culturais (melhor alimentação, qualidade da forma física e atividade sexual) e de conhecimento (curiosidade natural do homem em relação ao próprio corpo) (*Cf.* Burkett 1990: 60-62). Simplificando, o tema da saúde é importante para a sociedade porque todos são protagonistas, sendo certo que engloba problemas que afetam a própria pessoa ou alguém próximo nalgum momento da vida (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 261-262). Coincidindo com esta visão, num estudo realizado por Anders Hansen com jornalistas de ciência britânicos, verificou-se que um critério de valor-notícia acentuado é o "ponto de vista humano/ relevância para a vida diária, o que ajuda a explicar a predominância esmagadora da cobertura da ciência e saúde pela imprensa" (HANSEN 1994: 130).

Enfim, depois de explicada a importância dos temas ligados à medicina nos meios de comunicação social, será agora fácil concluir que, dado o seu relevo, o jornalismo na área da medicina autonomizou-se em relação ao jornalismo científico, do qual seria parte integrante.

Características do jornalismo médico

Um dos objetivos do jornalismo médico é a obtenção da verdade – um dos valores universais do jornalismo. Para Timothy Johnson, "a questão fundamental no jornalismo médico é saber identificar, processar e relatar informações médicas legítimas para o público em geral" (JOHNSON 1998: 89) Isto é importante, pois "uma vez que as notícias médicas avançadas pela comunicação social podem afetar decisões em vários níveis – pacientes,

prestadores de serviços, responsáveis políticos, indústria – é importante que as informações prestadas sejam verdadeiras" (LEVI 2001: 29). Porém, o o jornalista de medicina tem de enfrentar algumas barreiras que dificultam o cumprimento dos objetivos do jornalismo de qualidade: "as rotinas de produção de notícias, o pouco contacto com o público, as pressões económicas, a dependência das fontes e os conflitos de interesse" (LEVI 2001: 19-25). O jornalista de medicina que deve evitar cair em algumas "armadilhas":

> reduzir as citações; tratar especialistas como sendo generalistas (os especialistas não são especialistas fora do seu campo particular); confundir ficção científica com factos científicos; ser enganado pelo jogo dos números; depender de histórias (casos interessantes ou acontecimentos isolados de sucesso ou fracasso médicos) para as provas; perguntar os efeitos de um determinado tratamento, quando faltam resultados; extrapolar da investigação para a prática clínica; promover exageradamente as implicações clínicas de um estudo; confundir os fatores de risco para as doenças; ignorar os riscos (LEVI 2001: 57-70).

Em suma, Ragnar Levi defende um "jornalismo de medicina crítico" (LEVI 2001: 75). "Em vez de relatar, indiscriminadamente, o que dizem os especialistas, agindo mais como estenógrafos do que como jornalistas, os profissionais de comunicação devem verificar muito bem as coisas e saber o suficiente sobre o campo que pisam para quando cheirar a rato saber que está lá um" (LEVI 2001: 75).

O pendor interpretativo e analítico, que como já se viu, é defendido para o jornalismo na área da ciência, reforça-se quando as notícias são da área médica. Aliás, existe "uma diferença substancial entre a informação dita geral e a informação médica" (JOHNSON 1998: 91). Timothy Johnson explica:

> as notícias de carácter geral limitam-se, muitas vezes, os acontecimentos que depois são relatados segundo a tradicional lista dos jornalistas – o famoso quem, o quê, onde, quando e porquê. Pelo contrário, as notícias médicas não ocorrem, habitualmente, num ponto isolado do tempo e não se deixam fechar nessas descrições tradicionais. Sendo assim, a

> informação médica é parte de um fluxo contínuo de experimentação e de produção de dados, que cresce graças às experiências passadas e que representará, inequivocamente, a mudança (JOHNSON 1998: 91).

"Se a Ciência e a Medicina necessitam de mais interpretações do que os outros tipos de notícias, nesse caso deve-se reservar mais espaço para esses artigos ampliados" (KRIEGHBAUM 1970: 194), propõe Hillier Krieghbaum. Já Warren Burkett preconiza ser necessário "compreender a cultura da saúde e da Medicina para escreverem de maneira eficiente nesta área" (BURKETT 1990: 155). "A maior parte da reportagem médica lida com notícias transcientíficas, empreendimentos científicos mais mesclados por valores económicos, políticos, de personalidade e sociais" (BURKETT 1990: 155), explica.

Dado que a medicina engloba vários termos técnicos e científicos, a linguagem é uma das dificuldades com que tem que lidar o jornalista nesta área: "a narrativa jornalística no campo da saúde tem sido alvo de muitas investigações devido à sua peculiaridade. Ao dirigir-se ao público leigo, o jornalista deve ter em conta a tradução de termos técnicos que, sendo na maior parte dos casos relacionados com as ciências médicas, biológicas ou tecnológicas, não são familiares aos leitores" (AZEVEDO 2009). Além do mais, "muitas vezes, para obter a atenção do público, os media simplificam um documento científico, reduzindo-o a uma frase apelativa" (AZEVEDO 2009).

Os valores-notícia utilizados nesta área também são alvo de estudo, sendo que alguns deles são mesmo criticados. Susan Moeller verifica que as epidemias que receberam maior atenção mediática nem sempre foram as mais graves, sendo prevalentes valores-notícia como a proximidade, ou população demograficamente semelhante à audiência daqueles media (*Cit. in* PONTE 2004: 13-14). Além disso, referindo-se à cobertura das epidemias pelos media norte-americanos, a investigadora constata que estes "cobrem as epidemias como cobrem outros tipos de crise: uma cobertura estereotipada,

uma linguagem sensacionalista e referências ao país" (*Cit. in* PONTE 2004: 14). Mais: quando ocorre uma epidemia "as histórias dos media assentam no medo do público" (PONTE 2004: 14).

Outro valor-notícia recorrente na cobertura jornalística da medicina é relativo à proeminência social dos sujeitos envolvidos. Assim se explica a existência de inúmeras notícias sobre o estado de saúde de pessoas famosas: "por vezes as notícias médicas fazem-se devido à proeminência das pessoas envolvidas" (WILLIS e OKUNADE 1997: 56). Recorde-se o caso de Rock Hudson, ator norte-americano, que faleceu em 1985, vítima de SIDA. Recuando ainda mais no tempo, descobre-se o seguinte:

> nos Estados Unidos o interesse pela saúde dos presidentes sempre fez os órgãos de comunicação social voltarem os olhos para a cobertura no campo da saúde. Mas um ataque cardíaco do presidente Dwight Eisenhower, em setembro de 1955, viria abalar as reportagens de saúde. As informações publicadas não somente revelavam o estado de saúde do presidente como também intimidades de Eisenhower (AZEVEDO 2009).

Atualmente, "os profissionais de saúde e pesquisadores veem com certa reserva a cobertura jornalística nesse domínio" (AZEVEDO 2009).

Quanto aos principais problemas com que se depara o jornalista na área da medicina, podem enumerar-se vários:

> identificar, processar e reportar notícias médicas legítimas para o público em geral; lidar com as pressões competitivas nos estabelecimentos médicos para ganhar quota de mercado e aumentar o financiamento para a pesquisa; a crescente comercialização da pesquisa médica por interesses empresariais; as tentativas flagrantes de manipular os media; as reuniões científicas que se tornaram exercícios de relações públicas organizadas para o benefício dos media; o papel controverso dos jornais científicos na área médica e a diferença entre reportar notícias generalistas e notícias médicas (FRIEDMAN 2004: 4-5).

Outras dificuldades com que se depara o jornalista ao lidar com notícias na área da medicina, são: o conceito de novidade médica, pois, por exemplo, pode ser usado para anunciar um novo tratamento e este ter resultados limitados; a dificuldade da investigação jornalística em medicina; a complexidade da linguagem médica, que é como se fosse uma língua estrangeira para a maioria dos jornalistas; a atitude de superioridade de alguns médicos, o que intimida muitos jornalistas; o cuidado, conhecimentos, verificação e pesquisa necessários na cobertura de conferências de imprensa que anunciam descobertas de investigação; a pressão do tempo, que pode fazer com que os jornalistas não encontrem ligações entre os especialistas que apresentam determinados resultados de pesquisas científicas e os fabricantes de medicamentos (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 54-69).

Fontes de informação no jornalismo médico

Uma das "características marcantes das notícias de saúde a forte influência das fontes oficiais, publicações médicas e celebridades com prestígio", assevera Deborah Lupton (*Cit. in* PONTE 2004: 13). O jornalismo na área da medicina depende muito dos atores sociais que atuam como fontes de informação jornalística. Estas fontes de informação na área médica dividem-se entre: fontes oficiais (entidades governamentais ligadas à Saúde e organismos internacionais como a FAO, OMS, Cruz Vermelha, AMI, entre outros); fontes privadas (associações médicas, unidades de saúde, centros de investigação médica, empresas farmacêuticas, associações de pacientes, entre outros); publicações especializadas (nacionais e internacionais na área da saúde); especialistas (em cada uma das áreas de especialização) e profissionais (bases de dados e associações profissionais de jornalismo científico e médico) (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 268-269). Por outro lado, Anke Van Trigt e outros autores referem a existência de dois tipos de fontes consultadas pelos jornalistas:

> os especialistas objetivos – investigadores e especialistas funcionais – e os peritos subjetivos – pacientes e porta-vozes dos grupos de interesse das empresas farmacêuticas. Os especialistas objetivos e independentes

> são mais frequentemente citados em artigos, enquanto os especialistas subjetivos são muitas vezes reunidos com opiniões de outros especialistas (TRIGT *et al.* 1994: 317).

Numa outra pesquisa realizada pelos mesmos autores, estes concluem que, a seguir às publicações científicas, "a segunda fonte mais importante diz respeito aos contactos dos investigadores com os jornalistas, direta ou indiretamente, através dos comunicados de imprensa" (TRIGT *et al.* 1995: 898).

Os médicos são fontes de informação óbvias, o que é constatado em várias investigações nesta área. "A principal fonte de informação sobre médicos ou novos agentes são os próprios médicos: mais de metade (55%) do total dos actore sociais ou fontes de informação poderiam ser colocados nesta categoria" (LUPTON e MCLEAN 1998: 952), conclui um estudo realizado em 1998. Além dos médicos, destacam-se o governo e os membros do sistema jurídico (*Cf.* LUPTON e MCLEAN 1998: 956). No entanto, a relação entre os médicos e os jornalistas nem sempre é pacífica:

> as dificuldades de relação entre o campo jornalístico e o campo científico agravam-se pelo recurso a profissionais insuficientemente preparados, pelas dificuldades mútuas de cooperação entre os profissionais dos dois campos, pelo escasso recurso às fontes potenciado pelas incompreensões mútuas das especificidades epistemológicas e organizacionais de cada campo, pela dificuldade dos peritos em adequarem a sua linguagem à linguagem jornalística e vice-versa, pela necessidade de personalização inerente à narrativa jornalística enquanto "estória"(CORREIA 2006: 3).

Uma das razões para a proliferação de informação sobre medicina nos media é o processo de financiamento das investigações científicas nesta área. Assim, sabendo que o financiamento é um processo político e que se um cientista quer ver a sua pesquisa financiada, esta tem que ser falada, a relação entre a medicina e os media transforma-se de inevitável a indispensável (*Cf.* FRIEDMAN 2004: 4). Aliás, os investigadores citam os artigos que

foram divulgados na imprensa popular de modo diferente dos que não receberam tal atenção (*Cf.* FRIEDMAN 2004: 4). Acerca desta questão, Maria do Rosário Dias alerta:

> no confronto dos cientistas e médicos com os jornalistas, muitos cientistas veem a colaboração com os media como interessante, outros mantiveram-se fora da "arena da comunicação" considerando os encontros com jornalistas "experiências tóxicas" (Levine, 1999) e uma minoria descobriu os *mass media* como meio de autopromoção e obtenção de vantagens financeiras (De Semir, 1996) (DIAS 2005: 31).

Estes últimos procuram ganhar visibilidade social, como forma de assegurar apoio para a investigação, embora manifestem preocupação com as mensagens dos media que questionam a sua credibilidade (*Cf.* DIAS 2005: 33)

Os jornais e revistas científicas são também uma fonte de informação essencial para os jornalistas na área da medicina, com todas as condicionantes impostas pelas leis do embargo e Ingelfinger, anteriormente já referidas. Esta ideia é corroborada por um estudo de Anke Van Trigt e outros autores, no qual se chega aos seguintes resultados:

> a fonte de ideias e informações mais importantes para os jornalistas médicos, na Holanda, e mais consultada por eles, é designada por literatura médico-científica. Os jornalistas são conhecidos por selecionar temas das revistas que leem, com os seguintes critérios: a relevância científica do tema, a fonte da notícia, o número de pessoas suscetível de serem afetadas pelo assunto, o seu próprio interesse, a atualidade da assunto e a necessidade de continuar a tratar um tema já discutido na atualidade (TRIGT *et al.* 1995: 893).

"A boa prática de jornalismo médico-científico tem consistido em confiar nas revistas científicas de referência como fontes de informação" (DIAS 2005: 33). Estas publicações científicas assumem mesmo uma postura ativa perante os meios de comunicação social. Impondo a lei do embargo, "a

grande maioria das revistas científicas e médicas de referência envia regularmente *press releases* para jornalistas acreditados, dando-lhes tempo para a preparação das notícias" (DIAS 2005: 32). Saliente-se que, "as notícias que normalmente chegam ao conhecimento do jornalista são as boas notícias" (DIAS 2005: 34)

Num estudo de Andrea Tanner sobre o modo particular de obtenção de informação pelos jornalistas de Saúde em canais locais de televisão, as conclusões foram estas: "a descoberta de uma notícia de forma passiva sugere que as relações públicas e a publicidade do governo e de grandes corporações podem ajudar a construir a agenda pública, dando aos jornalistas a informação necessária para cobrir uma história, com custos mínimos para as televisões" (TANNER 2004: 353). Então, "os jornalistas estão a aprender a construir histórias através de um processo passivo de descoberta de notícias, o mesmo será dizer que encontram histórias sem sair da redação" (TANNER 2004: 360). Aliás, "ao longo dos anos os jornalistas que cobrem ciência e medicina têm sido constantemente criticados por confiarem tão cegamente nesses materiais (comunicados de imprensa) que deixam que sejam outros a marcarem as suas agendas" (GASTEL 1998: 4).

Os pacientes ou utentes dos cuidados de saúde não estão no topo da preferência dos jornalistas como fontes de informação, porém realce-se o seu valor: "os jornalistas podem, muitas vezes, obter informação muito mais interessante das pessoas afetadas diariamente pelos procedimentos médicos do que dos médicos e hospitais que aplicam esses testes e tratamentos" (*Cit. in* WILLIS e OKUNADE 1997: 54). Por outro lado, é possível que as notícias surjam de forma meramente casual, por exemplo, "na experiência de vida e situações vividas pelo editor ou pelo repórter. Se um editor vai ao médico e encontra uma fila de espera de mais de duas horas, isso vai ser notícia. Se o repórter leu sobre uma nova tendência dietética, também pode transformar a leitura num tema em notícia" (AZEVEDO 2009).

Com todos estes canais informativos, há uma ideia central: seja qual for a fonte de informação que o jornalista utilize, tem que poder atribuir todas as informações importantes e/ou aparentemente novas a fontes credíveis (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 65). Então, quando cita determinada fonte, o jornalista deve ter em conta a sua credibilidade e, além disso, verificar se a informação foi recolhida e analisada de modo competente, de modo a evitar possíveis influências (*Cf.* GASTEL 1998: 67).

Funções do jornalismo médico

As funções do jornalismo na área da saúde são alvo de considerações que, devido à pertinência do tema, vão ainda mais longe das que são suscitadas pelo jornalismo na área da ciência. Francisco Ramírez e Javier del Moral preconizam:

> o jornalista especializado en informação médica tem que desenvolver, além do seu trabalho informativo, uma tarefa pedagógica e didática proporcionando a necessária formação relativa à prevenção e tratamento de doenças, assim como a conservação da saúde. Para tal, o jornalista na área da saúde deve ser um mediador entre os profissionais de medicina e os cidadão, pondo ao alcance de estes os conhecimentos necessários para uma atitude correta perante os problemas de saúde (RAMÍREZ e MORAL 1999: 267).

"Informar com rigor, clareza e exatidão sobre os avanços científicos no diagnóstico e na terapia; difundir as características das distintas doenças e seus sintomas iniciais, atender ao direito dos pacientes a estarem plenamente informados" – estes são alguns dos objetivos do jornalismo médico para Para Calvo Hernando (*Cit. in* RAMÍREZ e MORAL 1999: 267). Indo mais além, José Niza defende que "os media deveriam ter um papel ativo e não apenas serem considerados como espectadores ou críticos de um processo social de melhoria da saúde" (NIZA 1989: 11), e explica:

> não se pode esperar que a intervenção dos media possa por si só suscitar uma alteração de comportamento mas pode, seguramente, mostrar e explicar quais os fatores de risco para a saúde e abrir, assim, ao público perspetivas que lhe permitirão fazer uma escolha consciente orientada para uma vida mais saudável (NIZA 1989: 12).

O facto de o jornalismo médico constituir uma das principais fontes de informação sobre saúde para o público em geral é uma função de grande relevo que, por isso, será alvo de uma secção específica, mais adiante. Os benefícios e os riscos deste papel dos media como fonte de informação sobre saúde serão desenvolvidos nesse momento.

Críticas ao jornalismo médico

Entre as principais críticas que são feitas ao jornalismo médico estão: a abordagem sensacionalista de alguns temas, a criação de falsas expectativas de cura ou alarmes sociais injustificados e o facto de ser muitas vezes um suporte para publicidade encoberta, nomeadamente a medicamentos (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 267-268). Em relação a este último aspeto, é notório que os órgãos de comunicação podem obter lucros com a informação em saúde. Verifica-se que alguns meios jornalísticos "passam a ser apenas meros canais de divulgação, reprodutores das necessidades das indústrias de bens de consumo tecnológicos ou de medicamentos e cosméticos" (JÚNIOR 2005: 31). Em suma, tal como acontece noutras áreas do jornalismo, "a informação que é disseminada através da imprensa não científica está sujeita a pressões editoriais e comerciais e a conflitos de interesse. As narrativas publicadas refletem, frequentemente, o filtro ideológico e sociocultural do seu *staff* editorial" (DIAS 2005: 37).

Em relação à falta de rigor no tratamento de alguns temas, um motivo é o tempo: "a imprensa tem prazos que são estranhos aos cientistas, pressiona normalmente os jornalistas para a superficialidade do tratamento das notícias" (DIAS 2005: 33). Consequentemente, "cientistas e clínicos queixam-se geralmente da imprensa, referindo que os jornalistas são descuidados nas notícias que produzem, sujeitos a pressões competitivas e normalmente ig-

norantes no que respeita ao processo científico" (DIAS 2005: 39). Resumindo: "apesar da quantidade de material relativamente a questões científicas e clínicas que os jornalistas normalmente recebem e do inquestionável interesse que o público manifesta por notícias de saúde, os jornalistas só muito raramente conseguem fornecer informação médica de valor real para o público" (DIAS 2005: 39).

Na mira das críticas também está a exploração do culto do corpo perfeito e eternamente jovem, ou seja, "a preocupação com o bem estar, com a mente sã, com o corpo são, o qual é insistentemente identificado como o corpo suficientemente apto para responder com qualidade às necessidades de uma longa vida" (CORREIA 2006: 5). João Carlos Correia assinala:

> o corpo, a juventude, a beleza e a saúde readquiram uma importância nos critérios de noticiabilidade superior à que vulgarmente tiveram, nas décadas anteriores, na imprensa europeia de referência centrada até há pouco nos debates sobre a esfera pública e motivada pela generalização da ideia, hoje aparentemente diminuída, de responsabilidade social (CORREIA 2006: 1).

O culto da beleza e da juventude atravessa o discurso dos media, que promovem uma cultura baseada nestes estereótipos associados à moda e ao consumo (*Cf.* CORREIA 2006: 5). Enfim, como se observa pela quantidade e características dos produtos jornalísticos nesta área, mantém-se ativa a exploração do filão da "utopia da saúde perfeita" (SFEZ 1997: 4).

Em relação à saúde das mulheres, as críticas têm se direcionado mais particularmente para um possível efeito negativo dos media na relação destas com o corpo. Surgem, assim, investigações que relacionam os conteúdos dos media com o surgimento, nas mulheres, de patologias depressivas, obsessivas e compulsivas, levando a distúrbios alimentares como a bulimia, a anorexia e a obesidade. Isto porque "os textos que aparecem na imprensa finalizam por extrapolar aquilo que as mulheres têm em mente como ideal de corpo feminino" (AZEVEDO 2009). A tal ponto que, "alguns investigadores afirmam sem hesitações que as mulheres vendem o seu corpo à indústria

alimentar e dietética por influência das revistas que leem e dos programas que veem, a maior parte dos quais as tornam ansiosas sobre o seu peso" (CORREIA 2006: 5).

O papel desempenhado pela indústria farmacêutica nesta medicalização da vida é determinante, sendo alvo de duras críticas. Assim, já há alguns anos surgiu o conceito de "*disease-mongering*", que poderá ser traduzido como "venda de doença", e que consiste na ideia que "os médicos e as empresas farmacêuticas alargam desnecessariamente as fronteiras da doença, de modo a terem mais doentes e a venderem mais medicamentos" (*Cit. in* MOYNIHAN e CASSELS 2005: XVIII). Ray Moyhihan e Alan Cassels defendem:

> as estratégias de marketing das principais empresas farmacêuticas mundiais dirigem-se agora agressivamente para as pessoas saudáveis e que estão bem. Os altos e baixos do quotidiano tornaram-se problemas mentais e queixas comuns transformaram-se em doenças assustadoras e cada vez mais pessoas comuns são transformadas em pacientes (MOYNIHAN e CASSELS 2005: IX).

Portanto, "as grandes empresas farmacêuticas já não se contentam em vender medicamentos para os doentes" (MOYNIHAN e CASSELS 2005: X), pelo que "a máquina promocional da indústria farmacêutica está a transformar muitas situações da vida normal em doenças médicas, de modo a expandir os mercados dos medicamentos" (MOYNIHAN e CASSELS 2005: XVII). Embora haja muitas estratégias promocionais diferentes para vender a doença, o fator comum a todas elas é o "marketing do medo" (seja ele da morte, da decadência, da doença) (MOYNIHAN e CASSELS 2005: XV). Finalmente, sublinhe-se que os media também entram neste jogo, já que, "com uma pequena ajuda dos media sedentos de títulos apelativos, a mais recente doença é rotineiramente retratada como alastrada, severa e, acima de tudo, tratável com medicamentos" (MOYNIHAN e CASSELS 2005: X).

Várias são as críticas inerentes ao papel dos media como fonte de informação sobre saúde, algumas delas já aqui referidas. Todas elas serão esmiuçadas em seguida, na secção especialmente dedicada a esta temática.

4.2 Os media como fonte de informação sobre saúde

São vários os meios que veiculam informação sobre saúde ao cidadão comum, podendo este assumir uma postura ativa ou passiva perante os mesmos. Rita Espanha carateriza esta situação:

> grandes quantidades de informação sobre saúde e medicina são disponibilizadas a partir de diversas fontes – sejam essas fontes profissionais de saúde, especialistas de vários tipos, instituições públicas e privadas ou grupos de doentes e/ou consumidores – através de uma multiplicidade de canais informativos, tanto a partir dos media, como de base local ou interpessoal, em interacção com médicos e outros profissionais de saúde, familiares, amigos, colegas de trabalho, etc. (ESPANHA 2009: 2).

Perante isto, apresenta-se a Figura 1, que procura retratar e sintetizar as ideias referidas.

Dentro deste cenário, Richard Thomas recorda:

> tradicionalmente, as pessoas tinham acesso a duas principais fontes de informação em saúde: as formais e as informais. A principal fonte de informação sobre saúde, em termos históricos, eram os amigos, familiares, vizinhos e colegas de trabalho, isto é, indivíduos aos quais se podia aceder informalmente e obter informação baseada nas suas próprias experiências e conhecimentos. A fonte formal que poderia ser menos comum, mas com mais autoridade, era o médico e outros profissionais de saúde. Em virtude da sua posição no sistema e o seu presumível conhecimento, os médicos, em particular, foram uma das principais fontes de informação sobre saúde (THOMAS 2006: 36).

Contudo, estas principais fontes "foram suplantadas pela informação obtida através dos media. Isto tem incluído as notícias obtidas na imprensa (por exemplo, revistas e jornais), as notícias obtidas pelos media eletrónicos (por exemplo, rádio e televisão, além de vários livros de autoajuda na área da saúde" (THOMAS 2006: 37). De facto, entre as várias fontes de informação existentes, múltiplas pesquisas têm mostrado que os media são uma importante fonte de informação sobre saúde para o público em geral (*Cf.* GLIK 2004). Naturalmente, "as notícias/ informação sobre saúde transmitidas pelos media afetam o que o público em geral pensa sobre saúde em sentido lato e os serviços de saúde em particular (Brodie *et al.*, 2001; Turow, 2002)" (ESPANHA 2009: 48).

Resumindo a evolução deste fenómeno:

> uma crescente percentagem da população recebe a informação dos jornais, revistas, rádio e televisão. Em todos estes meios, o tema da saúde aumentou drasticamente nos últimos anos, sendo mesmo considerado um dos assuntos favoritos. A marcar a sociedade moderna está também o aparecimento da internet como dos principais meios nesta matéria (THOMAS 2006: 87).

Media como promotores da saúde

A ideia que os media podem e/ou devem ser utilizados como agentes promotores de saúde, tem sido aprofundada por investigadores, tanto da área da Medicina como do jornalismo. Na verdade, diversas entidades de saúde passaram a utilizar os media com objetivos de prevenção e promoção da saúde pública. Uma das premissas nas quais assenta este desígnio é relativa à tendência da medicina das últimas décadas em considerar que, mais do que ter uma função curativa, "o serviço de saúde deve ser preventivo" (GUERRA 1961: 91). Existe até um conceito associado a esta ideia, o "apoio dos media", ou seja, uma utilização inovadora dos meios de comunicação numa estratégia para promover a saúde pública (*Cf.* WALLACK *et al.* 1993: 2). Mais concretamente: "é o uso apropriado dos media, de forma agressiva e eficaz para apoiar o desenvolvimento de políticas de saúde pública" (WALLACK

et al. 1993: 25). É importante entender que "o objetivo deste apoio não é a cobertura mediática, mas sim a mudança de política. O apoio dos media é uma ferramenta maravilhosa, mas ainda assim, apenas uma ferramenta" (WALLACK *et al.* 1993: 51).

Deste modo, a comunicação em saúde através dos media é aceite como uma ferramenta válida para a promoção da saúde pública. De acordo com Rita Espanha, os media podem desempenhar papéis específicos neste campo, tais como: melhorar o conhecimento e a consciência das questões de saúde; influenciar as perceções, crenças e atitudes; incentivar para a ação; mostrar os benefícios da mudança de comportamentos; incrementar a procura de serviços de saúde; reforçar conhecimentos e comportamentos; refutar mitos e preconceitos; facilitar o relacionamento entre instituições; proteger ou salientar uma questão de saúde ou um grupo populacional (*Cf.* ESPANHA 2009: 40).

Referindo-se, em particular, às problemáticas ligadas às doenças oncológicas, Maria do Rosário Dias declara: "os meios de comunicação social desempenham um papel decisivo na divulgação pedagógica da informação que circunda a doença oncológica, constituindo-se como verdadeiros agentes de promoção de saúde" (DIAS 2005: 19).

Críticas à mediatização da saúde

Uma das críticas que é feita relativamente ao tratamento jornalístico das questões ligadas à Medicina, é a falta de rigor científico do mesmo. "A apresentação de descobertas científicas ou procedimentos em termos de cuidados de saúde ao público, pelos media, é 'atravessada' por todos os ruídos presentes na 'tradução' dos cientistas para os jornalistas", acusa Schwitzer (*Cit. in* ESPANHA 2009: 51). O mesmo autor reprova também que, nas notícias sobre novos tratamentos, testes e produtos e procedimentos médicos, "a abordagem mais frequentemente realizada pelos jornalistas não considera nem discute aspetos muito relevantes tais como: custos, qualidade da

evidência, existência ou não de opções alternativas, verdadeira magnitude das vantagens e desvantagens da notícia apresentada" (*Cit. in* ESPANHA 2009: 51).

Outro comentário depreciativo frequente é respeitante ao sensacionalismo dos media nesta temática. Aliás, o sensacionalismo nas notícias de medicina, já há mais de três décadas, era realçado por Hillier Krieghbaum, reportando-se a "um grande número de informações dadas pelos jornais, especialmente quanto a novos medicamentos, propagando com grande estardalhaço as descobertas médicas como 'curas' de algumas doenças bem comuns" (KRIEGHBAUM 1970: 182). "O sensacionalismo nas histórias sobre a ciência médica é um produto da colaboração cúmplice entre jornalistas e cientistas, uma vez que os jornalistas consideram ser mais fácil conquistar a atenção para as suas histórias, e os cientistas veem aqui o valor prático da atenção dos media para uma carreira científica de sucesso", acusa Schwitzer (*Cit. in* ESPANHA 2009: 52). Há um exemplo caricato: "nada se iguala à aspirina, café e vinho tinto no que se refere à quantidade de pesquisas médicas com destaque nos media. Ora enfocando os aspetos positivos, ora negativos, essa é a tríade mais comentada na área da saúde" (FALCÃO 2006: 91).

Comunicação de risco e com risco

Por vezes, cabe ao jornalismo na área da medicina fazer comunicação de risco, isto é "noticiar perigos – potenciais, eminentes ou existentes – que pode colocar em risco a saúde de alguns dos leitores ou espectadores" (WILLIS e OKUNADE: 1997: 1). A comunicação de risco pode envolver questões ligadas à saúde, ciência, crimes ou ambiente, mas na área da medicina, o número de casos parece ser infinito (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 5). O problema é que os jornalistas tanto podem ignorar ou minimizar riscos reais para a saúde como, num outro extremo, causar desnecessariamente o pânico no público, alertando-o para um perigo que é diminuto ou até inexistente (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 4-5). É melhor informar o público, apesar do possível pânico que vá causar, ou mantê-lo às escuras sobre o que pode ser uma ameaça real? Este é o dilema ético com que o jornalista se depara nos

casos de potenciais riscos para a saúde (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 163) Para Willis e Okunade, a solução passará por não cair num extremo nem noutro, ou seja, encontrar uma situação intermédia, de modo a fazer uma notícia balanceada entre manter o público às escuras ou causar-lhe pânico (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 166).

Alguns autores têm investigado os possíveis efeitos nefastos dos media em matéria de saúde pública. Em 1965, Mário Cardia já afirmava que: "muitos dos artigos e notícias que a imprensa leiga publica podem considerar-se mal feitos, nefastos, mesmo, mas outros são indubitavelmente úteis e contribuem para a tão necessária educação sanitária das populações" (CARDIA 1965: 28). Com uma visão mais radical, Francisco Mercado Martínez chama a atenção para a existência de estudos que "contradizem os efeitos positivos da imprensa em matéria de saúde, doença e atenção médica" (MARTÍNEZ 2000: 40).

"Os media foram, por diversas vezes, os responsáveis pela divulgação de erros que prejudicaram as campanhas de saúde pública" (CORREIA 2006: 4). João Carlos Correia concretiza:

> a trágica campanha desenvolvida pelo *Sun* e por uma parte significativa dos tabloides britânicos durante finais dos anos 80 e princípios dos anos 90 – insistindo em que os heterossexuais jamais contrairiam SIDA, responsabilizando o governo por gastos excessivos na campanha contra a SIDA, apelando explicitamente (em Editoriais) à população para que esquecessem os alertas televisivos e os documentários maçadores e esquecesse a ideia que as pessoas normais e heterossexuais pudessem contrair SIDA (CORREIA 2006: 4).

Um outro problema é relativo ao facto de as pessoas presumirem que deter informação veiculada pelos media sobre saúde, bem como sobre outros assuntos, as torna especialistas nessa matéria. Esta ideia encontra eco nas palavras de Philippe Breton, quando este diz que "uma das perturbações provocadas hoje pelos media é o facto de o homem moderno julgar ter acesso ao sentido dos acontecimentos simplesmente porque está informado"

(BRETON 1994: 31). "Os próprios media, ao difundirem certas informações, aumentaram, apesar de tudo, a nossa ignorância do mundo real, pois a ignorância não tem melhor aliado do que a ilusão do saber" (BRETON 1994: 132), conclui. "A imagem dos cuidados de saúde disseminado pelos media pode criar desinformação e, consequentemente, induzir a práticas desnecessárias, excessivas ou perigosas por parte dos cidadãos" (ESPANHA 2009: 51). Rita Espanha dá o exemplo do exagero do culto do corpo jovem e perfeito, a negação do envelhecimento e da morte (*Cf.* ESPANHA 2009: 51).

Além dos problemas já referidos, podem apontar-se outros perigos no tratamento jornalístico da medicina, tais como: a criação de expectativas ilusórias de cura de determinadas doenças nalguns pacientes e seus familiares; a estigmatização de algumas doenças; o tratamento da doença como um espetáculo, particularmente no caso de pessoas famosas; ser um alvo fácil de empresas com objetivos de marketing, sejam elas empresas farmacêuticas, instituições de saúde ou de estética ou outras.

Internet

O desenvolvimento da internet a partir da década de 90 do século XX veio revolucionar o campo da comunicação pública da saúde:

> a internet tornou-se uma das principais fontes de informação relacionada com saúde, existindo mais sítios no ciberespaço relacionados com a saúde do que com qualquer outro assunto. A maioria dos pessoas com acesso à internet utilizaram-na para obter informação sobre um problema de saúde que as afetou diretamente ou alguém próximo (THOMAS 2006: 37).

Richard Thomas completa:

> enquanto os tradicionais meios impressos e eletrónicos tiraram algum protagonismo à família e aos amigos e até dos profissionais de saúde na transferência de informação relacionada com saúde, a internet tornou-se uma fonte crescente de informação relacionada com saúde. Um

> número crescente de pessoas consulta primeiro a internet para perceber um sintoma, encontrar um médico, ou pesquisar um farmacêutico (THOMAS 2006: 87).

A veiculação de informações na internet, tendo inegáveis benefícios, não é isenta de riscos. Começando por aqueles que são os principais perigos da internet, pode-se referir o "excesso de informação, com o potencial risco do utente se perder no meio da sobrecarga de dados disponível com a facilidade de acesso que a internet permite" (ESPANHA 2009: 78). Por outro lado, Maria do Rosário Dias alerta:

> muita informação disponível *online* é fornecida ou apoiada por indivíduos, ou pequenos grupos de interesse, que veiculam informação não validada pela via científica e que nem sempre tem em vista o interesse público, originando problemas de desinformação ou enviesamento que podem "metastizar-se" pela facilidade com que essa informação pode ser (re)encaminhada para outros membros da comunidade (DIAS 2005: 29).

Outros efeitos negativos da informação transmitida através da internet são: a dificuldade sentida pelo cidadão comum em perceber a credibilidade das fontes de informação; o contributo para uma ilusão de informação, que faz com que as pessoas se considerem documentadas sem, de facto, estarem; o recurso à automedicação devido à informação que encontram na internet, onde por vezes até podem comprar os medicamentos; o fomento de uma sociedade hipocondríaca, também chamado por alguns autores de "cibercondríaca", em que os indivíduos procuram causas para os sintomas, fazendo de imediato o diagnóstico e até apontando para a terapia mais adequada.

Apesar de todos os potenciais perigos, também devem ser destacadas, em contrapartida, as vantagens que podem ser proporcionadas pela divulgação de informação através da internet. Então, a internet permite "um maior nível de interatividade, o que poderá permitir ao utente pesquisas mais eficazes" (ESPANHA 2009: 78). Além disso, as pessoas partilham experiências, quebrando o isolamento e a falta de informação a que, por vezes, estão

sujeitas. A divulgação de associações de doentes e grupos de apoio a doentes e familiares também pode dar um contributo decisivo para a melhoria da condição física e psicológica de ambos. Nalguns casos, a facilidade de aceder a contactos de determinados médicos, instituições de saúde, entre outras informações úteis, é fundamental para uma mais célere procura dos cuidados de saúde adequados.

Havendo, então, na internet, uma procura acrescida de conhecimentos por parte do público leigo, "a necessidade de fontes de qualidade é cada vez mais crítica e acentuada" (DIAS 2005: 27). Esta obtenção de informação não é igual para todos os utilizadores: atenção passiva, procura passiva, procura activa e procura em decurso – são estes os quatro modelos de procura de informação na internet definidos por Wilson (*Cit. in* ESPANHA 2009: 77/78).

Trabalho de equipa

De modo a minimizar os riscos e potenciar os benefícios da utilização dos media como fonte de informação sobre saúde, urge um trabalho de equipa ou uma união de esforços. Por um lado, é primordial a especialização e formação dos jornalistas em Medicina, para que estes possam dar informação mais correta, rigorosa e útil e se tornem menos sujeitos a possíveis tentativas de manipulação. Há normas éticas que devem orientar o trabalho do jornalista da área de medicina: ter compaixão pelas pessoas envolvidas, evitar criar falsas esperanças e ser rigoroso ao noticiar, o que exige conhecimentos sobre ciência e medicina, incluindo as respetivas metodologias, preconiza Victor Cohn (*Cit. in* WILLIS e OKUNADE 1997: 186-188). Quanto aos media, estes devem assumir um papel de filtro da informação sobre saúde, transmitindo apenas a informação com qualidade e interesse e assumindo um papel de intermediários na relação entre médicos e a sociedade.

Por outro lado, os médicos devem estar preparados e disponíveis para lidarem com os media. Sobre o importante papel dos médicos no futuro da comunicação de saúde, Richard Thomas atesta:

> consoante os pacientes e utentes têm mais conhecimentos sobre informação, serviços e tecnologias de saúde, os profissionais de saúde vão precisar de cumprir o desafio de se tornarem melhores comunicadores e utilizadores mais efetivos das tecnologias da informação. Os profissionais de saúde precisam de um nível alto de aptidões interpessoais para interagirem com populações com diversos contextos culturais, linguísticos, educacionais e socioeconómicos. Além disso, também precisam de formação e experiência mais diretas em todas as formas de tecnologias informáticas e de telecomunicações. Além de usarem as tecnologias para procurarem informação, os pacientes e os consumidores querem utilizá-las para discutir preocupações relacionadas com a saúde e os profissionais de saúde têm que estar prontos para responder (THOMAS 2006: 185).

Finalmente, mas não menos importante, a sociedade deve desenvolver uma consciência crítica em relação à informação que recebe através dos media. Há necessidade de um esforço conjunto:

> a comunidade científica e os *mass media* deverão, pois, envidar esforços no sentido de uma colaboração conjunta e pró-ativa, para que o público leitor possa aceder a informação regular, precisa e atualizada sobre questões relacionadas com a saúde. Mas o público, se pretender ser consumidor crítico da informação que é disponibilizada, também tem trabalho a fazer: tem que compreender as mensagens comunicadas pelos media (DIAS 2005: 42).

4.3 A evolução da relação médico-doente

Como se pôde verificar nas secções anteriores, o cidadão comum está cada vez mais dotado de informação sobre saúde, que recebe, de forma passiva ou ativa, através dos vários meios de comunicação social e da internet. Nesta altura, cabe refletir sobre o impacto desta maior informação por parte do cidadão na relação entre este e o médico.

Como se verá, a tradicional relação de ascendência do médico sobre o paciente, fundada na autoridade inquestionável dos médicos, é agora mais equilibrada, pelo facto de o cidadão deter mais conhecimentos, o que lhe permite dialogar com o médico em maior pé de igualdade. No entanto, tal como será visto, nem sempre a relação médico-doente sai beneficiada desta maior informação por parte do cidadão. Por outro lado, os media que, idealmente, fazem parte desta cadeia informativa como intermediários ou facilitadores da relação médico-doente, nem sempre cumprem este papel.

Comunicação em Saúde

Para perceber a relação médico-doente, é essencial enquadrá-la na área mais abrangente da comunicação em saúde. Fazendo uma breve revisão da literatura produzida sobre comunicação em saúde, encontram-se várias reflexões e investigações sobre a importância da comunicação na prática médica. Por exemplo, José Luís Pio Abreu e Carlos Ribeiro afirmam: "a Medicina clínica é uma prática que decorre no âmbito da comunicação interpessoal. Ela assenta na semiologia médica, historicamente anterior à semiologia geral, e valoriza a relação médico-doente em detrimento da impessoalidade técnica" (ABREU e RIBEIRO, 1998: 7). "Por isso nos parece adequado repensar a atividade médica à luz das teorias actuais da comunicação" (ABREU e RIBEIRO, 1998: 7), deduzem os mesmos autores. Já para Pedro Silva, "a prática médica tem a sua base na comunicação. A recolha da história, a transmissão de informação sobre a prescrição ou o aconselhamento sobre estilos de vida e prevenção da doença, a referenciação, o trabalho em equipa, todas estas situações que são comuns no quotidiano do(a) médico(a)" (SILVA 2010: 505).

De acordo com Richard Thomas, "a comunicação em saúde engloba o estudo e uso de estratégias de comunicação para informar e influenciar conhecimentos, atitudes e práticas individuais e comunitárias relativas à saúde" (THOMAS 2006: 2). "Este campo representa a ligação entre os domínios da comunicação e da saúde e é cada vez mais reconhecido como um elemento necessário para melhorar a saúde pública e individual. A comunicação em saúde pode contribuir para todos os aspetos de prevenção da doença e pro-

moção da saúde" (THOMAS 2006: 2), esclarece. No entanto, a pesquisa tem ignorado várias áreas da comunicação em saúde, o que pode ter consequências negativas na qualidade dos serviços de saúde (*Cf.* THOMAS 2006:2). De facto, "as grandes desigualdades entre a qualidade desejada e a atingida nos cuidados de saúde pode ser causada por uma comunicação ineficaz entre os profissionais de saúde e os doentes e seus familiares, entre os próprios profissionais de saúde e entre as administrações das unidades de saúde e os médicos" (THOMAS 2006: 4).

A comunicação em saúde assume primordial importância no que respeita à ligação entre o médico e o paciente. Na verdade, a eficácia comunicativa do médico é apontada como sendo um fator decisivo para a confiança do paciente no clínico e consequente adesão às terapêuticas recomendadas. Os estudos que têm sido feitos em vários países revelam que ao avaliar a satisfação dos doentes face aos cuidados de saúde, destaca-se o apreço destes pela atitude dos médicos (interesse, amabilidade, entre outros), mais do que sabedoria, presença, eficiência, fama, conhecimentos ou habilidade (*Cf.* GUTIÉRREZ-FUENTES 2008: 14). Isto leva a depreender que o paciente vai à consulta não só à procura de uma cura para a sua doença, mas também, e de modo fundamental, alívio, consolo, compreensão e apoio (*Cf.* GUTIÉRREZ-FUENTES 2008: 14). Sendo assim, um acto clínico transcende a aplicação de informação científica, tendo uma importante dimensão interpessoal, pelo que será fundamental um esforço de comunicação que facilite a confiança do doente e a sua adesão aos conselhos e prescrições do clínico (*Cf.* GUTIÉRREZ-FUENTES 2008: 14). Aliás, "o estudo da adesão às terapêuticas veio sublinhar a importância da comunicação na relação médico(a)-doente" (SILVA 2010: 509).

Reportando-se à realidade portuguesa, João Rodrigues expõe algumas barreiras à comunicação entre o médico e o paciente: quando o médico dá a perceber ao doente que tem pouco tempo, está sempre a ser interrompido por telefone ou colegas ou quando não e empático; quando os utentes exigem do médico a prova de que não estão doentes através de exames e análises; a estrutura e as regras de funcionamento dos centros de saúde, nomea-

damente os entraves burocráticos e administrativos e as longas demoras para a marcação de consultas e também na sala de espera (*Cf.* RODRIGUES 2000). Também nos Estados Unidos, muitos pacientes reportam que não estão satisfeitos com a qualidade das suas interações com os profissionais de saúde e são evidentes falhas significativas na comunicação entre doentes e profissionais de saúde (THOMAS 2006: 7-8).

Cientes da importância da comunicação na prática clínica, várias correntes de pensamento na área do ensino médico têm defendido a inclusão de disciplinas dedicadas à comunicação médica no formação pré e pós-graduada em medicina, isto é, "a prática de competências de comunicação clínica é hoje internacionalmente aceite como componente essencial da aprendizagem da Medicina" (CARVALHO *et al.* 2010: 527). Tradicionalmente, o ensino de tais competências nos currículos realizava-se de modo informal, sem focar especificamente técnicas de comunicação, mas o crescente interesse pela comunicação no contexto da relação clínica conduziu à necessidade de tornar este tipo de aptidões parte do ensino. Embora seja considerada hoje aspeto fundamental da educação médica, a comunicação é, no entanto, uma área frequentemente difícil de integrar nos programas médicos (*Cf.* CARVALHO *et al.* 2010: 529). Desta feita, "a necessidade de formação em comunicação adequada à prática profissional dos médicos é inquestionável" (SILVA 2010: 512).

Mudanças na relação médico-doente

A relação entre médico e doente "é complexa e por vezes difícil, podendo ser até conflituosa" (SILVA 2010: 512). Esta interação, tradicionalmente pautada pela ascendência do médico sobre o paciente tem sido substituída por uma relação mais equilibrada dado que o cidadão comum está mais, mas nem sempre melhor, informado, através dos meios de comunicação social e da internet.

No que concerne ao modelo tradicional de relação médico-doente, em que o médico assume um papel preponderante, há vários investigadores que o criticam. Neste âmbito, Catarina Resende alude à "hierarquia na relação

médico-paciente", que consiste numa relação de poder com uma posição omnipotente do médico que sente o direito e o dever de impor a sua verdade, invadindo a autonomia do paciente, que deve submeter-se à tutela do médico de forma incondicional (*Cf.* RESENDE 2008). De igual modo, Katz refere que esta é "uma conversa sem sentido, uma pobre relação médico-paciente e um tratamento não eficaz" (KATZ 1989: 23). Além disso, "o que havia na medicina antiga persiste na contemporânea: a exigência na confiança cega, unilateral e silenciosa por parte do doente, por mais que atualmente se procure reverter tal quadro com a Bioética através do princípio de autonomia – direito do paciente ser informado e, juntamente com o médico, tomar suas decisões" (KATZ 1989: 25).

Quanto às alterações na relação médico-doente produzidas pelo maior conhecimento sobre saúde por parte do cidadão comum, são vários os investigadores que a assinalam. "Conhecimento é poder e o poder provoca mudanças nas relações. Os doentes veem disponibilizada cada vez mais informação, especialmente no domínio que até há pouco tempo se encontrava exclusivamente nas mãos dos profissionais de saúde, com reflexos inevitáveis ao nível da relação médico-doente" (DIAS 2005: 27), admite Maria do Rosário Dias. Por seu turno, Rita Espanha elucida: "em conjugação com outros meios, mais interativos e abrangentes, como é, objetivamente, o caso da internet, os conteúdos televisivos podem contribuir para o reforço do processo de autonomia individual na área da saúde" (ESPANHA 2009: 73). "O uso da internet por um público geral no âmbito da saúde é normalmente inscrito no seio da noção de 'paciente informado', que se desenvolveria através da aquisição de informação e o associado declínio da relação assimétrica entre o médico e o paciente" (ESPANHA 2009: 76), conclui.

Em relação à internet como fonte de informação sobre saúde, esta oferece a especificidade de propor uma variedade enorme de fontes e tipos de informação relacionada com a saúde, desde *sites* comerciais que vendem produtos de *fitness* até revistas científicas e médicas, revistas pelos pares, com artigos baseados em pesquisas científicas e notícias da área da medicina (*Cf.* ESPANHA 2009: 104). Como já foi visto anteriormente, esta comuni-

cação não está isenta de riscos, pois o cidadão não detém, normalmente, os conhecimentos necessários para assegurar a credibilidade, veracidade, rigor, segurança e aplicabilidade das informações veiculadas na internet. Seja como for, é possível ter a certeza que "da internet aos telemóveis, passando pelos media tradicionais, nomeadamente a televisão, o mediador tecnológico está cada vez mais presente no seio da transmissão da informação e da comunicação na área da saúde" (ESPANHA 2009: 111). Mais: "esta possibilidade de mediação tecnológica trouxe consigo uma reconfiguração da própria relação médico-paciente, levando a um novo modelo de interação entre estes sujeitos" (ESPANHA 2009: 111), constata Rita Espanha. A questão que coloca é a seguinte: "Estaremos perante modelos substitutos ou apenas complementares?" (ESPANHA 2009: 111). Tudo indica que serão complementares, mas com necessidade de adaptação de ambas as partes: médicos e pacientes.

Os media tradicionais e a internet intervêm na relação médico-doente, mas não podem nem devem ocupar o lugar do médico, pelos vários riscos inerentes já referidos. Na verdade, as investigações neste campo têm apontado para "a primazia das figuras tradicionais do médico e do farmacêutico enquanto fontes de informação" (ESPANHA 2009: 111). Um estudo realizado por Rita Espanha apura:

> os médicos são, assim, um elemento fundamental na própria ligação que os cidadãos desenvolvem com a informação disponível on-line, configurando-se como um ator dinâmico na relação paciente-médico, mas também na construção da autonomia por via da recolha e utilização da informação sobre saúde disponível nos diversos meios a que os indivíduos têm acesso (ESPANHA 2009: 115).

"A maior evolução no papel da informação no sistema de saúde e, em particular, na relação médico-paciente, prende-se com o enorme fluxo de informação médica ou de saúde com presença na internet, das mais diversas esferas e proveniências, produzida por especialistas, instituições, grupos de consumidores, etc." (ESPANHA 2009: 117), deduz a investigadora.

Em suma, a relação médico-doente já não se baseia apenas na interação entre o paciente e o profissional de saúde (*Cf.* ESPANHA 2009: 157). Tanto o médico como o paciente têm múltiplos contactos com os media, tecnologias e internet, relacionados com questões de saúde, e isto altera inexoravelmente, a relação entre ambos. Assim, preconiza-se uma dialética entre médicos, pacientes e media que possa contribuir para o melhor exercício da medicina, melhores cuidados de saúde e melhor jornalismo na área da saúde. Deste modo, médicos, pacientes e media têm que ser atores empenhados em mais e melhor comunicação de saúde.

4.4 A formação do jornalista na área médica

A questão da formação do jornalista – quer generalista, quer especializado na área da ciência – já foi escrutinada em momentos anteriores, por se considerar que é um aspeto preponderante e muitas vezes negligenciado nos estudos jornalísticos. Será agora a vez de analisar o que se diz e o que se faz em termos de formação jornalística na área da medicina. Para tal, começar-se-á por fazer uma breve abordagem à polémica que normalmente ronda a problemática da especialização do jornalista, seja qual for o domínio da mesma. Em seguida, passar-se-á ao caso concreto da especialização na área da medicina, explorando os seus objetivos e as competências que desenvolve no jornalista. Finalmente, ver-se-á de que forma se processa a formação nesta área, as suas vantagens e as lacunas que existem a este nível.

A importância da especialização do jornalista é um problema discutido em relação a várias áreas, pois: "o jornalista é, por natureza, um generalista, mas um jornalismo de qualidade, exigente e rigoroso na descrição dos factos, precisa de um bom número de especialistas – em economia, em ciência, em saúde, em leis – capazes de compreenderem o que sucede e narrá-lo aos outros" (CEBRIÁN 1998: 21). A situação é esta:

> na nova sociedade exige-se um outro tipo de jornalista, que baseia a sua atuação numa preparação específica, baseada na contextualização, na interpretação ampla e social de acontecimentos específicos e especializados nos quais o jornalista deve saber orientar-se (MORAL 2003: 45).

Há uma questão central: "uma inadequada ou deficiente formação profissional é um excelente campo de cultivo para a manipulação" (RABANILLO 2003: 136). Serafín Chimeno Rabanillo propõe que a formação académica dos profissionais que se dedicam à informação jornalística tenha dois níveis:

> a formação geral, destinada a qualificar no complexo mundo das técnicas e das teorias com a comunicação e a formação especializada, pela qual se adequariam tais profissionais a cobrir com critérios de rigor científico a informação relacionada com uma parcela real do saber, adaptando-a de forma correta à capacidade de compreensão, expectativas e necessidades reais do bloco de público destinatário da publicação em que trabalha (RABANILLO 2003: 136).

O investigador faz uma interessante distinção entre jornalista 'especializado' e jornalista 'monográfico', explicando que o primeiro tem uma formação específica em determinada área, enquanto o segundo trabalha baseado unicamente na experiência adquirida na cobertura noticiosa de determinado tema (RABANILLO 2003: 137).

Vários pesquisadores defendem a necessidade de especialização dos jornalistas que se dedicam à cobertura de temas relacionados com a medicina, isto é, "para fazer um trabalho realmente competente é necessário mais do que faro jornalístico. Um repórter científico deve estar suficientemente alerta – subentendendo-se assim um conhecimento de base da Ciência 'pura', da tecnologia e da medicina – para fazer perguntas inteligentes e para compreender as ideias em debate" (KRIEGHBAUM 1970: 22). Também Ragnar Levi defende a especialização do jornalista na área da medicina: "a manutenção de padrões elevados de jornalismo médico requer conhecimentos e habilidades específicos" (LEVI 2001: XIII). "Dos jornalistas não especializados não se pode esperar discernimento suficiente para colocar questões de sondagem, analisar as fontes minuciosamente, à procura de conflitos de interesse, distinguir notícias e modismos ou construir as suas histórias com muito significado" (LEVI 2001: XIII), explica. Todavia, outros autores

defendem outro ponto de vista, segundo o qual o aspeto fundamental "é a formação jornalística, as competências e as habilidades" (HANSEN 1994: 113-114).

Que competências deve ter o jornalista na área da medicina? As respostas a esta pergunta são várias. Entre os requisitos exigidos ao jornalista especializado em saúde estão os seguintes: conhecimentos de ciência médica, história da medicina, legislação médica, normas sanitárias, entre outras; sensibilidade para informações relacionadas com a saúde; formação pluridisciplinar que abarque os principais aspetos da saúde (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 199: 270). Por outro lado, numa visão mais abrangente da medicina como ciência, Hillier Krieghbaum considera serem fundamentais dois tipos de preparações: "compreender a ciência – seu vocabulário, técnicas e princípios – e mostrar habilidades nas comunicações, que frequentemente devem ser superiores às exigidas noutras áreas" (KRIEGHBAUM 1970: 88). São necessários conhecimentos básicos suficientes sobre ciência para fazer perguntas inteligentes e compreender as respostas, bem como grande competência ao escrever as informações recebidas para que elas atraiam o público não cientista (*Cf.* KRIEGHBAUM 1970: 235).

O impacto da formação especializada na qualidade do jornalismo na área da saúde preocupa vários autores. O problema está identificado: "poucos são os jornalistas que têm o nível de especialização suficiente para julgar da importância das notícias que produzem" (DIAS 2005: 33). Neste sentido, Andrea Tanner alerta para a "falta de formação na área por parte dos repórteres. De facto, muitos jornalistas cobrem histórias de saúde, mas são muito dependentes das fontes de saúde para apresentarem explicações" (TANNER 2004: 360). De igual modo, Kris Wilson, que realizou uma pesquisa acerca dos conhecimentos dos jornalistas sobre as alterações climáticas, concluiu o seguinte: "os repórteres de ciência, a tempo inteiro, têm, estatisticamente, um conhecimento mais preciso sobre as mudanças de clima" (WILSON 2000: 10).

"Um repórter científico deve ter um conhecimento das bases da ciência 'pura', da tecnologia e da medicina para fazer perguntas inteligentes e compreender as ideias em debate" (ERBOLATO 1981: 46). Na mesma linha de pensamento, Ragnar Levi garante: "os jornalistas de ciência precisarão de, pelo menos, perceber os métodos científicos e os problemas associados aos pedidos de benefícios e riscos. A familiaridade básica, com armadilhas na ciência, permitirá aos jornalistas fazerem perguntas críticas" (LEVI 2001: 34). As vantagens da especialização dos jornalistas está acima de quaisquer inconvenientes: "os jornalistas especializados têm necessidade de reconhecer o risco, de ficar muito 'acolhedores' com as suas fontes, sabendo que precisam de manter a distância profissional. No entanto, esta é uma pobre desculpa por se ter subestimado o valor das competências e da experiência" (LEVI 2001: 34). "A vantagem de se ter um conhecimento suficiente num campo complexo como o da Medicina para se dizer verdades, meias-verdades ou mentiras supera os potenciais inconvenientes" (LEVI 2001: 5), remata.

Apesar da manifesta necessidade de formação especializada para os jornalistas da área médica, há lacunas na oferta educativa a este nível. Aliás, como já se viu anteriormente, isto acontece com outras áreas científicas, havendo uma falha internacional e generalizada na formação especializada em ciência para os jornalistas. Tal sucede em Portugal, na maioria dos países europeus, em menor ou maior escala, mas também nos Estados Unidos, onde "grande parte das notícias sobre Medicina são contadas por jornalistas sem qualquer especialização ou conhecimento em questões de saúde. Eles não são jornalistas de Ciência ou especializados em Medicina" (LEVI 2001: 5). Este aspeto é relativizado por Barbara Gastel, que considera que a própria experiência do jornalista de medicina no quotidiano propicia a formação contínua, sendo esta uma área em que se está sempre a aprender (*Cf.* GASTEL 1998: 203). Apesar de tudo, em determinados intervalos temporais ou locais, ocorre um florescimento desta área, o que se reflete, depois, nos meios profissionais. De facto, devido à popularidade das notícias médicas, muitas redações aumentaram o número de jornalistas na área médica, por

exemplo na revista *Time* (*Cf.* WILLIS e OKUNADE 1997: 55). Nos últimos anos, principalmente devido à crise económica mundial, a aposta na formação e na contratação de jornalistas especializados na área da medicina têm sido raras exceções.

4.5 O caso de Portugal

A esta altura, será analisada com maior detalhe a situação concreta de Portugal em relação a algumas das questões abordadas neste capítulo. Em primeiro lugar, ver-se-á até que ponto a medicina ocupa um lugar de destaque na agenda mediática. Por outro lado, tentar-se-á perceber como é que, neste país, a transmissão de informação sobre saúde através dos media e da internet está a afetar as atitudes e a relação entre os cidadãos e os profissionais de saúde. Finalmente, quanto à formação do jornalista em ciência e medicina, procurar-se-á saber se o país acompanha as tendências internacionais a este nível.

A medicina nos media portugueses

Para traçar um panorama da mediatização da medicina em Portugal, realizou-se um estudo descritivo neste domínio. A observação foi realizada em Janeiro de 2011, tendo como objetivo fornecer dados concretos sobre a presença da medicina nos media em Portugal. Note-se que esta análise não tem pretensões de ser exaustiva, mas apenas ser ilustrativa da realidade portuguesa. Em relação aos jornais, além da presença muito frequente da temática da medicina nas suas páginas, é assinalável a variedade de secções em que esta se insere (Tabela 1).

Tabela 1 - Medicina na imprensa portuguesa: jornais diários e semanários

Meio de comunicação	Periodicidade	Secção
Público	Diário	Ciências
		Sociedade
Jornal de Notícias	Diário	Nacional
		Sociedade
Diário de Notícias	Diário	Secção Ciência, Subsecção Saúde

Jornal i	Diário	Secção Mundo, Subsecção Ciência
		Portugal
Expresso	Semanário	Actualidade
		Secção Lifestyle, Subsecção Comportamento
		Secção Lifestyle, Subsecção Família
		Tecnologia e Ciência
Sol	Semanário	Sociedade
		Vida

Em relação às revistas, é notória a presença dos assuntos relativos à saúde em vários tipos de publicações. Além disso, sobressai a existência de um grande número de revistas especializadas na divulgação de temas de saúde para o público em geral (Tabela 2).

Tabela 2 - Medicina na imprensa portuguesa: revistas

Meio	**Tipologia**	**Secções**
Quero Saber	Divulgação científica	Ciência, Tecnologia, Olhar Global
Super Interessante	Divulgação científica	Saúde, Ciência, Comportamento, Corpo, Mente
Happy Woman	Feminina	Várias ligadas à Saúde
Activa	Feminina	Várias ligadas à Saúde
Luxury & Glamour	Feminina	Várias ligadas à Saúde
Saúde da Mulher	Saúde Feminina	Várias
Style Moda Saúde e Beleza	Saúde e Moda Feminina	Várias ligadas à Saúde
Prevenir	Específica Saúde	Várias
Flor de Lótus	Específica Saúde	Várias
Viva a Vida	Específica Saúde	Várias
Saber Viver	Específica Saúde	Várias

Saúde Actual	Específica Saúde	Várias
Saúde Oral	Específica Saúde	Várias
Vida Saudável	Específica Saúde	Várias
Saúde e Bem-estar	Específica Saúde	Várias
Zen	Específica Saúde	Várias
Almanaque Prático de Saúde	Específica Saúde	Várias
Saúde e Lar	Saúde Familiar	Várias
A Nossa Gravidez	Saúde na Gravidez	Várias
Bebé d'Hoje	Saúde Infantil	Várias
Bebé Saúde	Saúde Infantil	Várias
Coisas de Criança	Revistas para Pais	Várias ligadas à Saúde
Mãe Ideal	Revistas para Pais	Várias ligadas à Saúde
Pais & Filhos	Revistas para Pais	Várias ligadas à Saúde
Super Bebés	Revistas para Pais	Várias ligadas à Saúde

Observem-se agora, na Tabela 3, os dados relativos à televisão portuguesa, para verificar que a saúde é um tema transversal a vários tipos canais e de programas televisivos, havendo mesmo alguns especificamente dedicados à Medicina. Acrescente-se a estes dados o resultado de um estudo aprofundado de Rita Espanha a este nível, em que esta afere a diversidade de formatos de programas dedicados à comunicação em saúde na televisão portuguesa: notícias, programas especializados, campanhas de saúde pública, séries de ficção sobre saúde e ambientes hospitalares, telenovelas (temática inserida no enredo), séries de ficção não especializadas (temática inserida no enredo (*Cf.* ESPANHA 2009: 49). De facto, as séries centradas em médicos e hospitais têm atingido nos últimos anos um grande êxito a nível internacional e Portugal não é exceção. Assim o provam o sucesso em terras lusas de séries

televisivas como Serviço de Urgência, Anatomia de Grey e Dr. House, entre muitas outras. Não se pense, porém, que por serem ficção são inócuas, pois "a ficção televisiva pode representar um papel muito significativo na construção das representações sobre a 'nossa' saúde" (ESPANHA 2009: 49).

Tabela 3 - Medicina na televisão portuguesa

Canal televisivo	**Tipologia**	**Programas**
SIC	Generalista	Entretenimento: "Boa Tarde", secção "Novidades"
TVI	Generalista	Entretenimento: "A Tarde é sua", vários temas, entre eles Saúde
RTP 1	Generalista	Magazine: "Salvador"
		Ficção Nacional-Saúde: "Maternidade"
		Informação: "Linha da Frente"
		Saúde: "Saber Saúde"
		Debate: "Prós e Contras"
		Informação: "O meu telejornal", secção "Saúde"
		Ciência: "Com Ciência", subsecção "Ciência" e "Ciências da Vida"
RTP 2	Generalista	Informação: "Sociedade Civil"
		Magazine: "Consigo"
		Saúde: "Haja Saúde"
Porto Canal	Generalista Regional	Saúde: "Consultório"
SIC Notícias	Notícias	Informação: "Falar Global"
		Saúde: "Vencer o Cancro"
		Programa "Plano inclinado"
		Debate: "Opinião Pública"
		Informação: "Histórias do Mundo"

TVI 24	Notícias	Saúde: "Consultório"
		Divulgação científica: "Tecnologia"
		Divulgação científica: "Acredite se Quiser"
SIC Mulher	Feminino	Entretenimento: "Mais Mulher", vários temas, entre eles saúde
		Saúde: "Amor sem limites"
		Entretenimento: "Entre Nós", vários temas, entre eles saúde

Relativamente à internet, destaca-se uma infinidade de conteúdos produzidos por empresas responsáveis pela comercialização de bens ou serviços na área da saúde. Por outro lado, os meios jornalísticos impressos ou televisivos possuem, geralmente, uma edição *online* apelativa. Existem ainda numerosos sítios *online* dedicados aos médicos e profissionais de saúde, mas sobre este público-alvo em concreto, falar-se-á num capítulo mais adiante. Além disso, quanto a conteúdos acessíveis ao público em geral, sobressaem sítios da autoria de diversas entidades: empresas da indústria farmacêutica; entidades públicas na área da saúde; editoras que mesclam, por vezes de forma pouco clara, conteúdos editoriais, científicos e publicitários.

É de acrescentar também que 84,5% das pessoas que pesquisam informação médica na internet em Portugal, fazem-no através de motor de busca por valorizarem a rapidez e facilidade (*Cf.* ESPANHA 2009: 103). Mais:

> a grande maioria das pesquisas feitas na área da saúde, são realizadas diretamente, e não a partir de escolhas e seleções feitas por outros mediadores comunicacionais, não existindo assim uma intermediação entre o utente e a informação propriamente dita, de carácter personalizado, seja por profissionais de saúde, sejam jornalistas, sejam pessoas próximas (ESPANHA 2009: 104).

Além disso, um dado muito relevante é que 19,6% dos portugueses que acedem à internet a nível particular fazem-no em busca de informação sobre saúde (*Cf.* ESPANHA 2009: 101). Por outro lado, uma grande maioria dos portugueses que pesquisa informação médica e de saúde utiliza a internet para ter acesso a mais informação sobre si próprio e para outras pessoas (*Cf.* ESPANHA 2009: 103). Tudo isto demonstra, por parte dos portugueses, grande autonomia e interesse na pesquisa de informação sobre saúde, o que trará, como se deduz, tanto de benéfico como de perigoso.

Estes comportamentos reconfiguram a relação médico-paciente, o que será sentido pelos médicos, já que destes, "cerca de 44% revelaram que 'alguns' dos seus pacientes discutem ou partilham a informação sobre saúde que consultam na internet" (ESPANHA 2009: 139). Deste modo, deduz-se que "ocorrem índices já consideráveis de discussão/ partilha entre médico e paciente, com origem nestes últimos, no que se refere a informação sobre saúde disponível na internet" (ESPANHA 2009: 139). Com isto, há "uma mudança em curso na relação entre médico e utente no campo da informação" (ESPANHA 2009: 139). Quando os clínicos são questionados sobre o efeito da consulta de informação sobre saúde na internet na relação médico-doente, "37,4% considera que melhora algo, 34,8% diz que melhora pouco e 17,7% que nada melhora, para apenas 5,1% com a opinião de que melhora muito" (ESPANHA 2009: 142).

Finalizando, em Portugal, constata-se a importância da medicina como tema jornalístico e a sua presença nos mais diversos suportes e formatos mediáticos. Isto assume grande importância, sabendo que toda a informação que é transmitida à sociedade portuguesa através dos media afeta o comportamento dos médicos, dos pacientes e a relação entre as duas partes.

Formação dos jornalistas em ciência e/ ou medicina em Portugal

Antes de abordar o caso particular da medicina, observe-se o que se passa no âmbito mais abrangente da formação dos jornalistas em ciência. De acordo com a descrição que António Granado e José Malheiros fazem da realidade portuguesa, "a maioria dos jornalistas não possui qualquer tipo

de formação específica no tratamento de assuntos de ciência e tecnologia ou qualquer outro campo do jornalismo" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 21). "Tendo em conta que um jornalista de ciência é sempre um 'generalista' dentro desta especialidade é fácil ver que nenhuma formação académica lhe poderia dar um *background* científico em todas estas áreas" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 23), pelo que não advogam uma formação de base em determinada ciência.

Ainda acerca da situação portuguesa ao nível da especialização dos jornalistas em ciência, os mesmos autores dão conta, no ano 2001: "o interesse por um tema não significa que o jornalista passe a escrever exclusivamente sobre ele, o que explica o facto da maioria dos órgãos de comunicação social portugueses não possuir qualquer jornalista no quadro que se debruce em exclusivo sobre assuntos de Ciência" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 21). "Apesar de serem ainda muito poucos, existem em Portugal jornalistas que se dedicam exclusivamente à elaboração de notícias sobre ciência e tecnologia" (GRANADO e MALHEIROS 2001: 22), ressalvam.

Atualmente em Portugal, constata-se que apenas quatro locais dão alguma formação em jornalismo na área da ciência: o CENJOR – Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas, a Universidade de Aveiro, a Universidade Lusófona e o Instituto Superior de Ciências da Saúde do Norte. No caso do CENJOR, o curso de especialização em Jornalismo de Ciência dura cerca de dois meses e destina-se principalmente a jornalistas profissionais que pretendam especializar-se nesta área. Porém, não se realiza numa base regular, estando prevista a realização de um curso anualmente, o que nem sempre sucede. Quanto à Universidade de Aveiro, esta formação assume a forma de um curso de Mestrado em Comunicação e Educação da Ciência, tendo como público-alvo professores, jornalistas e outros comunicadores da ciência. Uma das peculiaridades é que permite algumas especializações, nomeadamente por área científica, que poderá ser a saúde. Já a Universidade Lusófona contém uma disciplina específica de Jornalismo de Ciência no âmbito do curso de licenciatura em Comunicação e Jornalismo. Criada em 2004, esta foi a primeira disciplina universitária dedicada a este tema, sen-

do que continua a ser a única do género em Portugal. Por último, refira-se a primeira edição, em 2011, da Pós-Graduação em Jornalismo Científico pelo Instituto Superior de Ciências da Saúde do Norte, dirigida a jornalistas e outros profissionais ou estudantes da área da comunicação.

Quanto à formação específica do jornalista nos temas relacionados com a medicina, "útil seria introduzir a discussão de questões médicas nos estágios para profissionais de jornalismo"(NIZA 1989: 10). José Niza acredita que "é útil e desejável encorajar a formação de associações nacionais de jornalistas especializados em assuntos médicos" (NIZA 1989: 10). Ao mesmo tempo, "uma maior qualidade de informação no tocante às questões de saúde pode ser alcançada com a realização de seminários, o estabelecimento de diretrizes e a compilação de material de referência terminológica, no campo da medicina, para uso dos jornalistas" (NIZA 1989: 10). Mas o que se passa atualmente em Portugal? Em primeiro lugar, pode destacar-se o Curso de Pós-Graduação de Jornalismo em Medicina e Saúde, decorrido em 2005 na Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra. Este foi organizado em colaboração com o Sindicato dos Jornalistas e o Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR) e destinou-se a jornalistas. A investigação realizada também permitiu descobrir a existência do Mestrado em Comunicação em Saúde, organizado pelo Departamento de Ciências Sociais e de Gestão da Universidade Aberta. Esta formação foi pioneira em Portugal e realizou no biénio 2010/2012 a sua oitava edição. No entanto, embora possa ser realizada jornalistas, tem um cariz muito abrangente, sendo vocacionada para quaisquer profissionais da área das ciências da saúde, humanas ou sociais.

Parte II

A Medicina, a Indústria Farmacêutica e a Imprensa Médica em Portugal

Capítulo 5

A MEDICINA EM PORTUGAL: ASPETOS ECONÓMICOS, POLÍTICOS, PROFISSIONAIS E SOCIAIS

Neste capítulo, traçar-se-á um retrato da medicina em Portugal, recuando um pouco até à sua História recente, para melhor compreender a atualidade. Esta abordagem passará, em primeiro lugar, por um panorama das políticas da saúde nacionais. Seguidamente, será analisada a dimensão económica da medicina no país, tanto do ponto vista público, como ao nível do sector privado. Também serão caracterizados os profissionais ligados à área da saúde, com particular destaque para a classe médica. Para terminar, será destacada a importância da medicina na sociedade portuguesa.

5.1 A dimensão política e económica da medicina

Neste ponto, começar-se-á por fazer uma breve retrospetiva e estado atual das políticas de saúde em Portugal. O lado económico da questão é determinante, pelo que será visto o seu impacto ao nível dos sectores público e privado. Também será descrita a envolvência de vários profissionais no trabalho na área da saúde, entre médicos, enfermeiros e outros técnicos especializados. Finalmente, examinar-se-á o problema da formação dos profissionais de saúde em Portugal, pois tem fortes componentes políticas e económicas que merecem ser esmiuçadas.

Políticas da Saúde em Portugal

Atualmente, vigoram em Portugal o Estatuto do Serviço Nacional de Saúde (Lei nº 22/93, de 15 de Janeiro) e a Lei de Bases de Saúde, aprovada pela Lei n.º 48/90, de 24 de Agosto, com as alterações introduzidas pela Lei

n.º 27/2002, de 8 de Novembro. De acordo com esta legislação, a política de saúde tem âmbito nacional e a promoção da saúde e a prevenção da doença fazem parte das prioridades no planeamento das atividades do Estado, sendo objetivo fundamental obter a igualdade dos cidadãos no acesso aos cuidados de saúde, seja qual for a sua condição económica e onde quer que vivam, bem como garantir a equidade na distribuição de recursos e na utilização de serviços.

Recuando algumas décadas, sobressai o ano de 1963, durante o qual a Lei n.º 2120, de 19 de Julho de 1963, promulga as bases da política de saúde e assistência. Antes de 1974, a saúde em Portugal era "constituída por várias vias sobrepostas (misericórdias, instituições centenárias de solidariedade social, serviços médico-sociais, serviços de saúde pública, hospitais estatais, gerais e especializados e serviços privados" (BAGANHA *et al.* 2002: 2). Já na década de setenta do século XX, dá-se a criação das maiores reformas no sistema de saúde português, sendo que o principal objetivo foi a diminuição das barreiras ao acesso de cuidados médicos. Neste sentido, o Decreto-Lei nº 413/71, de 27 de Setembro reconhece o direito à saúde de todos os cidadãos. Além disso, a organização completa do Ministério da Saúde e de Assistência surge nesse mesmo decreto (*Cf.* BAGANHA *et al.* 2002: 3).

Jorge Simões e Ana Dias definem seis fases nas políticas de saúde em Portugal até 2009. Uma primeira fase, após a revolução de 25 de Abril 1974 até ao final da década de 70, "pode ser designada de fase otimista e de consolidação normativa do Serviço Nacional de Saúde" (SIMÕES e DIAS 2009: 7). Nesta altura,

> o artigo 64º da Constituição consagrava o direito à proteção da saúde através da "criação de um serviço nacional de saúde universal, geral e gratuito" e estabelecia ao Estado a obrigação de "orientar a sua ação para a socialização da medicina e dos sectores médico-medicamentosos". A Lei do Serviço Nacional de Saúde, de 1979, representou o primeiro modelo político de regulamentação do artigo 64º da Constituição (SIMÕES e DIAS 2009: 7).

O início da década de 80 corresponde, segundo estes autores, à segunda fase: "uma época de recuo dos princípios socialistas, em que, de uma forma mais consistente e determinada, do ponto de vista ideológico e da sustentabilidade financeira do sistema de saúde, se colocou a possibilidade de se desenvolver uma alternativa ao SNS" (SIMÕES e DIAS 2009: 7).

A terceira fase, de 1985 a 1995, é considerada de aproximação ao mercado, com quatro estratégias, constantes da Lei de Bases da Saúde (1990) e do Estatuto do Serviço Nacional de Saúde (1993): a regionalização administrativa através das administrações regionais de saúde; a privatização de alguns sectores, promovendo o sector privado e permitindo a gestão privada de unidades públicas; a concessão de incentivos à opção por seguros privados de saúde e a articulação de cuidados, com a criação de unidades de saúde agrupando hospitais e centros de saúde da mesma região (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 7).

De 1995 a 2002 há uma quarta fase, em que se verifica o retomar ideológico do SNS, com o abandono doutrinal do princípio de "mais mercado" no sistema de saúde. Há três intervenções consideradas mais significativas: o incentivo a maior produtividade e satisfação dos clínicos gerais, através de um novo regime remuneratório experimental; a maior desconcentração no planeamento e controlo das unidades de saúde; a gestão hospitalar com regras privadas na gestão de recursos humanos e na aquisição de bens e de serviços, mas mantendo, o hospital, estatuto e gestão públicos (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 8).

Já a quinta fase, entre 2002 e 2005, pautou-se pela procura da eficiência, preconizando-se um sistema misto assente numa ideia de complementaridade entre o sector público, o sector social e o sector privado, através da articulação das redes de cuidados primários, diferenciados e continuados, sem que o SNS se constituísse como referência preferencial (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 8). O novo regime jurídico da gestão hospitalar é publicado em 2002, procedendo à alteração da Lei de Bases da Saúde e é publicado o diploma que define os princípios e os instrumentos para o estabelecimen-

to de parcerias em saúde, em regime de gestão e financiamento privados. Em 2003, é criada a Entidade Reguladora da Saúde e divulga-se o Plano Nacional de Saúde 2004-2010 que obteve um significativo consenso na sociedade portuguesa (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 8-9).

Finalmente, a sexta fase corresponde ao período entre 2005 e 2009, tempo em que se "procura uma combinação entre a manutenção da referência ideológica do SNS e ganhos de eficiência no âmbito do próprio SNS" (SIMÕES e DIAS 2009: 9). Nesta fase, em que tomou posse o XVII Governo Constitucional, os centros de saúde voltaram a ocupar lugar de destaque; foi adotado um novo estatuto legal para os hospitais públicos; houve uma redefinição da oferta de serviços hospitalares do SNS; no âmbito dos cuidados de saúde primários, foram criadas as unidades de saúde familiar e foi criada a Rede Nacional de Cuidados Integrados (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 9).

Seguiu-se o Programa do XVIII Governo Constitucional para a Saúde, 2009-2013 (entretanto interrompido em 2011 pelas eleições legislativas antecipadas), intitulado "Saúde: um valor para todos". Neste plano, estavam previstas como principais medidas na área da Saúde: a consolidação da reforma dos cuidados de saúde primários, a antecipação do prazo para a concretização da rede nacional de cuidados continuados integrados e a forte dinamização da promoção de saúde, através de importantes medidas que serão integradas no novo Plano Nacional de Saúde 2010-2016. A política de saúde foi apresentada em torno de três tópicos: mais saúde, reforçar o sistema de saúde e um SNS sustentável e bem gerido. De acordo com o Ministério da Saúde, os programas nacionais prioritários são: as doenças oncológicas, as doenças cardiovasculares, a saúde mental e a infeção VIH/sida. Também há vários outros programas nacionais, não prioritários, cuja coordenação da implementação compete à Direcção-Geral da Saúde. Segundo o Ministério da Saúde, estes estão entre os principais instrumentos para a aplicação do Plano Nacional de Saúde, tendo carácter nacional e tradução a nível regional e local. Além disso, devem ser executados por todos os intervenientes no sistema de saúde, incluindo os cidadãos. Entre os quarenta programas es-

tão, por exemplo: a Saúde Reprodutiva, a Promoção da Saúde em Crianças e Jovens, a Promoção da Saúde Oral, a Saúde Escolar, a Saúde das Pessoas Idosas e a Vacinação.

Relativamente às tendências das políticas da saúde a nível internacional, as opções tendem a ter em conta o envelhecimento da população e a dirigirem-se não só à prestação de cuidados de saúde, mas também à prevenção da doença, promoção da saúde e ao exercício da influência sobre outros sectores cuja atividade tem impacto na saúde das populações (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 9-10). Além disso, "o combate às desigualdades na saúde é outro dos eixos prioritários nas políticas de saúde europeias." (*Cf.* SIMÕES e DIAS 2009: 10).

Economia da saúde

Em Portugal, de acordo com a Lei de Bases do Sistema de Saúde, o Serviço Nacional de Saúde (SNS) é financiado através do Orçamento de Estado, do qual sai uma importante quantia para este sector. Com o objetivo de completar as medidas reguladoras do uso dos serviços de saúde, são cobradas taxas moderadoras, que constituem também receita do Serviço Nacional de Saúde. Normalmente, das taxas referidas são isentos os grupos populacionais sujeitos a maiores riscos e os financeiramente mais desfavorecidos, mas, com o agravamento da crise económica nacional, as isenções são cada vez mais restritas. A preocupação com as questões económicas está cada vez mais evidente na gestão dos hospitais e centros de saúde, que assume, cada vez mais, as regras de uma gestão empresarial.

Neste contexto, vão surgindo cada vez mais hospitais-empresa em Portugal, que assumem a designação de Hospitais EPE, isto é, Entidades Públicas Empresariais. Estas unidades possuem um modelo organizativo, económico-financeiro e cultural centrado no utente e assente na eficiência de gestão. A gestão por objetivos, bem como a introdução da lógica de apresentação de resultados, constituem importantes instrumentos indutores de eficiência. Na prática, os hospitais EPE passam de uma cultura de orçamento anual baseado em custos históricos, para uma cultura de performance baseada

na otimização da gestão. A principal fonte de receitas dos hospitais EPE é gerada pelo Serviço Nacional de Saúde, que contrata produção a cada hospital por linha de atividade. As linhas de atividade consideradas são: as altas de internamento, as consultas externas, as sessões de hospital de dia e os episódios de urgência. Em média, o SNS é responsável por cerca de 80% das receitas anuais dos hospitais empresa. A restante base de receitas é assegurada pelos subsistemas de saúde, empresas seguradoras e privados.

Acerca dos subsistemas de saúde, estes constituem um seguro social de saúde especial para determinadas profissões, sendo "de grande importância no sistema de saúde português – pelo número de pessoas que cobrem (aproximadamente 25% da população portuguesa), pela sua diversidade e pelos ensinamentos que a sua experiência específica pode trazer à governação da saúde" (OPSS 2003). Os subsistemas de saúde existentes em Portugal abrangem, por exemplo, os profissionais da PSP, da PT e dos CTT, havendo alguns com maior dimensão, como é caso da ADSE (para funcionários e agentes da administração pública), da ADM (para os militares), do SAMS (para os bancários) e dos SSCGD (serviços sociais da Caixa Geral de Depósitos).

Relativamente aos seguros de saúde, para os quais a lei portuguesa fixa incentivos ao seu estabelecimento, estes tiveram um crescimento exponencial na última década. De facto, são vários os seguros de saúde existentes, pertencendo quer a grupos bancários, quer a companhias de seguros. Atualmente, em Portugal, existem, essencialmente, dois tipos de seguros de saúde: uns permitem ao cidadão escolher o médico ou serviço de saúde, reembolsando posteriormente parte do valor gasto; outros limitam o utente à escolha de um prestador de cuidados de saúde associado, mas o custo da consulta ou outro ato clínico é imediatamente inferior. Em relação a estes últimos, os seguros de saúde especializados que se destacam, por terem uma vasta rede de prestadores de cuidados de saúde como parceiros, são: a *Médis*, a *Advance Care* e a *Multicare*.

Além das situações anteriores, o Estado pode celebrar convenções com médicos e outros profissionais de saúde ou casas de saúde, clínicas ou hospitais privados, quer a nível de cuidados de saúde primários, quer a nível de cuidados diferenciados. Por outro lado, seguindo o que está estipulado legalmente, o Estado também apoia o desenvolvimento do sector privado de prestação de cuidados de saúde, em função das vantagens sociais decorrentes das iniciativas em causa e em concorrência com o sector público. Aqui incluem-se as instituições particulares de solidariedade social com objetivos específicos de saúde, intervindo na ação comum a favor da saúde coletiva e dos indivíduos, bem como as organizações privadas com objetivos de saúde e fins lucrativos. Desde os finais da década de 90 do século XX, os hospitais privados têm ganho uma dimensão crescente em Portugal. Na verdade, desde essa altura, o sector da Banca direciona-se para a área da saúde. Podem dar-se alguns exemplos: a *Caixa Geral de Depósitos* investiu nos *Hospitais Privados de Portugal*; o *Grupo José de Mello Saúde* passou a deter várias unidades de saúde, como é o caso dos hospitais, clínicas e instituto da *CUF* e o *Grupo Espírito Santo Saúde* está por detrás da *Clipóvoa*, do *Hospital da Arrábida*, do *Hospital da Luz*, entre outras.

Atualmente, e desde há alguns anos a esta parte, surgem muitas críticas, oriundas de profissionais do sector da saúde, da classe política e da sociedade em geral, acerca do discurso economicista nesta área. Na mira das críticas estão as medidas baseadas, essencialmente, em motivos económicos. Assim, são consideradas perniciosas as pressões junto dos profissionais de saúde para a racionalização dos recursos e o aumento da eficiência e a produtividade, bem como os encerramentos de maternidades, urgências, hospitais e centros de saúde. Apesar de todas as manifestações de desacordo, é inegável que o sector da saúde tem um elevadíssimo custo económico e que a racionalização dos meios parece ser a única saída viável para a continuidade do serviço nacional de saúde.

Os profissionais de saúde

A medicina em Portugal envolve uma grande variedade e quantidade de profissionais. Para além dos médicos, que serão analisados em detalhe, mais adiante, trabalham no sector da saúde diversos profissionais com formação universitária, técnica e especializada. É o caso dos enfermeiros, farmacêuticos, fisioterapeutas, psicólogos clínicos, podologistas, técnicos de análises clínicas, técnicos de imagiologia e radiologia, entre outros.

Em termos quantitativos, há alguns dados que merecem destaque. Um deles é que, de 1970 a 1994, houve um acréscimo de efetivos no SNS na ordem dos 127% (*Cf.* BAGANHA *et al.*. 2002: 12). Mais especificamente, no período de 1985 a 1999, o número de efetivos do SNS, na sua totalidade, cresceu 36,6%. Por grupos profissionais, o pessoal médico cresceu 32%, o pessoal de enfermagem 60,9% e os técnicos de diagnóstico e de terapêutica 74,8% (*Cf.* MARTINS *et al.* 2003: 4). Assim, verifica-se que, durante este período, os maiores acréscimos ocorrem na área da enfermagem e do pessoal técnico de diagnóstico e terapêutica.

Outro dado interessante é que, de finais da década de oitenta até à década de noventa do século XX, existiu uma evolução positiva dos recursos humanos no sentido de uma presença crescente das mulheres no SNS (*Cf.* BAGANHA *et al.* 2002: 12). Também é de realçar que, em 2000, mais de 50% dos membros inscritos na Ordem dos Enfermeiros trabalhavam nos distritos de Lisboa, Porto e Coimbra (*Cf.* BAGANHA *et al.* 2002: 13), o que remete para o problema da centralização dos recursos humanos e a escassez dos mesmos nas regiões do interior do país.

De acordo com dados publicados pela Direcção-Geral da Saúde em 2010, o total de efetivos no Serviço Nacional de Saúde tem aumentado entre 1990 e 2008, com variações específicas de cada agrupamento profissional. Em relação aos médicos inscritos na respetiva ordem profissional, no intervalo temporal entre 1998 e 2008, podem verificar-se vários dados relevantes. Em primeiro lugar, destaca-se o aumento generalizado de médicos no continente, o que tem conduzido a uma diminuição do número de habitantes por

médico, sendo considerado um aspeto positivo para a melhoria dos cuidados de saúde. Por outro lado, é também evidente a existência de grandes discrepâncias no número de médicos entre as várias regiões e a concentração dos mesmos nas principais capitais de distrito, nomeadamente nos grandes centros urbanos, como Porto, Lisboa e Coimbra.

Estas assimetrias regionais, que também acontecem com outros profissionais de saúde, nomeadamente enfermeiros e farmacêuticos, de acordo com dados de 2008, igualmente fornecidos pela Direção Geral Saúde, são alvo de várias reflexões e discussões, embora não existam soluções concretas para a sua resolução. Em relação aos enfermeiros, há ainda a destacar algumas informações dadas pela Ordem dos Enfermeiros[1], apontando para a emigração nesta profissão. De facto, no ano 2008, entre os mais de 55 mil enfermeiros registados na respetiva ordem profissional, 150 estavam a exercer no estrangeiro. Em 2015, a mesma ordem profissional estimava que eram já cerca de 12.500 os enfermeiros que tinham emigrado.

Entre os enfermeiros a exercer em Portugal, verifica-se a existência de indivíduos de nacionalidade espanhola, brasileira, angolana, francesa, guineense, inglesa e moldava. Quanto à distribuição por género, destaca-se uma grande prevalência do sexo feminino, com mais de 48 mil profissionais, em relação ao sexo masculino, com um pouco mais que 11 mil profissionais. Em relação à faixa etária, a predominante é relativa às idades compreendidas entre os 26 e os 30 anos. Deste modo, pode concluir-se que é uma classe profissional jovem com tendência para uma predominância feminina.

A formação em saúde

A formação dos recursos humanos em saúde é alvo de múltiplas discussões e controvérsias. O caso mais paradigmático é o da medicina. Em primeiro lugar, o acesso ao curso de medicina em Portugal, devido à média de entrada necessária ser muito elevada (mais alta do que qualquer outro curso), é limitada a pessoas com elevada capacidade de estudo, perdendo-se as componentes comunicativas e vocacionais, vistas como essenciais numa profissão

1. Disponível em: http://www.ordemenfermeiros.pt/Paginas/default.aspx (consultado a 10/09/2011).

com forte componente humanista. É também de salientar que esta formação está confinada ao ensino público, o que acentua o acesso excecionalmente restrito à Medicina. Esta situação levou, nos últimos anos, a alguns jovens a optarem por estudar medicina noutros países, nomeadamente em Espanha e na República Checa. Segundo dados de 2010 da Associação Nacional de Estudantes de Medicina no Estrangeiro, havia mais de 1300 alunos portugueses a estudarem medicina noutros países (*Cf.* PAVÃO 2010). Perante tudo isto, questionavam-se as razões pelas quais os jovens portugueses tinham que ir formar-se em medicina em países estrangeiros, já que a falta de médicos levava a que, por outro lado, fosse necessário recrutar médicos de outros países. O aumento do número de vagas nos cursos do ensino público e o surgimento de cursos de medicina para pessoas já licenciadas noutras áreas da saúde não resolveram o problema de fundo e até criaram novas dificuldades na formação e colocação dos profissionais, tal como tinham previsto os médicos e docentes críticos destas medidas.

Não se pense, porém, que os problemas são exclusivos na área da Medicina. Embora com outros contornos, as dificuldades alastram-se a todas as outras áreas de formação de profissionais de saúde. Assim, no caso da Enfermagem, a abundância de cursos, quer no ensino público, quer no ensino privado, levou ao aparecimento, nos últimos anos, de desemprego nesta área e a uma elevada taxa de emigração. De igual modo, a extensa oferta de formação, com maior ênfase no ensino privado, para técnicos de diagnóstico e terapêutica, em múltiplas especializações, tem conduzido a um excedente de profissionais. De acordo com os dados de 2009 do Observatório da Ciência e do Ensino Superior, os cursos para técnicos de diagnóstico e terapêutica oferecidos pelo ensino público e privado são: Análises Clínicas e de Saúde Pública; Anatomia Patológica, Citológica e Tanatológica; Audiologia; Cardiopneumologia; Dietética; Farmácia; Fisioterapia; Gerontologia; Higiene Oral; Medicina Nuclear; Neurofisiologia; Ortóptica; Podologia; Prótese Dentária; Radiologia; Saúde Ambiental; Terapêutica da Fala; Terapêutica Ocupacional; Terapia da Fala e Terapia Ocupacional.

5.2 Classe profissional: médicos

Para descrever a classe médica portuguesa, irão ser explorados dois pontos: as características sociodemográficas dos médicos e a estrutura profissional que os envolve. Começando pela caracterização dos médicos em Portugal, nos registos do SNS, relativos a 2007, destaca-se o facto de ser uma população envelhecida, com uma percentagem significativa (44%) de médicos com idade superior a 50 anos e uma tendência para a feminização da profissão (55,1% dos médicos são mulheres), principalmente devido aos escalões etários mais jovens, isto é, até aos 34 anos (*Cf.* SANTANA e PEIXOTO 2010: 5).

É também de salientar que, de acordo com da Organização Mundial de Saúde, em Portugal, entre os anos 2006 e 2007, cerca de 600 médicos trocaram o sector público pelo sector privado da saúde (WHO 2010: 52). A mesma organização salienta que a extensão dos empregos duplos, no sector público e privado, não está devidamente quantificada e avaliada (WHO 2010: 52). No entanto, encontraram-se alguns dados, nomeadamente no âmbito do projeto SEI – Saúde na Era da Informação, em concreto, no estudo "Profissionais de Saúde na Era da Informação: Médicos, Enfermeiros e Farmacêuticos", publicado em 2007 pelo Centro de Investigação e Estudos em Sociologia (CIES) do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Segundo esta investigação, realizada em 2006, verificou-se que 78,9 % trabalham no sector público e 21,1 % no sector privado. Os mais jovens (25-35 anos) são dos que mais trabalham no público e os mais idosos (55 e mais anos) no privado. As mulheres destacam-se com uma maior proporção no sector público. Analisando as várias matrizes de conjunção de lugares de trabalho, isto é, desde os que apenas laboram apenas num local até aos que exercem em vários sítios, verifica-se, não obstante, que é o Hospital Público, enquanto lugar exclusivo que está em maioria entre os médicos, com cerca de 32 %, seguindo-se os que trabalham num Hospital Público e Clínica/Consultório Privado, com cerca de 18 %, e ainda os que trabalham em exclusivo num Centro de Saúde, com cerca de 15% (*Cf.* CARDOSO *et al.* 2007).

O facto de existirem vários médicos estrangeiros a exercerem atividade em Portugal é um dado pertinente para a descrição da classe médica portuguesa. Passando para dados concretos, e de acordo com a Ordem dos Médicos, o número total de profissionais registados em Portugal no ano 2008 era de 39 473 médicos, dos quais 90,5% eram portugueses e 9,5% estrangeiros. Já no ano 2009, o número de médicos perfazia 40 664, sendo 90.6% portugueses e 9,4% estrangeiros. Finalmente, em 2010, de um conjunto de 42 031 médicos, 90,6% eram portugueses e 9,4%estrangeiros. Quanto à proveniência dos médicos estrangeiros, os dados relativos a 2010 indicam o seguinte: 2426 são provenientes de países da União Europeia, 657 do Brasil, 382 dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), 238 de países europeus fora da União Europeia, 150 de outros países da América do Sul, 21 da América do Norte, 18 da Ásia, 8 de outros países africanos, 2 da Austrália, havendo ainda 38 sem dados.

Em termos de organizações da classe médica, é de salientar a existência de sociedades científicas em várias áreas médicas específicas, bem como sindicatos criados exclusivamente para os profissionais da medicina. Quanto às sociedades médicas existentes em Portugal, podem referir-se, entre muitas outras, a Sociedade Portuguesa de Neuropsicologia, a Sociedade Portuguesa de Diabetologia, a Sociedade Portuguesa de Menopausa, a Sociedade Portuguesa de Alergologia e Imunologia Clínica, a Sociedade Portuguesa de Cirurgia, a Sociedade Portuguesa de Sexologia Clínica, a Fundação Portuguesa de Cardiologia, a Sociedade Portuguesa de Oftalmologia, a Sociedade Portuguesa de Endoscopia Digestiva, a Sociedade Portuguesa de Medicina Interna. Relativamente a Sindicatos, destacam-se o SIM – Sindicato Independente dos Médicos e a FNAM – Federação Nacional dos Médicos. Esta última, subdivide-se em três sindicatos de âmbito regional: o SMN – Sindicato dos Médicos do Norte, o SMZC – Sindicato dos Médicos da Zona Centro e o SMZS – Sindicato dos Médicos da Zona Sul.

Outro tipo de organização diz respeito às associações profissionais, das quais a mais representativa, em Portugal, é a Ordem dos Médicos, havendo também associações por especialidade médica. Em relação à Ordem dos

Médicos, esta tem âmbito nacional e a sua sede é em Lisboa, estando organizada em três secções regionais – Norte, Centro e Sul – localizadas no Porto, Coimbra e Lisboa. A História da Ordem dos Médicos remonta a Novembro de 1898, quando um pequeno grupo de médicos de Lisboa, de "ânimo confiado e teimoso" julgou útil fundar uma associação de classe dos médicos de Portugal, com o fim de defender os associados "da província e da capital". Passou a designar-se Associação dos Médicos Portugueses, com sede em Lisboa, sendo a primeira do género. Na sequência de uma história rica em acontecimentos a Associação dos Médicos Portugueses dará lugar à Ordem dos Médicos (O.M.), instituição criada pelo Decreto-Lei n.º 29 171 de 24 de Novembro de 1938, e que abrangia fundamentalmente os médicos que exerciam a medicina como profissão liberal.

Nos seus primeiros estatutos, ficou mencionado que a Ordem dos Médicos tinha por fim o estudo e defesa dos interesses profissionais. No capítulo dos direitos e deveres informava-se que era vedado o exercício da medicina a quem não estivesse inscrito nesta instituição. Em 1956 este decreto foi revogado e substituído pelo o Decreto-Lei nº 40.651 de 21 de Junho deste ano. Este novo Estatuto, integrado na ordem política então vigente, ainda que respeitando integralmente a defesa da deontologia e da excelência da técnica pelo órgão associativo dos médicos, a quem conferia também ação disciplinar, não fora, no entanto, aprovado pelos médicos, mas resultara tão somente de decisão governamental, no uso dos poderes que a Constituição de 1933 permitia. Este estatuto teve como fator gerador a necessidade de separar a ação disciplinar da ação diretiva ou administrativa e a necessidade de dar a um conjunto de importantes princípios de carácter deontológico adequada expressão jurídica, bem assim como a adequação à evolução social da época. Posteriormente foram introduzidas alterações pelos Decretos-Lei nº 48.587 de 23 de Setembro de 1968, nº 48.879 de 22 de Fevereiro de 1969 e nº 333/70 de 14 de Julho.

Com as transformações políticas e sociais surgidas após 1974, foi necessário readequar o Estatuto da Ordem dos Médicos. Foi então aprovado e promulgado o novo Estatuto da Ordem dos Médicos, pelo Decreto-Lei nº 282/77 de

5 de Julho, em cujo preâmbulo o Governo reconhece à O.M. a competência para atuar como entidade disciplinadora do exercício da profissão médica. Este Estatuto, além de abranger todos os médicos no exercício da sua profissão, é descentralizador e de cariz democrático. Exigindo que a Ordem dos Médicos, agora renovada, exerça a sua atividade com total independência em relação ao Estado, formações políticas ou outras organizações, o estatuto reconhece e pugna pela ideia de que a defesa dos legítimos interesses dos médicos passe em primeiro lugar pelo exercício de uma medicina humanizada que respeite o direito à saúde de todos os cidadãos, nele se consagrando ainda o princípio da criação de um Serviço Nacional de Saúde, no qual os médicos terão necessariamente papel preponderante e fundamental[2].

5.3 A importância social da medicina

Na medida em que a medicina lida com a vida humana, não é de estranhar a importância social desta atividade profissional. No entanto, para perceber o enquadramento do valor social da medicina em Portugal, é inevitável recuar aos princípios que levaram à criação do Serviço Nacional de Saúde (SNS) e a consagração legal do acesso aos cuidados de saúde como um direito básico. Além disso, a análise da evolução das medidas governativas a este nível permitirá perceber a dimensão social cada vez mais preponderante nas políticas da saúde. Por fim, e a título ilustrativo, irão ser dados alguns exemplos que demonstram as fortes repercussões sociais de qualquer falha no funcionamento dos serviços de saúde em Portugal.

O direito à saúde tem um enquadramento legal, dado está consagrado pelo Artigo 64.º da Constituição da República Portuguesa (cujo texto foi aprovado pela Lei Constitucional n.º 1/2001, de 12 de Dezembro). Neste artigo, podem ler-se dois pontos importantes:

> 1. Todos têm direito à proteção da saúde e o dever de a defender e promover.
> 2. O direito à proteção da saúde é realizado:

2. Disponível em: https://www.ordemdosmedicos.pt (consultado a 20/06/2011).

a) Através de um serviço nacional de saúde universal e geral e, tendo em conta as condições económicas e sociais dos cidadãos, tendencialmente gratuito;

b) Pela criação de condições económicas, sociais, culturais e ambientais que garantam, designadamente, a proteção da infância, da juventude e da velhice, e pela melhoria sistemática das condições de vida e de trabalho, bem como pela promoção da cultura física e desportiva, escolar e popular, e ainda pelo desenvolvimento da educação sanitária do povo e de práticas de vida saudável.

Em relação ao Serviço Nacional de Saúde, convém explicar o processo complexo e moroso que levou à sua oficialização em 1979, data em que foi instituída uma rede de órgãos e serviços prestadores de cuidados globais de saúde a toda a população, através da qual o Estado salvaguarda o direito à proteção da saúde. É de sublinhar que a organização dos serviços de saúde sofreu, através dos tempos, a influência dos conceitos religiosos, políticos e sociais de cada época e foi-se concretizando para dar resposta ao aparecimento das doenças. Até à criação do SNS, a assistência médica competia às famílias, a instituições privadas e aos serviços médico-sociais da Previdência[3].

O sistema de saúde português antes de 1970

De acordo com o Observatório Português dos Sistemas de Saúde, no inicio dos anos 70, Portugal apresentava indicadores socioeconómicos e de saúde muito desfavoráveis no contexto da Europa Ocidental, com: uma taxa de mortalidade infantil de 58,6 (5,0 em 2001), apenas 8 mil médicos (cerca 33 mil em 2001, com um pequeno incremento populacional) e 37% de partos hospitalares (99% em 2001). Além disso, o sistema de saúde estava muito fragmentado: alguns grandes hospitais do Estado, uma extensa rede de hospitais das Misericórdias, postos médicos dos Serviços Médico Sociais da Previdência; Serviços de Saúde Pública (centros de saúde a partir de 1971);

3. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado a 10/10/2011).

médicos municipais; serviços especializados para a saúde materno-infantil, tuberculose e as doenças psiquiátricas e sector privado especialmente desenvolvido na área do ambulatório (OPSS 2003).

Vendo esta fase com maior detalhe, recorde-se que, em 1899, o Dr. Ricardo Jorge inicia a organização dos serviços de saúde pública com o Decreto de 28 de Dezembro e o Regulamento Geral dos Serviços de Saúde e Beneficência Pública, de 24 de Dezembro de 1901. Regulamentada em 1901, a organização entra em vigor no ano 1903. A prestação de cuidados de saúde era então de índole privada, cabendo ao Estado apenas a assistência aos pobres. Avançando para 1945, publica-se o Decreto-Lei n.º 35108, de 7 de Novembro de 1945, que dá lugar à reforma sanitária de Trigo de Negreiros (Subsecretário de Estado da Assistência e das Corporações do Ministério do Interior). É reconhecida, assim, a debilidade da situação sanitária no país e a necessidade de uma resposta do Estado. São criados institutos dedicados a problemas de saúde pública específicos, como a tuberculose e a saúde materna. No ano seguinte, a Lei n.º 2011, de 2 de Abril de 1946, estabelece a organização dos serviços prestadores de cuidados de saúde então existentes, lançando a base para uma rede hospitalar. Começa aqui um programa de construção de hospitais que serão entregues às Misericórdias.

Avançando para 1958, o Ministério da Saúde e da Assistência surge por via do Decreto-Lei n.º 41825, de 13 de Agosto. A tutela dos serviços de saúde pública e os serviços de assistência pública deixam de pertencer ao Ministério do Interior. Em 1963, a Lei n.º 2120, de 19 de Julho de 1963, promulga as bases da política de saúde e assistência. Atribui ao Estado, entre outras competências, a organização e manutenção dos serviços que, pelo superior interesse nacional de que se revistam ou pela sua complexidade, não possam ser entregues à iniciativa privada. Cabe ao Estado, também, fomentar a criação de instituições particulares que se integrem nos princípios legais e ofereçam as condições morais, financeiras e técnicas mínimas para a prossecução dos seus fins, exercendo ação meramente supletiva em relação às iniciativas e instituições particulares. Já em 1968, os hospitais e as carreiras da saúde (médicos, enfermeiros, administração e farmácia) são objeto

de uniformização e de regulação através do Decreto-Lei n.º 48357, de 27 de Abril de 1968, e do Decreto-Lei n.º 48358, de 27 de Abril de 1968, que criam, respetivamente, o Estatuto Hospitalar e o Regulamento Geral dos Hospitais[4].

Estabelecimento e expansão do Serviço Nacional de Saúde: 1971-1985

O primeiro esboço de um Serviço Nacional de Saúde surge em 1971, com a reforma do sistema de saúde e assistência conhecida como "reforma de Gonçalves Ferreira" e o Decreto-Lei n.º 413/71, de 27 de Setembro, que promulga a organização do Ministério da Saúde e Assistência, e no qual são explicitados princípios, como sejam o reconhecimento do direito à saúde de todos os portugueses, cabendo ao Estado assegurar esse direito, através de uma política unitária de saúde da responsabilidade do Ministério da Saúde, a integração de todas as atividades de saúde e assistência, com vista a tirar melhor rendimento dos recursos utilizados, e ainda a noção de planeamento central e de descentralização na execução, dinamizando-se os serviços locais. Surgem os "centros de saúde de primeira geração". São excluídos da reforma os serviços médico-sociais das Caixas de Previdência. No mesmo ano, é publicado o Decreto-lei n.º 414/71, de 27 de Setembro, que estabelece o regime legal que permitirá a estruturação progressiva e o funcionamento regular de carreiras profissionais para os diversos grupos diferenciados de funcionários que prestam serviço no Ministério da Saúde e Assistência: carreiras médica de saúde pública, médica hospitalar, farmacêutica, administração hospitalar, de técnicos superiores de laboratório, de ensino de enfermagem, de enfermagem de saúde pública, de enfermagem hospitalar, de técnicos terapeutas, de técnicos de serviço social, de técnicos auxiliares de laboratório e de técnicos auxiliares sanitários. Trata-se de uma medida que visa, para além da organização do trabalho, efectivar, em articulação com outros passos, uma política de saúde e assistência social.

4. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado a 10/10/2011).

Igualmente decisivo é o ano de 1973, pois surge o Ministério da Saúde, autonomizado face à Assistência, através do Decreto-Lei n.º 584/73, de 6 de Novembro. No entanto, em 1974, é transformado em Secretaria de Estado (da Saúde) e integrado no Ministério dos Assuntos Sociais pelo Decreto-Lei n.º 203/74, de 15 de Maio). Com o 25 de Abril de 1974, surgem as condições políticas e sociais que vão permitir a criação do Serviço Nacional de Saúde. Passados dois anos é aprovada nova Constituição, cujo artigo 64.º dita que todos os cidadãos têm direito à proteção da saúde e o dever de a defender e promover. Esse direito efetiva-se através da criação de um serviço nacional de saúde universal, geral e gratuito. Para assegurar o direito à proteção da saúde, incumbe prioritariamente ao Estado garantir o acesso de todos os cidadãos, independentemente da sua condição económica, aos cuidados da medicina preventiva, curativa e de reabilitação, bem como uma racional e eficiente cobertura médica e hospitalar de todo o país. E o Decreto-Lei n.º 580/76, de 21 de Julho, estabelece a obrigatoriedade de prestação de um ano de serviço na periferia para os recém-licenciados em medicina que quisessem ingressar na carreira médica.

O Despacho ministerial publicado em Diário da República, 2.ª série, de 29 de Julho de 1978, mais conhecido como o "Despacho Arnaut", constitui uma verdadeira antecipação do SNS, na medida em que abre o acesso aos Serviços Médico-Sociais a todos os cidadãos, independentemente da sua capacidade contributiva. É garantida assim, pela primeira vez, a universalidade, generalidade e gratuitidade dos cuidados de saúde e a comparticipação medicamentosa. Finalmente, a Lei n.º 56/79, de 15 de Setembro, cria o Serviço Nacional de Saúde (SNS), no âmbito do Ministério dos Assuntos Sociais, enquanto instrumento do Estado para assegurar o direito à proteção da saúde, nos termos da Constituição[5].

Com o Serviço Nacional de Saúde (SNS), o acesso à saúde é garantido a todos os cidadãos, independentemente da sua condição económica e social, bem como aos estrangeiros, em regime de reciprocidade, apátridas e re-

5. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado a 10/10/2011).

fugiados políticos. O SNS envolve todos os cuidados integrados de saúde, compreendendo a promoção e vigilância da saúde, a prevenção da doença, o diagnóstico e tratamento dos doentes e a reabilitação médica e social. Define que o acesso é gratuito, mas contempla a possibilidade de criação de taxas moderadoras, a fim de racionalizar a utilização das prestações. O diploma estabelece que o SNS goza de autonomia administrativa e financeira e estrutura-se numa organização descentralizada e desconcentrada, compreendendo órgãos centrais, regionais e locais, e dispondo de serviços prestadores de cuidados de saúde primários (centros comunitários de saúde) e de serviços prestadores de cuidados diferenciados (hospitais gerais, hospitais especializados e outras instituições especializadas)[6].

Regionalização do SNS e novo papel do sector privado: 1985-1995

Como regista o Observatório Português dos Sistemas de Saúde,

> esta década foi marcada por uma estabilidade política sem precedentes desde a revolução de Abril. Portugal tornou-se membro da Comunidade Económica Europeia (agora União Europeia) em 1986 e tornou-se possível o financiamento europeu para desenvolvimento de infraestruturas sociais e económicas. Isto incluiu o sector da saúde. As instalações e equipamentos do SNS continuaram a expandir-se. Uma proporção crescente da riqueza do país era destinada à saúde. Tornou-se clara a necessidade de alterações de gestão e organizacionais para melhorar a efetividade e eficiência do sector da saúde (OPSS 2003).

Nesta altura, passou-se do conceito de SNS a rede de cuidados de saúde, sendo que a legislação de 1990 (Lei de bases da saúde) definiu o papel do SNS num contexto mais alargado de sistema de saúde (*Cf.* OPSS 2003).

De acordo com a Lei de Bases da Saúde, "o sistema de saúde é constituído pelo Serviço Nacional de Saúde e por todas as entidades públicas que desenvolvam atividades de promoção, prevenção e tratamento na área da saúde, bem como por todas as entidades privadas e por todos os profissionais livres

6. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado a 10/10/2011).

que acordem com a primeira a prestação de todas ou de algumas daquelas atividades". Além disso, "a rede nacional de prestação de cuidados de saúde abrange os estabelecimentos do Serviço Nacional de Saúde e os estabelecimentos privados e os profissionais em regime liberal", sendo que "o controlo de qualidade de toda a prestação de cuidados de saúde está sujeito ao mesmo nível de exigência".

Surge assim um novo papel para o sector privado, dado que esta nova legislação também se destinava a estimulá-lo, incluindo a gestão privada de instituições de saúde. Também se procedeu à regionalização e integração do SNS, pois, por exemplo, em 1993 foram estabelecidas 5 regiões administrativas de saúde (Administrações Regionais de Saúde) assim como unidades funcionais entre hospitais e centros de saúde. Estas últimas tinham como objetivo conseguir uma melhor integração entre cuidados primários, secundários e terciários. Foi em 1990 que o Governo introduziu taxas moderadoras no SNS, com exceção para grupos de risco e economicamente desfavorecidos. Quanto aos pr**o**fissionais de saúde, foi feita uma tentativa para estabelecer uma maior separação entre o exercício em estabelecimentos públicos e a prática privada, em troca de uma melhor remuneração. As greves médicas, prolongadas, resultaram na melhoria salarial, mas com poucas contrapartidas. As limitações no planeamento e gestão de recursos humanos resultaram na importação, dez anos mais tarde, de médicos e enfermeiros, particularmente de Espanha (*Cf.* OPSS 2003).

A "nova gestão pública" para a reforma do SNS: 1995-2001

Nesta fase, foi adotado um processo de reforma cauteloso centrado em princípios da "nova gestão pública - *new public management*" aplicada à reforma do SNS. Isto incluiu a empresarialização pública no desenvolvimento dos hospitais e centros de saúde. Foi decidido, em 1996, que todos os hospitais deveriam adotar novas formas de gestão, mais flexível e autónoma, de "empresas públicas". De 1996 a 1999, três novos hospitais adotaram novas formas de gestão. Durante este período iniciaram-se uma série de projetos experimentais na reorganização dos cuidados de saúde primários. Os projetos Alfa são exemplos destas experiências em que equipas de médicos,

enfermeiros e administrativos, com um projeto de trabalho negociado com a administração, exerciam a sua atividade, muitas vezes em instalações mais próximas das comunidades. Estas experiências foram avaliadas positivamente e estimularam a adoção de sistemas de remuneração associada ao desempenho, numa base experimental, novas práticas de contratualização, critérios de qualidade e infra estruturas de informação. Estas experiências também inspiraram a legislação de 1999 que via os centros de saúde como organizações em rede. Este processo foi interrompido em 2000. Por outro lado, foi desenhada e implementada uma nova abordagem para promover a qualidade no sector da saúde. Isto incluiu a criação do Instituto da Qualidade em Saúde.

Além disso, em 1998, o Conselho de Ministros adotou uma resolução: criar mais duas escolas de medicina públicas, reforçar o ensino da enfermagem, promover mais capacidade de investigação e melhor coordenação entre as instituições onde se faz a formação pré e pós graduada dos profissionais de saúde. No entanto, a implementação desta resolução nos três anos seguintes foi incompleta. Também foram criados 5 centros Regionais de Saúde Pública, desde 1999, com o objetivo de reforçar a saúde pública ao nível regional e local, através do fornecimento de perícia em epidemiologia e liderança na promoção e gestão da saúde. Em 1996, as Administrações Regionais de Saúde iniciaram um processo que levou ao estabelecimento das Agências de Contratualização. Estas destinavam-se a desenvolver perícia na análise, negociação e decisão da distribuição de recursos financeiros pelos serviços de saúde, desenvolvendo instrumentos de informação e monitorização para esse fim. Foram também implementados programas para reduzir as listas de espera cirúrgicas e para introduzir o cartão do utente. Foram tomadas algumas iniciativas para regular o mercado farmacêutico, incluindo a promoção de medicamentos genéricos. Em 2001 o Ministro da Saúde estabeleceu normas formais para o desenvolvimento de Planos Diretores Regionais para os hospitais e centros de saúde do Serviço Nacional de Saúde. Simultaneamente, anunciou planos de estabelecer Parcerias Público-Privado (PPP) para a construção de novos hospitais (*Cf.* OPSS 2003).

Programa Operacional "Saúde XXI": 2000-2006

Em Julho do ano 2000, no âmbito do terceiro Quadro Comunitário de Apoio, foi aprovado pela Comissão Europeia o Plano Operacional da Saúde para Portugal, denominado "Saúde XXI". Determinando objetivos para o período entre 2000 e 2006, este programa:

> dedica uma particular atenção a medidas indutoras da promoção, da proteção e da segurança em saúde, apoia a modernização dos serviços de saúde na perspetiva da melhoria da qualidade e do aumento da eficiência dos cuidados prestados, privilegia o desenvolvimento dos sistemas de informação, fundamentais tanto para a gestão do sistema como para o conhecimento do estado de saúde dos portugueses, e cria um regime de incentivos para a dinamização da atuação dos sectores social e privado, em áreas carenciadas (COMISSÃO EUROPEIA 2000: 5).

No documento é feito um diagnóstico da situação do sector da Saúde em Portugal e conclui-se que as principais forças do sistema de saúde português são as seguintes: universalidade dos cuidados de saúde; solidariedade do financiamento; rede de estabelecimentos de saúde cobrindo a totalidade do território; sentido de apropriação dos "serviços de saúde" pelas populações; tradição e práticas de saúde pública bem estabelecidas (vacinação, por exemplo); existência de alguns centros de excelência e de polos de boas-práticas; elevada qualificação técnica em alguns grupos profissionais; reconhecimento político alargado de que o Serviço Nacional de Saúde tem sido um núcleo essencial na garantia da coesão social (*Cf.* COMISSÃO EUROPEIA 2000: 13). No entanto, também são apontadas fraquezas: dificuldade de articulação e coordenação estratégicas; excessivo centralismo e burocratização da Administração Pública; Serviço Nacional de Saúde demasiado virado sobre si próprio; insuficiente racionalidade na organização, gestão e funcionamento do Sistema de Saúde, bem como nas opções de investimento; problemas no acesso e qualidade dos cuidados; deficiente planeamento de recursos humanos com défices, excessos e má distribuição; proporção baixa do contributo público para a despesa total em saúde (59%); escassez de resposta a necessidades de saúde emergentes (cuidados no domicílio ou na comu-

nidade, internamento de estadia média e prolongada, cuidados paliativos); sistemas de informação, comunicação e avaliação pouco desenvolvidos (*Cf.* COMISSÃO EUROPEIA 2000: 13).

Em 2002, com a aprovação do novo regime de gestão hospitalar (pela Lei n.º 27/2002), introduzem-se modificações profundas na Lei de Bases da Saúde. Acolhe-se e define-se um novo modelo de gestão hospitalar, aplicável aos estabelecimentos hospitalares que integram a rede de prestação de cuidados de saúde e dá-se expressão institucional a modelos de gestão de tipo empresarial (EPE). Passado um ano, através do Decreto-Lei n.º 173/2003, surgem as taxas moderadoras, com o objetivo de moderar, racionalizar e regular o acesso à prestação de cuidados de saúde, reforçando o princípio de justiça social no Sistema Nacional de Saúde. No mesmo ano, nasce a Entidade Reguladora da Saúde, por via do Decreto-Lei n.º 309/2003, de 10 de Dezembro. Traduz-se, desta maneira, a separação da função do Estado como regulador e supervisor, em relação às suas funções de operador e de financiador[7].

Obter "Ganhos em Saúde": 2005-2009

O programa do XVII Governo, correspondente ao período entre 2005 e 2009, teve como objetivos obter "Ganhos em Saúde". De acordo com o referido texto, este programa governativo teve em conta o contexto social no qual as pessoas nascem, crescem, vivem e morrem. E o contexto do País, neste domínio, é particularmente preocupante: elevadas taxas de pobreza, desemprego, abandono escolar precoce, média de rendimentos baixa e reduzido nível de literacia geram intoleráveis situações de exclusão social e desigualdades em saúde que devem ser combatidas. Esta situação cria um ambiente em que a política de saúde deva ser redefinida para mais e melhor saúde, isto é, para "ganhos em saúde". O sistema deve ser reorganizado a todos os níveis, colocando a centralidade no cidadão. A sua forte compo-

7. Dados oficiais do Ministério da Saúde, disponíveis na Internet em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado em 10/10/2011).

nente pública, o Serviço Nacional de Saúde (SNS) deve ser eficientemente gerido, criando mais valor para os recursos de que dispõe (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005).

Este programa é explícito relativamente à saúde, considerando que há "responsabilidade pública, na proteção do ambiente ou na segurança alimentar, mas também individual" (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005). Deste modo, defende-se que "com menor consumo de sal, açúcar e gorduras, abstenção de fumo, uso moderado de bebidas alcoólicas e exercício físico regular reduzir-se-á do uma parte importante dos problemas de saúde individuais e coletivos" (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005). "A promoção da saúde e a Saúde Pública têm que regressar à agenda política da Saúde" (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005), conclui-se. O envelhecimento da população portuguesa também é encarada como uma preocupação e uma prioridade, dado que, nesta altura, "calcula-se que cerca de 300 mil idosos vivam isolados. Incapacidades, doenças crónicas, solidão e exclusão tendem a retirar vida aos anos de vida aumentados" (MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005). As estratégias definidas foram no sentido de: promover a criação de serviços comunitários de proximidade (SCP), sob a forma de parcerias entre centros, extensões de saúde e instituições de apoio social; articular centros de saúde, hospitais, cuidados continuados e instituições de apoio social; desenvolver nos hospitais capacidade para reabilitação imediata do paciente crónico e idoso logo após o episódio agudo e sua reinserção na família, através dos SCP; planear corretamente os equipamentos de cuidados continuados, a fim de prevenir lacunas e redundâncias e incentivando o desenvolvimento de cuidados paliativos; reativar os cuidados de saúde no domicílio, em articulação com os SCP; reforçar o apoio à família através de internamento temporário, apoio domiciliário de saúde e recurso ao centro de contacto (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005).

Também foi focado o papel das escolas na saúde, nomeadamente através da Rede Nacional das Escolas Promotoras de Saúde, cujo programa promove a saúde das crianças e suas famílias, situando a escola na rede comunitária, com envolvimento das respetivas autarquias. O grande objetivo era impli-

car a totalidade das escolas do sistema educativo, com apoio do sistema de Saúde (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2005). Aliás, a questão da participação e responsabilidade social é valorizada neste programa governativo, preconizando a ampliação da participação da sociedade civil e dos cidadãos no Sistema de Saúde. Neste sentido, propôs-se a reativação Conselho Nacional de Saúde (CNS), com o intuito de este recolher contributos e participação das associações de doentes, associações de consumidores, fundações e institutos públicos e privados, sociedades médicas, universidades e comunicação social.

Em relação a ações concretas decorridas neste período, pode destacar-se a criação da Rede Nacional de Cuidados Continuados Integrados em 2006, visando dar resposta ao progressivo envelhecimento da população, ao aumento da esperança média de vida e à crescente prevalência de pessoas com doenças crónicas incapacitantes. No ano seguinte, surgem as primeiras unidades de saúde familiar, dando corpo à reforma dos cuidados de saúde primários. O Decreto-Lei n.º 298/2007 estabelece o regime jurídico da organização e do funcionamento destas unidades e o regime de incentivos a atribuir aos seus elementos, com o objetivo de obter ganhos em saúde, através da aposta na acessibilidade, na continuidade e na globalidade dos cuidados prestados. Em 2008, assiste-se a mais um passo importante na reforma dos cuidados de saúde primários, com a criação dos agrupamentos de centros de saúde do SNS (Decreto-Lei n.º 28/2008). O objetivo consiste em dar estabilidade à organização da prestação de cuidados de saúde primários, permitindo uma gestão rigorosa e equilibrada e a melhoria no acesso aos cuidados de saúde[8].

"Saúde: um valor para todos": 2009-2013

"Saúde: um valor para todos" foi o nome escolhido para o Programa do XVIII Governo Constitucional para o mandato entre 2009 e 2013 (entretanto interrompido em 2011 devido a eleições legislativas antecipadas). Uma das ideias constantes do programa é que "o utente é, sempre e em todas as medidas, o

8. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal (consultado a 10/10/2011).

centro de gravidade da política de saúde" (MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009). Neste sentido, afirma-se que a saúde é um direito e uma responsabilidade individual e coletiva e que importa apelar às responsabilidades de todos os diferentes atores envolvidos no sistema de saúde, em especial os cidadãos (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009). Assim,

> serão retomadas iniciativas para a promoção dos direitos dos doentes e, designadamente, o direito ao consentimento informado (incluindo o testamento vital). Aprofundar-se-á o papel dos conselhos de comunidade que integram os Agrupamentos de Centros de Saúde e dinamizar-se-á a constituição dos conselhos consultivos dos Hospitais (MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009).

Neste programa governativo, assume-se que se deve aprimorar a qualidade dos resultados e corrigir as desigualdades ainda existentes, através de: ganhos na eficiência na gestão, no acesso aos cuidados de saúde, na garantia da sustentabilidade e na responsabilização dos profissionais de saúde" (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009). Aludindo ao sector privado de prestação de serviços de saúde, visto como complementar ao SNS, o programa governativo defende que deve assegurar-se a qualidade e a segurança nos cuidados prestados. O Estado deve, por isso, aprofundar o seu papel regulador e ter o acesso e a qualidade dos serviços prestados permanentemente monitorizados (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009).

Enfim, este programa vem reforçar a importância social da saúde em Portugal, garantindo que "o Serviço Nacional de Saúde (SNS) é uma das marcas de sucesso da democracia portuguesa. Principal pilar do sistema de saúde, o SNS concretiza uma política de saúde centrada no cidadão e orientada para mais e melhor saúde" (MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009). Na verdade, "os indicadores relativos ao SNS têm vindo a melhorar: acessibilidade, produtividade e gestão. Mais pessoas têm acesso a cuidados de saúde e são-lhes prestados mais e melhores cuidados" (*Cf.* MINISTÉRIO DA SAÚDE 2009).

Quando o sistema falha

São inegáveis as melhorias na saúde da população portuguesa nas últimas décadas, como resultado do contexto social, económico e do próprio Serviço Nacional de Saúde. Os resultados são medidos e comparados com os indicadores registados noutros países e a perspetiva tem sido positiva. Desta forma, são dados adquiridos: a maior esperança de vida à nascença e a redução das desigualdades entre sexos e regiões; a menor mortalidade perinatal, infantil e materna; a maior esperança média de vida. Daqui resulta uma proporção crescente de idosos e decrescente de jovens.

Porém, o sistema não é perfeito, tendo vários aspetos em que pode ser incrementado. Por outro lado, quando algo falha, o impacto social é elevado. Veja-se o problema da falta de médicos, que acontece há alguns anos em Portugal. Para colmatar esta lacuna, têm sido contratados, como já se referiu, vários médicos estrangeiros. Por vezes, isto é um problema, na medida em que gera problemas de comunicação devido a condicionantes culturais e linguísticas dos utentes atendidos por estes profissionais de saúde. Ainda devido a este problema, surge a questão da falta de médicos ser mais sentida nalgumas especialidades, como é o caso da Medicina Geral e Familiar, o que origina a que muitos portugueses não tenham médico de família[9] – tido como a porta de entrada no sistema de saúde. Por outro lado, as listas de espera para consultas e cirurgias nalgumas especialidades no serviço público são insustentáveis e levam a que alguns portugueses, e só mesmo os que podem, recorram ao sistema privado.

A questão da falta de médicos é, algumas vezes, substituída pela ideia de má distribuição dos mesmos, sendo evidente a disparidade de clínicos a exercer nos grandes centros e nas periferias ou no interior do país, como também já foi observado. Neste sentido, pode falar-se de desigualdade no acesso aos cuidados de saúde de acordo com a localização geográfica das populações. Para além disso, tem havido uma tendência de rentabilização de recursos na gestão das unidades de saúde, o que leva à concentração de serviços e,

9. Em Fevereiro de 2011, estimava-se que seriam cerca de 500 mil os portugueses sem médico de família (Cf. CAMPOS e GOMES 2011).

consequentemente, ao encerramento de algumas unidades hospitalares ou serviços específicos (por exemplo, maternidades ou pediatria). Isto causa, de imediato, manifestações populares de desacordo, pois as pessoas sentem a proximidade dos cuidados de saúde como um bem essencial.

Também o encerramento de alguns serviços de urgência é normalmente seguido por contestação nas ruas e mediática, dado que a disponibilidade permanente do serviço de saúde também é vista como um direito adquirido das populações. Finalmente, um destaque para os casos de potencial negligência médica ou hospitalar, perante os quais também se verifica uma visibilidade social subsequente. De facto, os utentes ou seus familiares recorrem, frequentemente, aos meios de comunicação social para exporem o provável caso de negligência, expressarem a sua revolta e acusarem publicamente os presumíveis culpados.

Enfim, pode concluir-se que a saúde é uma área com uma importância crítica para a sociedade portuguesa. Aliás, basta observar os noticiários televisivos ou as páginas dos jornais e revistas generalistas para ver como qualquer falha, ou por vezes apenas alteração, nos cuidados de saúde não é encarada como um problema individual, mas sim como uma questão social, de cariz regional ou nacional.

Capítulo 6

A INDÚSTRIA FARMACÊUTICA: PODER ECONÓMICO E SOCIAL

Este capítulo visa ilustrar os traços definidores da atuação da Indústria Farmacêutica a nível nacional, visto que esta constitui um ator social preponderante na área da Medicina e é, através da publicidade, o principal pilar económico das publicações em análise. Deste modo, explicar-se-á o poder económico e social da Indústria Farmacêutica e de que modo exerce influência em várias frentes: na investigação científica, na atividade médica, nos meios de comunicação social e na sociedade em geral. Para começar, descrever-se-ão os principais indicadores desta atividade em Portugal. De seguida, analisar-se-ão as políticas da comunicação das empresas portuguesas de âmbito farmacêutico, começando pela legislação e códigos deontológicos que regulam esta área. A utilização da internet como forma de comunicação destas entidades também será focada na realidade portuguesa. Além disso, a existência de agências de comunicação especializadas na área da saúde será convenientemente descrita.

6.1 Os números da indústria farmacêutica em Portugal

Para começar, há que salientar alguns dados sobre a investigação realizada no âmbito da indústria farmacêutica. Assim, a investigação e desenvolvimento de um medicamento pela indústria farmacêutica tem as seguintes caraterísticas: é longa – demora em média cerca de dez a doze anos para um medicamento passar da mesa de um laboratório para o balcão de uma farmácia; é altamente arriscada – em média, apenas uma de entre 5 a 10 mil substâncias promissoras passa nos exigentes

testes de investigação para demonstrar qualidade, segurança e eficácia e tornar-se um medicamento comerciável; é muito dispendiosa – vários estudos indicam que a investigação e desenvolvimento de um novo composto químico custa cerca de 600 a 900 milhões de euros (*Cf.* MERCK 2009). Além disso, "mais de 70% dos medicamentos que chegam ao mercado não têm retorno suficiente para recuperar os custos de investigação e desenvolvimento. Como consequência, o retorno do investimento está dependente de um limitado número de medicamentos de elevado sucesso" (MERCK 2009).

Olhando de relance para as origens da indústria farmacêutica em Portugal, pode constatar-se o seguinte:

> esta remonta ao fim do século XIX, através da criação da Companhia Portuguesa de Higiene em 1891. Esta sociedade fabricava, inicialmente, grânulos dosimétricos e, mais tarde, em 1893 passou ao fabrico de comprimidos. Embora sendo uma inovação local importante, a técnica foi desenvolvida à imagem do que era feito pelas congéneres. No que concerne ao desenvolvimento dos estudos, Portugal esteve alheado da evolução da disciplina de Biologia, mantendo os estudos tradicionais, desadequados das transformações que ocorriam no campo das ciências biomédicas. Assim, a produção de vacinas e de antitoxinas estava entregue a empresas de sectores distantes da produção de medicamentos. Só em 1894 a Farmácia Freire de Andrade, através dos seus laboratórios, iniciou a preparação de injetáveis em ampolas de vidro, aplicando os conhecimentos da Biologia. Os períodos da Primeira Guerra Mundial e pós-guerra foram os mais férteis no surgimento e desenvolvimento da indústria farmacêutica nacional, colmatando a dificuldade de entrada de medicamentos em Portugal (MERCK 2009).

Passando para dados atuais e muitos concretos, pode observar-se na Tabela 4 o tipo de atividades ligadas ao sector farmacêutico e a sua dimensão quantitativa em solo português.

Tabela 4 - Sector farmacêutico em Portugal: 2004 a 2008

	2004	2005	2006	2007	2008
Empresas Farmacêuticas	141	139	137	137	137
Armazenistas	267	305	334	343	345
Farmácias	2.663	2.670	2.666	2.666	2.664
Postos de medicamentos	247	239	240	241	241
Locais de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica	_	55	346	598	745

Fontes: Apifarma e Infarmed (2008)

Com todas estas áreas de negócio, o sector farmacêutico, no seu conjunto, e de acordo com dados de 2008, emprega mais de 10 mil pessoas (APIFARMA 2010: 27). Nesse mesmo ano, o mercado ambulatório de medicamentos era de 3.614 milhões de euros, em Portugal (APIFARMA 2010: 43), enquanto o consumo ambulatório de medicamentos *per capita* era de 340 euros.

Em Portugal, é o Infarmed que decide quais são as entidades autorizadas a fabricar medicamentos de uso humano, medicamentos experimentais, substâncias ativas e os laboratórios autorizados para o controlo de qualidade de medicamentos. De acordo com dados da Apifarma e da IMS Health, desde 2008 que tem se invertido a tendência de crescimento de vendas de produtos farmacêuticos no sector ambulatório, o que ocorria desde 2004, quer em termos de valor, quer em termos de volume, isto é, número de embalagens vendidas, embora nem sempre a evolução seja homóloga. Ainda segundo as mesmas fontes, esta diminuição do volume de vendas (que subia desde o ano 2005), a partir de 2008, é uma tendência transversal a todos os medicamentos: de marca ou genéricos e comparticipados ou não comparticipados. A exceção seja feita para os genéricos: apesar da diminuição das vendas em 2009, aumentaram 1,7% em 2010.

Quanto às classes terapêuticas com maior valor em vendas em Portugal, conforme dados da IMS Health de 2008, em primeiro lugar estão os preparados para regular o colesterol e triglicerídeos, com mais de 196 milhões de euros. Seguem-se os anti-ulcerosos com vendas superiores a 167 milhões de euros e os antidepressivos e estabilizadores de humor com cerca 128 milhões de euros. Também entre as dez principais classes terapêuticas estão os antagonistas da angiotensina II, associação; os anti-reumáticos não esteróides; os antipsicóticos; os inibidores de agregação plaquetar; os antagonistas puros da angiotensina II; os antidiabéticos orais e os inibidores da Enzima Conversora da Angiotensina, usados normalmente para o tratamento da hipertensão e insuficiência cardíaca, estes últimos representando vendas de cerca de 67 milhões de euros (*Cf.* MARKETEER 2009ª: 123).

Relativamente aos medicamentos não sujeitos a receita médica, também no ano 2008, na lista das cinco classes de produtos mais vendidos em farmácia estão: os destinados à tosse, constipações e vias respiratórias, com 25% do valor das vendas; os analgésicos, com 15%; os destinados à terapêutica dermatológica, com 14%; para o sistema gastro-intestinal com 12% e as vitaminas minerais e suplementos nutricionais com 11%. Tudo isto perfaz um total de mais de 250 milhões de euros. Também nas parafarmácias, são estas as classes de produtos com maior valor de vendas, havendo apenas algumas alterações nas suas posições (tosse, constipações e vias respiratórias; terapêutica dermatológica; analgésicos; vitaminas minerais e suplementos nutricionais e sistema gastro-intestinal) e somando um total de 24 milhões de euros (*Cf.* MARKETEER 2009ª: 124).

Infarmed e Apifarma

Já se referiram aqui as duas entidades mais importantes do sector do sector farmacêutico em Portugal: o Infarmed e a Apifarma. Passar-se-á agora a descrever sucintamente cada uma delas. Começando pelo Infarmed, Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, este é um instituto público integrado na administração indireta do Estado, dotado de autonomia administrativa, financeira e património próprio. Este prossegue as atribuições do Ministério da Saúde, sob superintendência e tutela

do respetivo ministro. É um organismo central com jurisdição sobre todo o território nacional, sem prejuízo da colaboração dos órgãos próprios das Regiões Autónomas, de acordo com as suas atribuições. A missão do Infarmed é regular e supervisionar os sectores dos medicamentos, dispositivos médicos e produtos cosméticos e de higiene corporal, segundo os mais elevados padrões de proteção da saúde pública, além de garantir o acesso dos profissionais da saúde e dos cidadãos a medicamentos, dispositivos médicos, produtos cosméticos e de higiene corporal, de qualidade, eficazes e seguros (*Cf.* INFARMED 2011ª).

Será pertinente analisar algumas das atividades do Infarmed. Em primeiro lugar, o Infarmed é a entidade responsável pela autorização de introdução no mercado nacional dos medicamentos de uso humano. Estes estão sujeitos a padrões de qualidade, segurança e eficácia, alicerçados na atuação conjunta dos responsáveis pela sua colocação no mercado, das autoridades competentes nacionais e comunitárias. Quanto aos dispositivos médicos, estes são importantes instrumentos de saúde, que englobam um vasto conjunto de produtos e são destinados, pelo seu fabricante, a serem utilizados para fins comuns aos dos medicamentos, tais como prevenir, diagnosticar ou tratar uma doença humana. Devem atingir os seus fins através de mecanismos que não se traduzem em ações farmacológicas, metabólicas ou imunológicas, por isto se distinguindo dos medicamentos. Relativamente aos produtos cosméticos e de higiene corporal, estes são qualquer substância ou preparação destinada a ser posta em contacto com as diversas partes superficiais do corpo humano, designadamente epiderme, sistemas piloso e capilar, unhas, lábios e órgãos genitais externos, ou com os dentes e as mucosas bucais, com a finalidade de, exclusiva ou principalmente, os limpar, perfumar, modificar o seu aspeto, proteger, manter em bom estado ou de corrigir os odores corporais.

O Departamento de Licenciamento do Infarmed tem a missão de desenvolver as atividades de licenciamento das entidades que atuam nas áreas dos medicamentos humanos, medicamentos veterinários e produtos de saúde. Todas as entidades associadas ao fabrico, importação, distribuição grossista

e dispensa ao público de medicamentos e produtos de saúde (farmácias e locais de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica) relacionam-se diretamente com o Infarmed nos termos das competências legais em vigor. Este departamento regista igualmente os profissionais (farmacêuticos, delegados de informação médica, técnicas de venda nos locais de venda de medicamentos não sujeitos a receita médica) que desempenham funções com a responsabilidade de reportar toda a informação sobre monitorização permanente da avaliação, qualidade, segurança e eficácia dos medicamentos e produtos de saúde dispensados ao público.

Finalmente, o Infarmed tem uma missão de monitorização do mercado em quatro frentes: qualidade, segurança, acesso e utilização, sendo que os diferentes intervenientes (fabricantes, distribuidores, prescritores, farmácias, outros locais de venda e utilizadores) estão sujeitos a um conjunto de obrigações e procedimentos, competindo ao Infarmed acompanhar e garantir a sua aplicação (*Cf.* INFARMED 2011[b]).

Se, pela vertente pública, existe o Infarmed, a nível privado existe uma associação que representa as empresas que atuam no sector farmacêutico: a Apifarma. Da sua História, vale a pena recordar que foi fundada em 1975, sucedendo ao Grémio Nacional dos Industriais de Especialidades Farmacêuticas, instituição criada em 1939. Na atualidade, representa mais de 130 empresas responsáveis pela Produção e Importação de Especialidades Farmacêuticas para Uso Humano e Veterinário, Soros, Vacinas, Substâncias Ativas para Uso em Medicamentos e Produtos Auxiliares de Diagnóstico. Tendo em vista a resolução de problemas comuns, o desenvolvimento socioeconómico do sector e do País, a melhoria da Saúde em Portugal e o maior acesso dos doentes às novas terapias, os interlocutores habituais da Apifarma são: a Administração Pública, comissões parlamentares, organismos de cúpula nacionais e internacionais, associações de doentes e instituições representativas dos trabalhadores (*Cf.* APIFARMA 2011[a]). O seu objetivo primordial é: "através da prestação de serviços às empresas associadas, defender os interesses comuns dos seus associados, abrangendo todos os campos multidisciplinares relevantes para o sector" (Idem).

6.2 Políticas de comunicação da indústria farmacêutica em Portugal

É importante analisar toda a problemática legal, ética, social e empresarial das políticas de comunicação das empresas farmacêuticas em Portugal. Só assim será possível compreender a dimensão da influência da Indústria Farmacêutica nos jornais que são objeto desta investigação. Neste sentido, esta secção encontra-se dividida em quatro vertentes. A primeira diz respeito às características da comunicação das empresas farmacêuticas portuguesas, destacando os dados obtidos nas entrevistas realizadas no âmbito desta investigação, junto dos responsáveis pela comunicação destas instituições. Em segundo lugar, será vista a questão da legislação portuguesa a este nível, bem como os códigos éticos e deontológicos do sector e as suas principais implicações. A utilização da internet pelas empresas da área farmacêutica como forma de comunicação privilegiada com diferentes tipos de público também merecerá a devida atenção. Por fim, será descrita a existência de agências de comunicação especializadas na área da saúde em Portugal, cujos principais clientes são, precisamente, as empresas ligadas à área farmacêutica.

6.2.1 Comunicar: o quê, como e para quem?

A comunicação no sector farmacêutico português é complexa, englobando uma multiplicidade de estratégias, condicionalismos, formatos e públicos-alvo. Neste sentido, começar-se-á por analisar sucintamente as características peculiares da comunicação na área farmacêutica e, em seguida, apresentar-se-ão os casos concretos de comunicação em três empresas que atuam neste campo em Portugal.

Especificidades da comunicação na área farmacêutica

Uma das principais questões a ter em conta é muito concreta: há aspetos legais que condicionam a informação e a comunicação na área farmacêutica. Este aspeto será analisado detalhadamente no ponto seguinte (2.2.2), no entanto, é importante fazer desde já esta ressalva. A este nível, destaque-se que, em Portugal, ao contrário de outros países, como por exemplo os Estados Unidos, é proibido fazer publicidade a medicamentos sujeitos a re-

ceita médica em qualquer meio que não seja dirigido exclusivamente aos profissionais de saúde. Assim, está vedada a publicitação em meios generalistas de televisão, rádio, imprensa e internet.

Relativamente à publicidade, esta é, como se verá mais adiante, a base de sustentação dos jornais de informação médica, objeto deste estudo. Para perceber a importância desta estratégia de comunicação das empresas do sector farmacêutico, observem-se os números do investimento publicitário. Então, segundo um estudo da Mediamonitor, o sector em Portugal que, em 2009, mais reforçou o orçamento para a comunicação publicitária foi a Indústria Farmacêutica, que registou um crescimento de 34,2%, somando 211 milhões de euros. Este aumento pode ser justificado pelo aparecimento no mercado de novas marcas de genéricos, mas também pela organização de novas cadeias de vendas (*Cf.* RCMPHARMA: 2010). No período em análise, o sector que mais investiu em publicidade foi o da higiene pessoal, chegando aos 491 milhões de euros, com um crescimento de 14,2%. No entanto, foi o sector farmacêutico que mais reforçou a aposta nesta área. (*Cf.* RCMPHARMA: 2010).

Reinaldo Proença alude às particularidades do principal destinatário de marketing da indústria farmacêutica: o médico. Acerca deste, o autor afirma que o erro de determinadas empresas farmacêuticas assenta na convicção de que a promoção comercial agressiva dos seus produtos é suficiente para aniquilar a vontade do médico, esquecendo-se que os seus conhecimentos científicos e postura ética o levam a outras exigências (*Cf.* PROENÇA 1993: 20). Além disso, Proença alude à existência de uma parte racional e outra emocional ou afetiva no processo de decisão de prescrição por parte do médico (*Cf.* PROENÇA 1993: 25). Por outro lado, alerta para um entrave à comunicação nesta área:

> face ao elevado nível concorrencial existente na indústria farmacêutica e à informação transmitida pela visita médica, cuja qualidade é questionada pelos clínicos, poderá verificar-se um comportamento de vigilância

> percetiva, que pode levar à recusa de certos conteúdos dessa informação transmitida, dada a credibilidade da fonte não ser elevada (PROENÇA 1993: 26).

As soluções que têm sido encontradas, como anota, têm sido "criar variáveis de estímulo, como a organização de um colóquio ou congresso médico, ou ainda uma visita médica mais orientada para a cadeia de valor terapêutico do médico ou outras, que criem a ambiência necessária ao desencadear da atenção, criando condições para que a interpretação seja a pretendida" (PROENÇA 1993: 27).

Em Portugal, uma das mais utilizadas, dado que é considerada mais eficaz, discutidas e controversas estratégias de comunicação da indústria farmacêutica é o contacto direto entre os médicos e os delegados de informação médica. De acordo com os resultados de um estudo regular da NOVADIR (empresa do grupo Marktest) realizado em 2003, junto de Clínicos Gerais, cada médico recebe, em média, dois delegados de informação médica por dia. Esta média não é uniforme ao longo dos meses. Assim, nos meses de Fevereiro/Março e Setembro/Outubro, a pressão de visita junto dos Clínicos Gerais por parte da indústria farmacêutica tende a aumentar (o valor mais alto do ano observa-se no mês de Fevereiro). No período em análise, o mês de Dezembro é, por seu lado, aquele em que se regista o menor número de visitas diárias, facto que se atribui não só à quadra natalícia, mas também pelo facto de muitos laboratórios farmacêuticos concentrarem as suas reuniões gerais nesta época do ano.

Nesta análise, verifica-se, igualmente, que é junto dos médicos com menos de vinte anos de prática clínica que o número de visitas diárias é superior à média. Em termos regionais, embora não se indiquem os motivos, é nas zonas Norte e Centro do país onde a média de delegados de informação médica recebidos pelos clínicos é também superior, muito particularmente junto dos que exercem no Grande Porto. Em oposição, os médicos das regiões do

Sul e Ilhas são, de acordo com os dados apurados, os que recebem diariamente um número de delegados inferior à média apresentada (*Cf.* NOVADIR 2003).

Porém, um estudo realizado por Inês Lopes em 2008, sobre o comportamento de utilização de fontes de informação médica pelos médicos de Clínica Geral portugueses, conclui o seguinte: "a Indústria Farmacêutica, ao utilizar os delegados de informação médica como principal ferramenta de comunicação junto da classe médica, deve procurar reavaliar as suas estratégias de comunicação juntos dos mesmos" (LOPES 2008: 128). Na realidade, a investigadora obteve resultados nesse sentido, dado que, para os médicos estudados, "a fonte de informação com maior 'intenção' de utilização foram os jornais, revistas, livros e tratados em papel e os colegas surgem com maiores 'intenções' de utilização do que os delegados de informação médica" (LOPES 2008: 120). Além do mais, Inês Lopes recorda que "o facto de os jornais, revistas, livros e tratados em papel serem a fonte de informação com maior 'intenção' de utilização é reforçado pelos resultados descritos na revisão bibliográfica, tanto ao nível de estudos nacionais, como internacionais" (LOPES 2008: 120)

Nelson Ferreira Pires, presidente da direção da Markinfar (Associação Portuguesa de Marketing Farmacêutico) desde 2009, refere-se ao "marketing de pantufas" para caracterizar a forma de promoção de um produto ou serviço não utilizando os media, por exemplo o correio postal ou eletrónico, as relações públicas e as promoções de vendas (*Cf.* MARKETEER 2009[b]: 160). O mesmo explica que devido aos condicionalismos legais à promoção, a indústria farmacêutica utiliza regularmente o "marketing de pantufas", como conceito estratégico promocional junto do técnico de saúde (*Cf.* MARKETEER 2009[b]: 160). As vantagens desta abordagem serão: a individualização da comunicação, fugindo à massificação; resultados mais duradouros; recolocar o cliente (médico) no centro da decisão e comunicar, de diferentes formas, os benefícios da empresa ou produto (*Cf.* MARKETEER 2009[b]: 160). Aliás, a criação de relações de longo prazo e mais personalizadas

com os prescritores e influenciadores é uma tendência da comunicação na área farmacêutica, que procura cada vez o estabelecimento de ligações fortes para melhor a produtividade das vendas (*Cf.* MARKETEER 2009[b]: 162).

Então, as políticas de comunicação da indústria farmacêutica são, tradicionalmente, baseadas na "promoção hermética de medicamentos junto dos profissionais de saúde, até porque o médico ocupava uma posição de destaque e poder" (MARKETEER 2009[a]: 122). Sendo assim, não será de estranhar a imagem pouco positiva da indústria farmacêutica perante a sociedade portuguesa, sendo, muitas vezes, vista como "uma máquina sem rosto, destinada a fazer dinheiro às custas da doença e sofrimento dos outros, quebrando algumas regras pelo caminho, potenciando lobbies e demonstrando poucos escrúpulos na obtenção de objetivos comerciais" (MARKETEER 2009[a]: 122). Todavia, as novas tendências da comunicação em saúde, que procuram reverter esta situação, já começam a ter eco em Portugal. Uma dessas alterações é ao nível da noção dos públicos em saúde, pois, como explica o departamento de saúde da agência de relações públicas *Guess What*, há novos protagonistas e, consequentemente, uma fragmentação do poder (*Cf.* MARKETEER 2009[a]: 122). Então, os públicos aos quais de destina a comunicação das empresas farmacêuticas divide-se entre: quem prescreve (médicos), quem paga (administração hospitalar, doente), quem aprova (Infarmed), quem legisla (governo), quem compra (doente), quem aconselha (farmacêutico), quem faz pressão (grupos de doentes, sociedades médicas) e quem influencia (media, comunidades *online*) (*Cf.* MARKETEER 2009[a]: 122).

Neste contexto, as práticas de comunicação deixam de ser baseadas na visita do delegado de informação médica para assentarem numa estratégia multidirecional estimulada por diversos mecanismos de comunicação, tais como as Relações Públicas, a Web 2.0 e as parcerias com associações do sector (*Cf.* MARKETEER 2009[a]: 122). Por fim, a internet reforça a importância do consumidor final dos produtos da indústria farmacêutica: "a cada vez

maior necessidade de uma informação transparente por parte do consumidor, conjugada com a possibilidade de expor a sua opinião, converge como nunca na internet (Web 2.0)" (MARKETEER 2009ª: 122).

O caso de três empresas farmacêuticas portuguesas

No estudo realizado em 2010, obtiveram-se testemunhos de profissionais da indústria farmacêutica que trabalham na área da comunicação destas empresas, sendo possível apresentar exemplos concretos do que é sentido por quem está no terreno. Por exemplo, João Gil, *Business Development Manager* da *Abbott* em 2010, frisava a importância da comunicação interna, explicando que é uma das apostas da empresa e que consiste em dar voz aos colaboradores internos e comunicar atempadamente tudo aquilo que se vai passando (*Cf.* GIL 2010). O mesmo profissional também sublinhou o alargamento do público-alvo da comunicação deste sector, explicando:

> a comunicação tornou-se mais vasta, porque, há uns anos, os focos da indústria farmacêutica eram os médicos, por vezes alguns enfermeiros ligados a algumas áreas de negócio, mas hoje em dia a comunicação passa por outras fronteiras. Nomeadamente, a comunicação com os administradores hospitalares, armazenistas e com o público, nos produtos de venda livre (GIL 2010).

Em relação aos médicos, que continuam a ser o principal público-alvo, o mesmo entrevistado apresentou as formas privilegiadas de contacto com os médicos: os delegados de informação médica, as mesas redondas, reuniões com líderes de opinião e formações. Mais do que os grandes congressos, estas sessões restritas funcionam e são melhores veículos para dar formações e chegar a informação à classe médica e profissionais de saúde (*Cf.* GIL 2010).

"Junto da população geral os objetivos são meramente pedagógicos, isto é, informar a população com propósitos educativos, por exemplo, sensibilizando os sintomas de alguma doença" (GIL 2010). Assim, devido às condicionantes legais (que serão vistas mais adiante) que proíbem a publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica em Portugal, "embora a empresa não

possa contactar diretamente os doentes, contacta associações de doentes, fornece informação das patologias e tudo o que é novidade sem falar de medicamentos específicos" (GIL 2010). Além disso, "os meios de comunicação social também são utilizados como veículos para chegar à população em geral" (GIL 2010). Como explicou, a indústria farmacêutica não está apenas a utilizar as revistas da especialidade, pois embora haja medicamentos que só podem ser publicitados ou divulgados nestas, podem criar-se formas de desenvolver os assuntos, para que os temas e as patologias sejam abordados nos meios de comunicação social generalistas (*Cf.* GIL 2010). Desta forma, quanto à postura relativamente aos media, a empresa procura ter uma postura proactiva, isto é, não espera que as coisas aconteçam para que depois os possa utilizar (*Cf.* GIL 2010).

Por sua vez, João Pereira, que era, em 2010, Assessor de Comunicação da *Roche Farmacêutica*, considerava que atualmente vive-se "um paradigma diferente na comunicação, com as redes sociais, a internet e o emergir de questões que colocam os doentes/ clientes numa posição diferente. Assim, as pessoas, há uns anos atrás, basicamente, limitavam-se a receber a informação, mas, hoje em dia, a comunicação é muito mais dinâmica" (PEREIRA 2010). Por outro lado, "cada vez faz menos sentido o conceito de comunicação de massas, porque as pessoas são diferentes, são diferenciadas, têm acesso a mecanismos que lhes permitem aceder à informação quando querem, como querem e de fazer elas próprias a seleção da informação a que querem aceder" (PEREIRA 2010). Neste sentido, realçou o maior poder dos doentes e das pessoas em geral, devido ao facto de deterem informação sobre medicina, sendo eles próprios, muitas vezes, fontes de informação para as outras pessoas. Sendo assim, é cada vez mais importante que as empresas farmacêuticas estejam conscientes destas mudanças e façam coisas diferentes do que se fazia há uns anos atrás (*Cf.* PEREIRA 2010). Porém, o assessor de comunicação alerta:

> na área da indústria farmacêutica há sempre algumas questões que é importante considerar, nomeadamente a regulamentação do sector. Existe uma legislação apertada sobre publicidade de medicamento que

> impede de comunicar de uma forma direta as marcas junto de todo o público que não seja profissional de saúde, pelo que existe sempre essa limitação que é preciso ter em consideração (PEREIRA 2010).

O contacto direto continua a ser a forma de comunicação privilegiada da indústria farmacêutica com os profissionais de saúde, mesmo existindo um vasto conjunto de possibilidades, que vão desde os congressos à visita médica (*Cf.* PEREIRA 2010). Em relação à comunicação com os profissionais de saúde, o assessor explicou que, neste grupo, "incluem-se não só os médicos, como também os farmacêuticos hospitalares, os enfermeiros e os administradores hospitalares" (PEREIRA 2010). Embora haja limitações, entre outras legais, "o contacto direto, portanto, face a face com os profissionais de saúde é muito importante" (PEREIRA 2010). No entanto, João Pereira admitia a possibilidade de reduzir o contacto face a face e trabalhar num *mix* de comunicação que não se restringe a este, como antigamente, por exemplo através das novas tecnologias de informação. Tais estratégias comunicativas devem ser delineadas em função do interlocutor, ou seja, das formas de comunicação que estes privilegiam (*Cf.* PEREIRA 2010).

Ainda em relação aos médicos, "a indústria farmacêutica, desde sempre, tem apostado muito no desenvolvimento e na formação pós-graduada de médicos, sendo de louvar o empenho da indústria farmacêutica, de uma forma geral, na formação dos médicos" (PEREIRA 2010). Mais: "os médicos muitas vezes, teriam dificuldade no acesso à inovação, aos novos avanços terapêuticos, se não fosse a indústria farmacêutica a dar-lhes esta possibilidade de formação pós-graduada" (PEREIRA 2010). Nesta perspetiva, "a indústria farmacêutica, ao dar a possibilidade dos médicos melhorarem o seu conhecimento e a sua formação, está naturalmente a contribuir para uma melhor saúde em Portugal" (PEREIRA 2010).

Os médicos não constituem o único público-alvo da comunicação das empresas farmacêuticas: há todo um conjunto de intervenientes na área da saúde com quem interagem, nomeadamente as entidades regulamentadoras, como o Infarmed (*Cf.* PEREIRA 2010). É o caso dos media, numa

perspetiva de "caixa de ressonância das mensagens da empresa" e que permitem alcançar vários grupos, incluindo a população em geral e os doentes (*Cf.* PEREIRA 2010). Deste modo, destacou: quer a utilização dos media, através da informação que se veicula para as redações; quer a criação de *sites* temáticos, que são criados especificamente para uma determinada ação ou campanha; quer o uso das redes sociais (*Cf.* PEREIRA 2010). Em relação ao público em geral, atualmente, existe uma franja crescente da população cada vez mais informada e que tem consciência que deve ter um papel ativo na sua própria saúde, pelo que procuram informação em todos os meios disponíveis e questionam e confrontam o médico (*Cf.* PEREIRA 2010).

A responsabilidade social é vista como "inerente à própria essência de uma empresa que tem como objetivo desenvolver medicamentos que visem curar, tratar as pessoas" (*Cf.* PEREIRA 2010). Portanto, é encarado com muita naturalidade o desenvolvimento de iniciativas deste tipo, que passam não só pela disponibilização de medicamentos, mas também pela formação, educação, informação, campanhas de sensibilização, rastreios e ações de informação em parceria com associações de doentes (*Cf.* PEREIRA 2010) Aliás, João Pereira classificou como "fundamental e muito importante" a rede de parcerias que há muitos anos a empresa tem com associações de doentes e das quais resultam, sobretudo, ações de sensibilização, de educação e de informação para questões relacionadas com a saúde (*Cf.* PEREIRA 2010).

Fernando Santos, responsável em 2010 pela área cardiovascular da companhia *Bayer*, revelou que assessoria de comunicação da empresa é externa à empresa, sendo realizada pela agência *Lift Consulting*, embora existam as áreas de marketing e vendas de cada um dos departamentos da empresa (SANTOS 2010). Quanto ao contacto com os media, este acontece, "sempre que é relevante, quer para profissionais, quer para o público em geral, através da publicação em revistas ou jornais especializados" (SANTOS 2010). A questão da responsabilidade social também é tida em linha de conta pela *Bayer*, como referiu, por exemplo, fazendo rastreio da diabetes ou da hipertensão, com os próprios equipamentos, profissionais e produtos, res-

pondendo assim a solicitações de centros de saúde ou grupos de médicos (*Cf.* SANTOS 2010). Assim, "é uma obrigação prevenir ou tentar prevenir futuras doenças" (SANTOS 2010).

Em relação à comunicação com os médicos, o entrevistado admitiu: "as forças de vendas são ainda o investimento mais oneroso" (SANTOS 2010). Além disso, entre as outras formas de comunicação com os profissionais de saúde, Fernando Santos assinalou a publicidade na imprensa especializada e as presenças em congressos nacionais e internacionais nas áreas de intervenção da empresa, nomeadamente através de simpósios ou comunicações (*Cf.* SANTOS 2010). Por outro lado, há uma vertente muito grande de formação médica pós-graduada, que se reveste de interesse mútuo: o profissional de saúde tem interesse em estar lá e a empresa tem interesse em divulgar as suas informações e produtos (*Cf.* SANTOS 2010).

6.2.2 A legislação portuguesa

Na medida em que lida com produtos que interferem na saúde e vida humanas, é compreensível que a indústria farmacêutica seja "uma das indústrias mais expostas ao controle governamental e à atenção da opinião pública a nível mundial" (PROENÇA 1993: 15). Para abordar a realidade portuguesa a este nível, começar-se-á pela apresentação do enquadramento legal e deontológico das práticas de comunicação no sector. Seguir-se-á a apresentação de pareceres sobre esta temática, por parte dos responsáveis pela comunicação das empresas farmacêuticas que participaram neste estudo.

Principais normas legais e orientações deontológicas

"A protecção da saúde pública constitui um direito dos indivíduos e da comunidade, que se efectiva pela responsabilidade conjunta dos cidadãos, da sociedade e do Estado, em liberdade de procura e de prestação de cuidados, nos termos da Constituição e da Lei" (COSTA 2007: 77), explica o advogado João Ribeiro da Costa. O mesmo elucida que a atividade farmacêutica, de acordo com a Lei de Bases da Saúde, "abrange a produção, comercialização, importação e exportação de medicamentos e produtos medicamentosos" (COSTA 2007: 77). Assim, pela sua importância e riscos que comporta, é

uma atividade que exige do Estado uma atenção especial, de regulação e fiscalização da mesma, garantindo o primado da proteção da saúde pública (*Cf.* COSTA 2007: 77).

A Lei de Bases da Saúde dispõe que "a atividade farmacêutica tem legislação especial e fica submetida à disciplina e fiscalização conjuntas dos ministérios competentes, de forma a garantir a defesa e a proteção da saúde, a satisfação das necessidades da população e a racionalização do consumo de medicamentos e produtos medicamentosos" (COSTA 2007: 77). Por outro lado, o Novo Estatuto do Medicamento, aprovado por Decreto-Lei em 2006, afirma expressamente o "princípio do primado da proteção da saúde pública" e tem como outros seus princípios essenciais "o princípio da promoção do uso racional do medicamento" (*Cf.* COSTA 2007: 77). Neste novo decreto, a publicidade de medicamentos é vista de uma forma muito mais abrangente do que a publicidade a qualquer outro produto, definindo-se como "qualquer forma de informação, de prospeção ou de incentivo que tenha por objeto ou por efeito a promoção da sua prescrição, dispensa, venda, aquisição ou consumo" (COSTA 2007: 77). Isto engloba várias circunstâncias: contactos com o público em geral, distribuidores por grosso e profissionais de saúde; visita de delegados de informação médica e/ou fornecimento de amostras ou bonificações comerciais aos distribuidores e profissionais de saúde; concessão, oferta ou promessa de benefícios pecuniários ou em espécie de valor; patrocínio de reuniões de promoção; patrocínio a congressos ou reuniões de carácter científico e referência ao nome comercial do medicamento (*Cf.* COSTA 2007: 78).

Em Portugal, o Infarmed é a entidade pública responsável pela fiscalização da publicidade de medicamentos, dispositivos médicos e produtos cosméticos e de higiene corporal. A publicidade de medicamentos está sujeita ao regime jurídico previsto no Estatuto do Medicamento, Decreto-Lei N.º 176/2006, de 30 de Agosto e subsidiariamente o disposto no Código da Publicidade. A publicidade de dispositivos médicos está sujeita ao regime jurídico previsto no Decreto-Lei N.º 145/2009 de 17 de Junho de 2009, aplicando-se também, em termos subsidiários, o disposto no Código da Publicidade. A publicida-

de de produtos cosméticos e de higiene corporal encontra-se regulada no Decreto-Lei N.º 189/2008, de 24 de Setembro e também, subsidiariamente, no Código da Publicidade (*Cf.* INFARMED 2011ª).

Cabe ao Infarmed a monitorização do mercado, através da consulta de diferentes suportes publicitários (televisão, rádio, imprensa, internet) e ainda através de queixas e/ou denúncias recebidas. Em qualquer das situações, procede a uma avaliação das peças publicitárias, dirigidas quer ao público em geral, quer aos profissionais de saúde, tendo em atenção os seus efeitos e benefícios, com vista à promoção do uso racional do medicamento e dos produtos de saúde. No caso dos medicamentos, os titulares de Autorização de Introdução no Mercado devem remeter ao INFARMED, I.P., as peças publicitárias, para efeitos do respetivo registo e apreciação, conforme resulta da Deliberação n.º 044/CD/2008. Para esse efeito, devem aceder ao Sistema de Gestão de Publicidade de Medicamentos. Aliás, um dos órgãos do Infarmed é mesmo o Conselho Nacional de Publicidade do Medicamento, ao qual compete, entre outras coisas: pronunciar-se sobre as medidas legislativas e regulamentares em matéria de atividade publicitária relativa aos medicamentos para uso humano; emitir pareceres sobre a aplicação e observação das regras e normas que disciplinam a publicidade dos medicamentos, sob todas as formas que a mesma reveste, designadamente a divulgada pelos meios de comunicação social, o marketing farmacêutico, a realização de acções promocionais e o patrocínio de eventos e apresentar propostas ou recomendações tendo em vista a melhoria dos padrões qualitativos de difusão da mensagem publicitária relativa aos medicamentos (*Cf.* INFARMED 2011ª).

Como entidade responsável pela fiscalização da publicidade de medicamentos de uso humano e produtos de saúde, o Infarmed tem vindo a reforçar a sua intervenção nesta área, incrementando a monitorização do mercado. Durante o ano 2010, como cômputo final da atividade de monitorização e controlo do mercado – quer através do Sistema de Gestão de Publicidade de Medicamentos (GPUB) e da consulta a diferentes suportes publicitários, quer através de denúncias e pedidos de avaliação prévia – resultou a avalia-

ção de 2785 peças publicitárias a medicamentos e de 93 peças publicitárias a produtos de saúde. No âmbito dessa avaliação – que tem em atenção os efeitos e benefícios, com vista à promoção do uso racional do medicamento e dos produtos de saúde – foram advertidos treze titulares de titulares de Autorização de Introdução no Mercado (AIM) e um titular de suporte publicitário, para o cumprimento da legislação em vigor sobre publicidade, tendo sido, também, instaurados vinte e oito processos de contraordenação social, maioritariamente, a titulares de AIM (25 processos). Esses processos derivaram, fundamentalmente, da infração ao preceito legal que obriga a que a publicidade não seja enganosa e da ausência de elementos obrigatórios na publicidade junto dos profissionais de saúde. Foram, igualmente, avaliados, do ponto de vista da relevância clínica, 141 pedidos formulados pelos titulares de Autorização de Introdução no Mercado, para aprovação de Informações Essenciais Compatíveis com o RCM, sendo o tempo médio de resposta de dezoito dias (prazo legal – 30 dias). Neste período, foi dada resposta a 223 pedidos de esclarecimento sobre matérias relativas a publicidade a medicamentos e produtos de saúde e foi efetuada a avaliação de cinco Materiais Educacionais incluídos em Planos de Gestão de Risco de Medicamentos, no âmbito da Farmacovigilância (*Cf.* INFARMED 2011[e]).

Uma situação que implicou os jornais de informação médica, alvo deste estudo, ocorreu em Março de 2008, quando os responsáveis por três editoras de publicações médicas especializadas: Impremédica (do jornal "Tempo Medicina"), VFBM (do "Jornal Médico de Família") e Euromedice (da "Revista Portuguesa de Clínica Geral" e do "Jornal do Instituto Português de Reumatologia", entre outros) interpuseram uma providência cautelar contra o Infarmed e o Ministério da Saúde. Esta providência cautelar ao Infarmed visava suspender o regulamento que determinava, entre outros pontos, que a informação relativa às características dos medicamentos fosse publicada junto aos anúncios dos mesmos. O referido regulamento pretendia regular a publicidade dos medicamentos de uso humano, prevista no Estatudo do Medicamento publicado em 2006. O documento foi mal recebido pelas três editoras, pois considerou-se que iria causar muitos prejuízos, podendo levar

mesmo à ruína das publicações na área da medicina. O ponto da discórdia assentava, em particular, no ponto 5 do regulamento, onde é definido que, quando no anúncio não for possível incluir o resumo das características do medicamento (RCM), o mesmo deverá ser publicado "continuamente à mesma peça". A sua aplicação, segundo as editoras, levaria à publicação de conteúdo publicitário (RCM) confundindo-se com o jornalístico, à redução de espaço para conteúdo editorial e, do ponto de vista estético, páginas inenarráveis. Alegaram ainda que, na base da contestação, está ainda a perceção de que o regulamento do Infarmed ia mais longe do que o próprio decreto-lei, já que neste consta que "os anúncios não podem ir contra o que diz o RCM, mas nunca diz que este tem de estar ao lado do anúncio". A medida, consideram os editores, atinge sobretudo a imprensa médica especializada, não fazendo sentido que a informação para os médicos seja maior do que aquela que é dirigida ao público, mesmo nos medicamentos não sujeitos a receita médica. Os responsáveis pelas publicações especializadas atribuíram a esta medida a responsabilidade de ditar "o fim da imprensa médica" (*Cf.* MARCELA 2008).

Posteriormente, em 2009, o Tribunal Administrativo de Círculo de Lisboa (TACL) indeferiu a providência cautelar que visava suspender a eficácia do art.º 2.º do Regulamento da Publicidade a Medicamentos, elaborado pelo Infarmed (Deliberação n.º 44/CD/2008) no âmbito do DL n.º 176/2006, de 30 de Agosto, com o fundamento de que essa norma "tornava inviável ou, pelo menos, dificultava a publicação das suas revistas e jornais pondo em causa a sobrevivência da sua atividade". O TACL analisou edições anteriores e posteriores à data de aprovação do Regulamento, não tendo verificado quaisquer alterações decorrentes da inclusão dos elementos exigidos pela norma em causa. Na sua fundamentação, o TACL refere que "as requerentes não trouxeram quaisquer elementos que permitam concluir que a inclusão dos elementos exigidos pela norma suspensa desvirtua a natureza das publicações, transformando-as em publicações maioritariamente ocupadas com informação relativa à publicidade que anunciam". Enfim, independentemente de todo o processo jurídico-legal, a verdade é que, como se verá

mais adiante, esta medida, entre outras causas, continua a ser apontada pelos diretores das publicações, como uma das responsáveis pela complicada situação financeira neste setor editorial.

Relativamente ao enquadramento ético e deontológico das estratégias de comunicação da Indústria Farmacêutica em Portugal, encontram-se vários documentos, entre os quais, o Código de Boas Práticas de Comunicação da Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica (APIFARMA), publicado em 2003. Há neste alguns aspetos a destacar, como assumir que o sector farmacêutico é alvo de uma redobrada atenção mediática, pelo que não pode deixar de abrir portas para o exterior, quer para o esclarecimento público, quer no sentido da legítima defesa, através do recurso a factos e indicadores que realcem os contributos da indústria farmacêutica para o bem estar dos cidadãos (*Cf.* APIFARMA 2003).

Assim, este Código de Boas Práticas tem objetivos ao nível interno e externo. No primeiro caso, a meta é "manter e reforçar a eficiência do elo de ligação institucional entre as diversas Empresas associadas na Apifarma" (APIFARMA 2003) e "harmonizar as técnicas, formas e conceitos de comunicação a utilizar no decurso da atividade de Comunicação e Relações Públicas da Indústria Farmacêutica, por forma a assegurar o respeito concorrencial entre as diversas empresas, através da excelência ética e deontológica" (APIFARMA 2003). Externamente, alguns dos objetivos são: a certificação dos profissionais da comunicação da Indústria Farmacêutica; garantir a total transparência da Indústria Farmacêutica aos olhos dos diversos públicos e da opinião pública, em geral; reforçar a notoriedade da Indústria Farmacêutica e da Apifarma, respeitando a sua "Carta de Missão e de Valores"; promover a divulgação das atividades da Indústria Farmacêutica em todas as suas vertentes, para a defesa da saúde dos cidadãos, nomeadamente, prevenção, terapêuticas, investigação científica e inovação; contribuir para prestigiar a missão insubstituível da imprensa especializada na área da Saúde; assegurar que todos os processos comunicacionais, nomeadamente os materiais produzidos para divulgação externa, estejam em harmonia com o disposto neste Código de Boas Práticas e nou-

tros documentos deontológicos de grupos profissionais nossos parceiros, como os da Saúde, da Comunicação Social, do Marketing e da Publicidade, entre outros, bem como na legislação em vigor; promover a divulgação dos projetos de parceria com a comunidade, nomeadamente das associações de doentes, sociedades médicas, entidades oficiais e organizações não governamentais (*Cf.* APIFARMA 2003).

No ano 2008, a APIFARMA publica um novo código deontológico para regular, especificamente, as práticas promocionais da indústria farmacêutica e as interações com os profissionais de saúde. Este novo código surge da fusão da versão anterior com o Código Deontológico da EFPIA (*European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations*), aprovado em Outubro de 2007 e integrando igualmente os aspetos relativos a publicidade a medicamentos, em conformidade com o Decreto-Lei de 2006 relativo ao Estatuto do Medicamento. Uma das novidades é que este Código Deontológico regula, pela primeira vez, as relações das Associações de Doentes com a Indústria Farmacêutica, estabelecendo um código de conduta para esta interação. Quanto aos objetivos, passam por assegurar que as empresas farmacêuticas façam "uma promoção ética, evitando práticas enganadoras e potenciais conflitos de interesse com profissionais de saúde, no cumprimento das leis e dos regulamentos aplicáveis, em benefício do nome e do prestígio da Indústria Farmacêutica" (APIFARMA 2008).

Com este código, pretende-se "possibilitar um ambiente em que o público em geral possa estar seguro de que as escolhas relativas aos seus medicamentos são efetuadas com base no mérito de cada produto e nas necessidades clínicas dos doentes" (APIFARMA 2008). Para tal, são estabelecidas regras concretas a vários níveis: a promoção em geral e a informação a disponibilizar; a publicidade; o patrocínio de eventos de natureza promocional, científica e profissional (reuniões, congressos, simpósios, entre outros) e respetiva hospitalidade (alojamento, viagens, refeições, entre outros); as ofertas e incentivos; as amostras gratuitas de medicamentos; os subsídios à investigação; os contratos com instituições, organizações ou associações de

profissionais de saúde; a contratação de consultores médicos; as atividades dos delegados de informação médica; a relação com as associações de doentes (*Cf.* APIFARMA 2008).

A cooperação entre a classe médica e a Indústria Farmacêutica é vista como essencial e merecedora de orientação deontológica por parte da APIFARMA. Neste sentido, a associação sustenta recomendações europeias, resultantes de um acordo entre a classe médica, representada pelo *Standing Comittee of European D*octors (CPME) e a Indústria Farmacêutica, representada pela *European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations* (EFPIA). Deste modo, na deontologia seguida pela APIFARMA, "a cooperação entre a classe médica e a indústria farmacêutica é importante e necessária a todos os níveis do desenvolvimento e do uso de medicamentos, por forma a assegurar a segurança dos doentes e a eficácia da terapêutica" (APIFARMA 2011b). Além disso, "é de vital importância que a colaboração entre a classe médica e a indústria farmacêutica seja baseada em princípios gerais por forma a garantir elevados padrões de ética e os direitos dos doentes, bem como respeitar as expectativas da sociedade, ao mesmo tempo que garante a independência de ambas as partes no exercício das suas atividades" (APIFARMA 2011[b])

A opinião dos profissionais do sector farmacêutico

Passando para as perspetivas dos profissionais das empresas farmacêuticas que participaram neste estudo, no ano 2010, pode ver-se até que ponto estes encontram, ou não, na legislação e códigos deontológicos existentes em Portugal as soluções para os problemas que se apresentam à comunicação num sector tão complexo como o é o farmacêutico.

Em primeiro lugar, quando questionados sobre o facto de em Portugal ser proibido fazer publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica, ao contrário de outros países, como os Estados Unidos, as respostas são cautelosas. João Gil, da *Abbott* admite: "se a população portuguesa fosse capaz de absorver a informação que a indústria farmacêutica tem para lhe dar, concordava que devêssemos generalizar toda essa informação, mas desta forma tenho

algum receio" (GIL 2010). No entanto, critica que, em contrapartida, seja possível a publicidade a certos produtos de venda livre, e exemplifica: "pode fazer-se publicidade de carta aberta ao paracetamol e este até pode matar" (GIL 2010). Já na opinião de João Pereira, da *Roche*, o principal problema é que, "hoje em dia com o acesso à internet, qualquer pessoa tem facilmente acesso à informação sobre qualquer tipo de medicamento" (PEREIRA 2010). Sendo assim, com o ideal de preservar as pessoas, aceita que se a publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica permitir, por exemplo, que um português tenha acesso a informação de qualidade sobre um determinado medicamento, até se devia facilitar, para evitar que ele depois vá buscar essa informação em sítios que pode não estar validada cientificamente ou possa ter alguma dificuldade de interpretação (*Cf.* PEREIRA 2010). Contudo, admite serem necessárias "algumas cautelas", até porque são medicamentos e doenças que muitas vezes requerem uma leitura diferenciada e não se podem promover interpretações erradas nem fomentar questões que possam depois ser difíceis de gerir na relação doente-médico (*Cf.* PEREIRA 2010). Por sua vez, Fernando Santos, da *Bayer*, concorda que este tema "deve ser regulamentado como o é em Portugal" (SANTOS, F. 2010). No entanto, também alerta para os perigos da internet, que "dá acesso a tudo e, inclusive, há fraudes e pessoas compram medicamentos sem controlo, o que pode criar problemas graves" (SANTOS, F. 2010).

As críticas dos entrevistados em relação à publicidade na área farmacêutica em Portugal dividem-se em diferentes perspetivas. Na mira de Fernando Santos está a área dos produtos naturais que, segundo este profissional, não está devidamente regulamentada, surgindo à venda em supermercados e com informação que, por vezes, não é fidedigna nem tem credibilidade (*Cf.* SANTOS, F. 2010). Além do mais, como adverte, "embora sejam produtos naturais, estes podem, muitas vezes, interferir com medicamentos que as pessoas estão a tomar e, por isso, deviam ser mais regulamentados" (SANTOS, F. 2010). Outras críticas vão para a publicidade aos medicamentos genéricos. Para João Gil, "o mercado a esse nível está a entrar numa guerra brutal e que só vai fazer confusão na cabeça do doente" (GIL 2010).

Quanto aos medicamentos de venda livre, é defensor que "exista uma publicidade generalizada, mas para isso tem de haver um processo de educação e informação da população e de sensibilização em relação aos farmacêuticos e ajudantes de farmácia" (GIL 2010). Nesta perspetiva, admite mesmo que as empresas da área farmacêutica "que têm a área de produtos de venda livre deviam ter mais preocupação em dar informação" (GIL 2010).

6.2.3 A presença das empresas farmacêuticas na internet

Nesta secção apresentar-se-á um estudo realizado sobre o modo como a internet é utilizada pelas empresas do sector farmacêutico em Portugal, para comunicarem com os diferentes públicos a que se dirigem: médicos, farmacêuticos, população em geral, associações de doentes, meios de comunicação social, entre outros. Antes disso, porém, serão transmitidas as opiniões dos representantes da indústria farmacêutica entrevistados nesta investigação.

Opiniões dos profissionais

Referindo-se ao caso da empresa farmacêutica *Roche*, João Pereira recorda que esta foi inovadora em relação à internet: "foi o primeiro laboratório farmacêutico em Portugal a investir na internet e a disponibilizar acesso a informação científica, através de senha, a profissionais de saúde" (PEREIRA 2010). Este é um serviço que a empresa disponibiliza desde 1999 e que "é muito valorizado pelos profissionais de saúde" (PEREIRA 2010). Por isso, a internet é uma área em que a *Roche* investe, para além das estratégias de comunicação mais tradicionais: a visita médica, a participação em congressos, entre outras (*Cf.* PEREIRA 2010). Logo, há "consciência que, hoje em dia, é incontornável estar presente na internet e disponibilizar de uma forma fácil o conhecimento e saber que se possui enquanto empresa de investigação, quer para profissionais de saúde, quer para não profissionais de saúde" (PEREIRA 2010). Em relação ao público em geral, João Pereira realça que obedecendo às limitações legais existentes, a empresa tem uma presença

muito grande na internet, com vários sítios temáticos em diferentes áreas, que vão desde a oncologia, à sida, às hepatites e muitas mais (*Cf.* PEREIRA 2010).

Quanto à *Abbott*, João Gil lamenta que a internet "não esteja ser utilizada tanto quanto gostariam, porque está em desenvolvimento a plataforma em português, estando previstos sítios relacionados com cada uma das áreas de negócio propriamente ditas" (GIL 2010). "Essas áreas de negócio têm atualmente uma ligação direta às patologias, pelo que, por exemplo, um doente com artrite reumatoide terá oportunidade de chegar ao sítio na internet e ter toda a informação"(GIL 2010), explicou. Apesar de concordar que "a via *online* é fundamental" (GIL 2010), o profissional sublinha que poucas pessoas têm acesso à internet, nomeadamente nas faixas etárias mais idosas ou com índices académicos mais baixo. É a pensar nestes públicos que a empresa coloca folhetos nas consultas externas dos hospitais, como veículos de comunicação, e alerta para determinados sintomas, indicando, se for caso disso, a necessidade de consultar o médico (*Cf.* GIL 2010).

Comunicação *online*: 2005-2011

Ao investigar qual seria a comunicação estratégica através da internet para as empresas farmacêuticas em Portugal, verificou-se a existência de alguns indicadores importantes neste sentido. Para tal, averiguou-se a existência ou não de referências explícitas ao departamento de comunicação, assessoria de imprensa ou relações públicas no sítio da internet destas empresas. Por outro lado, procurou-se saber se empresas farmacêuticas utilizam a internet para a colocação de *press-releases* ou comunicados de imprensa, de modo a comunicarem com os meios de comunicação social. Finalmente, uma chamada de atenção para o facto que este estudo divide-se em duas análises, realizadas num intervalo temporal de seis anos. Então, a primeira análise data do ano 2005 e a segunda análise foi efetuada em 2011, o que possibilita uma visão do seu desenvolvimento.

Em primeiro lugar, pesquisa-se, no ano 2005, quais as empresas farmacêuticas que apresentam no seu sítio na internet um departamento de comunicação, marketing, assessoria de imprensa ou relações públicas. Desde logo, verifica-se que a principal associação do sector, APIFARMA (Associação Portuguesa de Indústria Farmacêutica), possui um Departamento de Comunicação. Em relação às empresas farmacêuticas, a título individual, a *Boehringer Ingelheim, Lda.* apresenta o contacto de Relações Públicas, com o respetivo endereço de correio eletrónico. Por outro lado, o grupo *Medinfar* descreve os objetivos do seu departamento de marketing: "promover os produtos e serviços de acordo com as melhores práticas promocionais e em respeito aos princípios éticos mais elevados; assegurar o excelente conhecimento do mercado e dos nossos clientes". Finalmente, a *Ratiopharm* tem uma secção *online* denominada "Imprensa", que tem como destinatários os profissionais dos meios de comunicação social.

Em segundo lugar, investigou-se quais as empresas farmacêuticas que publicam *press-releases* ou comunicados de imprensa *online*. A primeira constatação é que nem todas as empresas farmacêuticas têm o mesmo nível de qualidade, quantidade e atualidade deste tipo de conteúdos. Então, as empresas farmacêuticas que publicam *press-releases online*, embora com bastantes diferenças na forma como o fazem, são as seguintes: *Bial*; *Roche*; *Ratiopharm*; *Pfizer*; Grupo *Medinfar*; Grupo *Jaba*; *Schering*; *Bayer*; *Organon* e *Zambon*. São de destacar ainda a *Boehringer Ingelheim, Lda*, que tem canal de notícias, mas os principais conteúdos são informações institucionais e não *press-releases*. Outra situação a registar é o facto de algumas empresas terem apenas um sítio na internet internacional, verificando-se que Portugal é dos poucos países onde as empresas operam sem direito a *site* nacional. Neste caso, os *press-releases* são em inglês, como acontece nas seguintes empresas: *Novartis*, *Astra Zeneca*; *Sanofi Aventis* e o Grupo *Tecnimede*, embora este último não estivesse totalmente operacional. Por último uma nota para a *Labesfal Genéricos*, pois esta, embora não tenha *press-releases*, tem uma revista de imprensa com notícias que foram publicadas pelos meios de comunicação social sobre o grupo.

Observando as empresas farmacêuticas que apresentam, em 2011, no seu sítio na internet, um departamento de comunicação, marketing, assessoria de imprensa ou relações públicas, pode afirmar-se, com segurança, que houve um desenvolvimento considerável a este nível comparativamente a 2005. Por exemplo, a *Bial* apresenta mesmo o nome da responsável pelo "Gabinete de Comunicação", Susana Vasconcelos, além de fornecer todos os contactos (morada, *email*, telefone e fax) do respetivo departamento. Também a *Merck* Portugal indica o nome da responsável, Maria de Vasconcelos, que neste caso dirige o "Departamento de Comunicação Institucional". Além do mais, é feita referência no *site* aos responsáveis pela comunicação nos restantes países com delegações da *Merck*. Já a *Boehringer Ingelheim Portugal* apresenta todos os contactos relativos ao departamento denominado de "Relações Públicas", enquanto a *Janssen-Cilag* apresenta um "Departamento de Marketing". Quanto à *Novartis*, esta evidencia um "Departamento de Comunicação e Relações Públicas", ao passo que na *Sanofi-Aventis Portugal* surge a "Direcção de Relações Institucionais e Comunicação", com **c**ontactos específicos para a "Imprensa". Por fim, a *AstraZeneca*, no que toca à comunicação, apenas remete para o *site* internacional da empresa, com uma secção de contactos para os media.

Algumas empresas assumem a comunicação como uma tarefa de entidades externas, isto é, agências de Comunicação. É o caso da *Roche*, que explicita no seu sítio *online* que a comunicação é feita através de uma agência de comunicação, *Porter Novelli Portugal*, da qual fornece, também, todos os contactos. No caso de outras empresas, as referências às empresas de comunicação aparecem nos *press releases*, como é o caso da *Pfizer* (*Lift Consulting*, *LPM Comunicação* e *Grupo GCI – Inside Health*), a *Jaba Recordati* (*MediaHealth Portugal*), *Zambon* (*C&C - Consultores de Comunicação*) e a *Bayer* (*Inforpress*).

Por fim, as instituições mais importantes ligadas ao sector farmacêutico valorizam a comunicação na sua apresentação na internet. De facto, a Apifarma, associação que representa a indústria farmacêutica, coloca em

evidência o seu Departamento de Comunicação. Por seu turno, o Infarmed, instituto público que tutela e regula o sector, destaca o Gabinete de Imprensa e respetivo assessor, Pedro Faleiro, bem como todos os seus contactos.

Como se conclui, verifica-se uma disparidade no enquadramento da área da comunicação na estrutura organizacional. Além do mais, são múltiplas as designações utilizadas para classificar os departamentos dedicados à atividade comunicativa. Isto pode explicar-se, à primeira vista, quer por diferentes papéis atribuídos à comunicação nas diferentes empresas ou instituições farmacêuticas, quer pela falta de maturidade da área da comunicação em Portugal, o que impede a existência de um sistema uniforme e organizado a este nível. No entanto, apenas o estudo aprofundado dos departamentos de comunicação destas empresas, o que se justificaria numa pesquisa sobre a dimensão comunicativa do setor farmacêutico em Portugal, permitiria compreender melhor este fenómeno.

Em relação aos resultados da investigação sobre as empresas farmacêuticas que publicam na internet *press-releases* ou comunicados de imprensa, houve também algumas modificações assinaláveis, que serão analisadas caso a caso. Então, a *Bial* tem uma secção intitulada "Notícias e Eventos", onde apresenta notícias atuais sobre o grupo. A *Roche Portugal* tem uma subsecção denominada "Notícias", sobre eventos patrocinados pelo grupo, bem como sobre patologias, mas à data da análise não era atualizada desde Novembro de 2010. A *Pfizer* tem a secção "Sala de Imprensa", com comunicados de imprensa sobre eventos organizados pela mesma, patologias e medicamentos, bem como informação financeira em inglês. A *Solvay Portugal* conta com a secção "Notícias Recentes", onde estão patentes notícias referentes ao período entre 2002 e 2011, enquanto que a *Sanofi-Aventis* utiliza a secção "Sala de imprensa" para disponibilizar comunicados publicados entre 2006 e 2011, sobre o próprio grupo, medicamentos, patologias e dispositivos. A *Bluepharma*, na subsecção "Notícias", apresenta notícias sobre a empresa que tenham sido divulgadas nos media.

A divisão da secção destinada aos meios de comunicação social em dois ou mais segmentos é uma tendência dominante nos sítios analisados. Assim, a *Bayer* tem a secção "Press Room" com as Subsecções "Dossier de Imprensa" (com informações sobre a história e organização da *Bayer*) e "Comunicados de Imprensa" sobre eventos e concursos promovidos pelo grupo, bem como lançamentos de novos produtos, efemérides e patologias. De modo semelhante, os *Laboratórios Delta* possuem a secção "Imprensa", com subsecções: "Notas de imprensa" (apenas duas notas de imprensa, uma delas data de 2011) e "Notícias" (sobre medicamentos e sobre o próprio grupo). A *Boehringer Ingelheim* divide a secção "Notícias" em: "Informações" (com vários itens com informação institucional sobre o grupo) e "A *Boehringer Ingelheim–Portugal* num minuto" (com algumas informações sobre o grupo). Com mais subdivisões, a *Novartis* reparte a secção "Sala de Imprensa" nas seguintes subsecções: "Índice sala de imprensa", "Últimas notícias" (sobre o grupo, medicamentos, distinções e programas), "Histórias em destaque" (disponível entre os anos de 2008 e 2010), "*Press kit*" (documentação sobre o grupo), "Publicações" (disponível para download relatórios anuais de 2006, 2007 e 2008 sobre a estratégia e desempenho do grupo) e "Contactos". Finalmente, a *Merck* reparte a secção "Media" em "Notícias" (notícias atualizadas e arquivo, mas apenas em inglês), "Biblioteca de imagens" (fotos, gráficos e filmes da instituição e de produtos farmacêuticos), "Calendário de eventos" (não atualizado) e "A nossa equipa de media" (apresentação do gabinete de imprensa corporativo e dos sectores de negócio). Quanto à *Generis*, esta apresenta a secção "Eventos" e a secção"Notícias" que, por sua vez, subdivide-se em: "Newsletter" (disponível desde 2003 e de acesso livre a jornalistas e público em geral) e "Novidades" (acessível apenas através de registo).

A falta de atualização é um dos problemas dos sítios *online* examinados, como é o caso do Grupo *Medinfar* – que tem secção "Notícias", com comunicados e notícias sobre o grupo, mas que não é revista desde Julho de 2010 – e o grupo *Jaba Recordati* com as últimas notícias publicadas em Outubro de 2010. Outro problema diz respeito à insuficiência de informações, como

é o caso da *Labesfal Genéricos*, em que a secção "Notícias" apenas conta com duas notícias (ambas de 2010), tal como os *Laboratórios Vitória* e a *Abbott*. Também na *Janssen-Cilag* a secção "Notícias" conta apenas com quatro notícias, que não estão atualizadas (são de 2008 e 2009). Já a secção "Imprensa", da *Ratiopharm*, é extremamente limitada, dado que apenas disponibiliza contactos e uma ligação para os logótipos da farmacêutica, além de um "Calendário de Eventos". De igual modo, a *Zambon*, na secção "Sala de imprensa", limita-se a um editorial, uma única nota de imprensa (datada de 2009) e um guia com perguntas frequentes. Também no caso da *Merck Sharp & Dohme*, a sub-secção "Notícias" só conta com seis notícias, não estando atualizada. No entanto, a secção "Imprensa" tem outros segmentos: "Arquivo Notícias" (sobre resultados de estudos, novos tratamentos e o próprio grupo) "Imagens" (logótipo da empresa e eventos por esta patrocinados) e "*Newsroom*" (notícias internacionais).

Para terminar, é importante realçar que os organismos já referidos – Apifarma e Infarmed – pelos conteúdos e formatos que apresentam *online*, denotam uma grande preocupação com a comunicação com os media. Por um lado, a Apifarma divide a secção "Comunicação" em várias áreas: "Notícias" (referentes à Apifarma e que tenham sido transmitidas pelos meios de comunicação social), "*Press-releases*" (vários comunicados e notas de imprensa), "Posições da Apifarma" (há duas disponíveis, sobre medicamentos hospitalares, que datam de Fevereiro de 2010), "Discursos" (intervenções do presidente da Apifarma, entre 2007 e 2009), "Newsletter" (desde 1998 até 2010), "Dossiers de saúde" (sobre gripe sazonal, acesso do utente aos preços dos medicamentos, direitos dos doentes, entre outros), "Eventos" (divulgação e relato de eventos), "Contactos do departamento de comunicação", "Galeria de fotos" (logótipos e presidente da Apifarma), "Comunicação escolar" e "Exposição interactiva". Por outro lado, o Infarmed, divide a secção "Imprensa" em: "Notas de imprensa" (publicadas entre entre 2005 e 2011), "Campanhas" (divulgação de iniciativas, causas e atividades deste organismo), "Dossier de imprensa" (sobre o Infarmed e outras temáticas), "Galerias de imagens" (das instalações e logótipos) e "Contactos imprensa".

6.2.4 Agências de comunicação na área da saúde

A área da saúde, nomeadamente no sector farmacêutico, envolvendo diversos protagonistas, muita concorrência e um potencial de investimento considerável, torna-se um mercado apelativo para as agências de comunicação, marketing e relações públicas. Neste sentido, é normal que tenha havido apetência para a criação de empresas de comunicação dedicadas exclusivamente ao sector de produtos e serviços na área da medicina, bem como o desenvolvimento de departamentos especializados em saúde nas agências de comunicação já existentes. Deste modo, passar-se-á a descrever a realidade portuguesa no que concerne à existência de agências de comunicação especializadas em saúde e cujos principais clientes são, precisamente, as empresas ligadas à área farmacêutica. Esta análise, tal como no ponto anterior, é feita em dois momentos – em 2005 e 2011 – o que permite observar a evolução deste ramo de atividade comunicativa.

No ano 2005, um das agências de comunicação especializadas em saúde era a *Psicare*, que se dizia "uma equipa multidisciplinar constituída por profissionais, *marketeers* e farmacêuticos, que desenvolve projetos de marketing no sector da saúde". Também marcava presença a *Media Health Portugal, Consultoria Estratégica em Comunicação de Saúde*. Sendo uma empresa de comunicação e relações públicas especializada em saúde, esta tinha um lema: "fazer da saúde notícia". Outra empresa em destaque era a *Inforpress*, uma empresa de comunicação e relações públicas que, embora não fosse exclusivamente de saúde, tinha nesta última um dos principais campos de atuação. No âmbito mais restrito da gestão de eventos, também se destacavam empresas dedicadas, quase em exclusivo à organização de congressos médicos. Era o caso da *Acrópole*, que fazia todo o acompanhamento antes, durante e após congresso, incluindo, entre muitas outras coisas, algumas ações de assessoria de imprensa e a *Skyros-Congressos*, uma empresa profissional de organização de congressos.

Avançando para o ano 2011, observa-se o crescimento deste sector de atividade. Algumas das empresas existentes em 2005 mantêm-se, como é o caso da *Media Health Portugal*, que havia sido criada em 2004, a *Psicare* e a *Inforpress*. Esta última, especializou-se mais na comunicação de temas de saúde, criando o departamento "Saúde – *Breathealth*", com a seguinte missão: "a relação entre a comunicação de saúde e a qualidade de vida leva-nos a criar ações de comunicação e relações públicas eficazes, que permitam aos nossos clientes consolidar a sua imagem e impactar líderes de opinião e público em geral para influenciar o comportamento coletivo". Os serviços que a empresa oferece incluem: o lançamento de produtos farmacêuticos, a divulgação de estudos, o desenho de campanhas globais de saúde, a prescrição e projetos com líderes de opinião, as campanhas de consciencialização e educação para a saúde, as relações institucionais com entidades do sector, a comunicação em crises do sector e a formação em comunicação para médicos e líderes de organizações do sector.

Entre outras agências que, entretanto, foram criadas, surge a divisão de *Healthcare* da *Guess What Public Relations*. Esta agência integra a *Global Health PR Europe* e tem como clientes do departamento de saúde: empresas farmacêuticas, instituições de ensino e investigação na área da saúde, associações profissionais e científicas na área médica, associações de doentes, entre outros. Propõe, em função do seu "vasto conhecimento ao nível dos constrangimentos legais inerentes ao setor da Saúde e ao nível dos media portugueses, bem como a capacidade de interpretar dados clínicos e científicos, potenciar o impacto dos mesmos através do desenvolvimento de mensagens com valor notícia".

Mais uma agência de comunicação em destaque é a *Lift Consulting*, cujo campo de atuação abrange dez áreas, entre elas a Saúde. Assumindo-se como consultora estratégica de gestão especialmente vocacionada para as áreas da Comunicação, Gestão de Reputação, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa, a *Lift Consulting* apresenta como alguns dos serviços presta-

dos na área da saúde, os seguintes: formação para jornalistas, assessoria mediática de eventos científicos (congressos, conferências) e de áreas terapêuticas, comunicação com profissionais e acções de rastreio.

A *LPM Comunicação* é uma agência de comunicação e relações públicas portuguesa, com várias áreas de atuação, entre elas a "Saúde", na qual presta "consultoria de comunicação para a indústria farmacêutica e prestadores de cuidados de saúde". De modo semelhante, a *Cunha Vaz & Associados* é uma empresa de consultores de comunicação e assessoria mediática com vários sectores de atividade, um dos quais é "Saúde e Indústria Farmacêutica", no qual executa objetivos de comunicação interna e externa, organização de eventos, internacionalização de empresas e produção e distribuição de brochuras. A *GCI* é uma consultora de comunicação, fundada em Portugal em 1994 e que tem, desde 2004, um departamento especializado em saúde. Os objetivos neste sector da *GCI*, afiliada da empresa internacional de relações públicas *Edelman* em Portugal, têm sido: "ampliar os índices de notoriedade institucional, a quota de mercado dos nossos parceiros e a confiança dos principais *stakeholders* e *targets* prioritários". Existe também a *Front Page*, que é uma consultora especializada em comunicação, relações públicas e assessoria de imprensa, em que a "Healthcare" aparece como uma das várias áreas de prática, que "surge da experiência adquirida na área da saúde e pela clara necessidade de especialização de comunicação neste sector". A atuação divide-se entre a comunicação com os media (formação para jornalistas; participação em encontros de especialidades médicas, para melhor compreensão de temas e de terapêuticas; divulgação de ações de responsabilidade social diretamente associadas ao tema saúde; assessoria mediática de eventos científicos e de áreas terapêuticas), comunicação com profissionais (apoio à divulgação de informações técnicas, desenvolvimento e acompanhamento de eventos técnicos, desenvolvimento de suportes especiais de comunicação para áreas terapêuticas), comunicação com grande consumo (ações de rastreio, workshops, marketing de guerrilha, manuais de aconselhamento) e comunicação com *stakeholders* institucionais (*public and regulatory affairs* e desenvolvimento de projetos com Associações de

Doentes). Por seu turno, a *Ipsis* é uma consultora de comunicação e relações públicas com várias áreas de actuação, entre elas a *Ipsis Care*, que surge como "resposta especializada da Ipsis no desenvolvimento de projetos de comunicação em saúde e que se destina a todos os que querem estar na saúde com destaque". Por último, a agência *A Fonte – Consultores de Comunicação* é também uma empresa com incidência em "Saúde e Biotecnologia", entre outras áreas.

Em relação a agências internacionais com representação em Portugal, destaca-se a *Porter Novelli*, com escritório em Lisboa desde 1999 e que, além das áreas Corporativa e Financeira, Consumo e Tecnologias da Informação, tem uma divisão de Saúde. Por sua vez, a *Weber Shandwick D&E – Portugal* pertence a um grupo mundial de marketing, comunicação e publicidade com várias áreas de intervenção, entre elas "Saúde" e "Health Marketing". Enquanto a primeira engloba essencialmente programas de comunicação para a indústria farmacêutica, hospitais e organizações não governamentais, a segunda é uma área de intervenção em saúde pública com recurso a ferramentas de marketing e comunicação, para educar, motivar e veicular junto de determinados públicos-alvo mensagens de promoção da saúde e prevenção da doença. A *DDB* é uma agência de publicidade e comunicação com várias unidades de atuação, sendo uma delas a *DDB Health*, "especializada em comunicação integrada de apoio à Indústria Farmacêutica" e pertencente à *DDB Health Group* – rede independente de agências do grupo *DDB*, presente em mais de 40 países. Esta unidade dirige-se a todas as empresas e serviços nas áreas da Saúde, cobrindo diversas áreas de Comunicação de Saúde: conceção de materiais de apoio às vendas, materiais educacionais para profissionais de saúde, utilização de meios digitais e campanhas de televisão dirigidas aos consumidores. Finalmente, um apontamento para a *Euro RSCG Portugal*, que é uma agência de publicidade com várias áreas de atividade, entre as quais a "*Euro RSCG Life*", direcionada para a área da saúde. Os clientes situam-se: na área farmacêutica, com medicamentos OTC ou de prescrição; na área de consumo, com marcas de consumo relacionadas com a saúde e na área institucional. Assim, entre os serviços oferecidos

estão: publicidade para o público médico e em geral, relações públicas e assessoria mediática, design, comunicação digital e eventos e ativação de marca.

Na área da organização de eventos, continuam a atuar a *Acrópole* e a *Skyros-congressos*. Surge também a *Companhia das Soluções*, uma agência de comunicação especializada na área de moda, beleza, saúde e bem-estar, incluindo nos seus serviços assessoria de imprensa e organização de eventos. Também neste âmbito surge a *Multicom*, uma agência de consultoria e assessoria em comunicação, que tem como um dos sectores de intervenção a "Saúde" e a "Nutrição". Nestas áreas, presta assessoria mediática, organização de eventos, produção de materiais, conteúdos de *sites*, media *training*, *merchandising* e *design*.

Capítulo 7

O VALOR DA COMUNICAÇÃO NA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

Neste capítulo, procurar-se-á fazer uma revisão de literatura sobre a comunicação na indústria farmacêutica. Este momento de enquadramento científico e contextualização internacional ajudará a perceber melhor a realidade portuguesa. Para atingir tal desiderato, este capítulo divide-se em dois pilares essenciais: a interação entre os médicos e as empresas farmacêuticas e a ligação entre a indústria farmacêutica e os media.

De facto, tanto os médicos como os meios de comunicação social (nas pessoas dos jornalistas, editores e diretores dos mesmos) são alvos privilegiados das estratégias de comunicação das empresas farmacêuticas. As estratégias de comunicação da indústria farmacêutica são muito diversificadas e atuam em várias frentes, mas analisar-se-ão criticamente neste capítulo algumas delas, tais como: ações de marketing direto junto dos médicos, através de visitas dos delegados de informação médica; apoio a grupos ou associações de doentes; publicidade em media especializados e generalistas, cumprindo determinadas normas e legislações; atividades de assessoria de imprensa e relações públicas direcionadas para os media e para os jornalistas; patrocínios de eventos profissionais e científicos (congressos, simpósios, workshops); subsídios para a formação médica contínua e atribuição de prémios de investigação.

Em primeiro lugar, convém alertar para a ideia, avançada por vários autores, que a indústria farmacêutica chega a investir mais em divulgação e promoção dos seus produtos e serviços do que na investigação e de-

senvolvimento dos mesmos. Joe Collier e Ike Iheanacho fizeram um estudo nesta área, com o objetivo de "rever como a indústria global gera e usa informação para desenvolver medicamentos, convencer os reguladores a autorizarem os seus produtos a serem comercializados e darem conselhos imparciais e promoverem as vendas dos seus produtos aos pacientes e aos profissionais de saúde" (COLLIER e IHEANACHO 2002: 1405). Concluíram o seguinte: "embora a função primária das empresas farmacêuticas seja desenvolver medicamentos, estas empresas despendem mais tempo e recursos gerando, reunindo e disseminando informação" (COLLIER e IHEANACHO 2002: 1405). "Para a indústria farmacêutica, o investimento em informação é tempo e dinheiro bem gastos" (COLLIER e IHEANACHO 2002: 1408). Na mesma linha de ideias, Paul Komesaroff e Ian Kerridge referem que "promoção e marketing (incluindo publicidade, oferta de presentes e apoio à atividades relacionadas com Medicina, como viagens para reuniões ou congressos) constituem uma grande parte das atividades das empresas de medicamentos" (KOMESAROFF e KERRIDGE 2002: 119). Também Marcia Angell assegura: "ao contrário do que divulga através de relações públicas, a indústria descobre poucos medicamentos genuinamente inovadores e gasta menos de metade em investigação e desenvolvimento do que em marketing e administração e tem grandes margens de lucro" (ANGELL 2004: IX).

A falta de inovação, o marketing agressivo e os preços elevados praticados pela indústria farmacêutica são alvo de duras críticas. Segundo Marcia Angell, "as empresas de medicamentos colocam a maior parte dos seus esforços em desenvolver versões mais caras de medicamentos já existentes (chamados medicamentos '*me-too*') e persuadindo as pessoas a consumi-los cada vez mais" (ANGELL 2004: XIV). Estes medicamentos são para condições muito comuns de vidas cada vez mais longas, como artrite, depressão, alta pressão arterial ou colesterol elevado, não interessando tanto doenças raras ou tropicais que afetam países pobres (*Cf.* ANGELL 2004: 83-84). Mais: "as empresas farmacêuticas promovem doenças para adequarem-se aos seus medicamentos, como por exemplo a azia, a tensão pré-menstrual, entre outras" (*Cf.* ANGELL 2004: 86).

Então, a indústria farmacêutica, nas últimas duas décadas, deslocou-se para muito longe do objetivo inicial de descobrir e produzir medicamentos novos e úteis, sendo agora, principalmente, uma "máquina de marketing" para vender medicamentos de benefício duvidoso, que usa a riqueza e o poder que detém para defender os seus interesses (*Cf.* ANGELL 2004: XXVI). Em termos económicos, apesar das dificuldades sentidas nesta área de atividade, principalmente a partir do ano 2000, esta continua a ser altamente lucrativa (*Cf.* ANGELL 2004: 17).

7 .1 A interação entre os médicos e a indústria farmacêutica

A relação entre a comunidade médica e a indústria farmacêutica é muito complexa, tendo muitas variantes que aqui não serão abordados em profundidade, mas convém traçar as suas principais características. Entre os aspetos que interessa analisar estão: as várias formas de interação entre os clínicos e investigadores na área médica e a indústria farmacêutica; os efeitos positivos e negativos desta ligação, bem como as controvérsias que a envolvem; a influência comprovada das ações da indústria farmacêutica na prescrição de medicamentos e a negação desta mesma interferência por parte dos médicos.

Principiando pelas múltiplas formas através dos quais os médicos interagem com a indústria farmacêutica:

> as mais comuns são as visitas face-a-face de representantes das empresas. Também comuns são as interações diretas através de um vasto leque de técnicas de marketing, incluindo correio direto, publicidade nos jornais médicos científicos e jornais na área médica, patrocínio de conferências médicas e produtos médicos (tais como programas de computador) (BREEN 2004: 409).

Por outro lado, Candace Gulko, fundadora e diretora de uma empresa de educação e comunicação médica, foi responsável pela produção de "vários programas de educação médica em media impressos e audiovisuais para grandes patrocinadores farmacêuticos" (GULKO 1998: 245). Estas empresas fazem o seguinte:

> servem as empresas farmacêuticas da mesma forma que uma agência publicitária serve qualquer empresa. No entanto, as estratégias que sugerem e os programas que produzem são para educação médica ou pública, em vez de promoção. A empresa farmacêutica normalmente pretende fazer com que médicos, enfermeiros, farmacêuticos e público em geral fiquem mais informados sobre determinada doença ou sobre o mecanismo que a causa. Assim, financiam programas educacionais de qualidade, mas, ao mesmo tempo, estes programas, montam o palco ou preparam o terreno para uma campanha promocional e publicitária. Idealmente, estes motivos juntam-se para beneficiar os profissionais de saúde, a sociedade e a empresa farmacêutica (GULKO 1998: 246).

Enfim, a amplitude do que as empresas farmacêuticas fazem para conseguirem lealdade dos médicos para os seus medicamentos é "lendária" (*Cf.* THOMAS 2006: 51). Por isso, as tentativas de colmatar os excessos não tardaram a aparecer. De facto, os esforços de vendas e promoções das empresas farmacêuticas tornaram-se tão intensos que as entidades governativas tiveram que regular esta área, restringindo as tentativas das companhias farmacêuticas influenciarem a prática de prescrição dos médicos (*Cf.* THOMAS 2006: 51).

Esta relação entre os médicos e a indústria dos medicamentos tem inegáveis benefícios, porém são os seus potenciais efeitos perniciosos que têm estado mais em destaque por parte de atores sociais de diversas arenas: científicas, profissionais, políticas, legais e até mesmo sociais. Neste sentido, "a relação entre a indústria farmacêutica e a profissão médica inclui claramente aspetos desejáveis" KOMESAROFF e KERRIDGE, 2002: 118). Exemplos disso mesmo são os esforços cooperativos da indústria, governo e prescritores na

tentativa de alcançar uso de qualidade dos medicamentos, havendo outros menos claramente justificáveis em termos éticos, como a aceitação, pelos clínicos, de presentes extravagantes e dinheiro para despesas de entretenimento (*Cf.* KOMESAROFF e KERRIDGE, 2002: 118). Mais concretamente, assinalam-se três grandes perigos neste relacionamento:

> a possibilidade de as associações entre médicos e empresas farmacêuticas servirem interesses comerciais da indústria e interesses de aquisição dos clínicos, em vez de objetivos legítimos de tratamento, educação ou pesquisa; o risco de as empresas de medicamentos influenciarem as decisões dos médicos de forma imprópria e o perigo que o envolvimento da indústria na pesquisa possa levar a distorções na evidência científica e evitar descobertas de dados independentes (KOMESAROFF e KERRIDGE, 2002: 118).

Acerca da sua especialidade médica, o psiquiatra Loren Mosher garante: "a psiquiatria foi quase completamente comprada pelas empresas farmacêuticas" (*Cit. in* MOYNIHAN e CASSELS 2005: 27). O clínico critica o "efeito corrosivo desta aliança na prática da psiquiatria", estreitando as visões dos clínicos para causas químicas, desligadas da dinâmica social e pessoal do indivíduo, e soluções terapêuticas químicas (*Cf.* MOYNIHAN e CASSELS 2005: 27).

Para o bem e para o mal, é inegável que a comunicação entre a indústria farmacêutica e a classe médica produz efeitos consistentes. James Tracy repara que "as estratégias promocionais e de marketing das empresas farmacêuticas sugerem uma tendência nos últimos anos: a acelerada comercialização de produtos farmacêuticos é um fator significativo na transformação do significado e missão da Medicina" (TRACY 2004: 15). Assim, "a prática médica científica está intimamente ligada ao racionalismo económico e tecnológico de imperativos capitalistas de mercado" (TRACY 2004: 31). Por sua vez, Ashley Wazana infere que "a extensão presente das interações médicos-indústria parece afetar a prescrição e o comportamento profissional e deve dirigir-se mais adiante ao nível da política e da educação" (WAZANA 2000:

373). Uma das explicações para o sucesso das estratégias de comunicação das companhias farmacêuticas estará na "regra da reciprocidade", que é para os psicólogos um dos mais poderosos instrumentos de influência da sociedade, e que consiste na ideia que as pessoas devem retribuir aquilo que fazem por elas (*Cf.* KASSIRER 2005: 69). Isto resulta, porque "longe dos olhos do público, a indústria farmacêutica capta a lealdade dos médicos com presentes e refeições, pagando-lhes como consultores, financiando investigações e subsidiando a educação médica contínua" (KASSIRER 2005: XIV).

Em relação à educação médica contínua, é fundamental perceber duas coisas. Por um lado, a maior parte desta é subsidiada pela indústria farmacêutica (*Cf.* KASSIRER 2005: 14). Por outro lado, os médicos dependem muito desta para se manterem atualizados na ciência médica, que evolui rapidamente (*Cf.* KASSIRER 2005: 91). É, deste modo, evidente a importância deste apoio financeiro na estratégia de comunicação das empresas farmacêuticas. Apesar disso, as empresas farmacêuticas frequentemente argumentam que estão apenas a ajudar o público, fornecendo aos médicos a melhor formação possível. Estas admitem que podem conseguir gratidão no processo, mas que "o objetivo principal é educação e não marketing" (*Cf.* KASSIRER 2005: 92). Acerca desta possível "missão educativa" da indústria farmacêutica, Marcia Angell é muito crítica, considerando que não passa de "marketing disfarçado de educação" (ANGELL 2004: 147). E desenvolve: "Porque é o que os médicos fingem que acreditam que as empresas farmacêuticas estão interessadas na formação médica (alguns podem mesmo acreditar nisto)? A resposta é: porque estas pagam" (ANGELL 2004: 147).

Quanto ao caso específico da influência da publicidade no processo de decisão do médico relativamente ao medicamento a prescrever, "há evidências que a publicidade pode ser eficaz na influência do comportamento, mesmo que lhe seja dada pouca atenção. A repetição fortalece esses laços, pelo que o produto move-se para a agenda mental, para ser o primeiro a vir à mente durante o processo de decisão" (MANSFIELD 2003: 645). Maria José Fagundes e colegas recordam:

> vários estudos demonstram que a propaganda consegue realmente alterar o padrão de prescrição dos médicos. Considerando a ocorrência desse fenómeno sobre as práticas terapêuticas, esperar-se-ia que o material de propaganda de medicamentos tivesse boa qualidade, fornecendo informações importantes e confiáveis sobre o produto anunciado (FAGUNDES *et al.* 2007: 221).

Similarmente, Paul Komesaroff e Ian Kerridge constatam: "embora os médicos frequentemente o neguem, há uma evidência considerável que a publicidade afeta o comportamento de processo de decisão clínica" (KOMESAROFF e KERRIDGE, 2002: 119). De igual modo, Jerome Kassirer realça que "embora muitos médicos neguem que podem ser influenciados por presentes, refeições e esforços de venda, o facto de as empresas continuarem a investir tanto dinheiro em marketing é um testemunho silencioso da eficácia destas enormes encargos" (KASSIRER 2005: 77)

Esta atitude dos médicos, de negação da influência das estratégias de promoção da indústria farmacêutica no processo decisório, tem sido descrita por outros autores. Jerome Kassirer acredita que a crença fervorosa dos médicos em como os jantares, presentes e viagens da indústria farmacêutica não os influencia é baseada na sua formação que apela a um grande sentido de objetividade (*Cf.* KASSIRER 2005: 62). Admite mesmo que alguns médicos acreditam genuinamente que não podem ser influenciados e que as empresas farmacêuticas só lá estão para ajudá-los e a que a informação que fornecem é rigorosa e isenta (*Cf.* KASSIRER 2005: 67). Porém, contrariamente às opiniões introspetivas dos médicos, mas consistentes com o senso comum, os estudos mostram que os médicos são influenciados pelas promoções e presentes farmacêuticas (Cf. KASSIRER 2005: 68). Por seu turno, Kerry Breen constata que "a maioria dos médicos parecem genuinamente considerar que são imunes a tais influências, vendo-se a si mesmos como atuando apenas na melhor evidência disponível pelo interesse dos seus pacientes" (BREEN 2004: 410). Apresenta mesmo os resultados de um estudo realizado junto de médicos australianos, em que os mesmos "negam a influência da indústria em coisas tais como os padrões de

prescrição dos médicos, a agenda de pesquisa clínica e a parcialidade na publicação de descobertas de pesquisas farmacêuticas" (BREEN 2004: 409). No entanto, seria importante que os médicos se consciencializassem desta interferência, pois "não há nada inerentemente impróprio no uso destas interações, desde que a profissão médica, coletiva ou individualmente, esteja completa e abertamente consciente do efeito destas interações, que todas estas sejam transparentes para a comunidade e que os médicos sejam capazes de negar qualquer efeito indesejável nos seus hábitos de prescrição" (BREEN 2004: 410).

7.2 Os media: pontos fulcrais nas políticas de comunicação da Indústria Farmacêutica

A importância dos media na comunicação na área da saúde, já sobejamente referida anteriormente, justifica o valor dos mesmos nas estratégias da indústria farmacêutica. Sendo assim, além dos médicos, os meios de comunicação social também são um alvo privilegiado das campanhas de comunicação das empresas deste sector. De facto, "a indústria farmacêutica é bem conhecida por usar incentivos para ajudar a construir relações com os líderes de opinião da profissão médica. Menos conhecido, talvez, é o facto de os jornalistas também serem recipientes de tais benefícios" (SWEET 2001: 1258). Como irá ser visto, isto acontece em dois tipos de suportes: os meios de comunicação social para o público em geral e a imprensa especializada dirigida aos médicos.

Antes de mais, é fundamental distinguir entre o interesse das empresas farmacêuticas em terem conteúdos editoriais nos media e a vontade de colocarem publicidade nesses mesmos locais. Esta questão é clarificada por Rob Burton, que cita um guia de marketing farmacêutico onde se lê: "o melhor marketing e o mais barato é o editorial" (BURTON 2001: 1258). "Os leitores acreditam mais no que é dito nas secções editoriais do que nas afirmações feitas num anúncio, que é a forma mais cara numa publicação" (BURTON 2001: 1258), revela. Mais concretamente, "uma mensagem reportada nos media noticiosos tem oito vezes mais hipóteses de ser considerada confiável

do que um anúncio, de acordo com uma pesquisa de 850 líderes de opinião norte-americanos e europeus, publicada em 2003" (WHITE 2003: 348). Pelo que se deduz:

> não é surpreendente que a indústria farmacêutica e fabricantes de produtos ligados à nutrição e estilo de vida cortejem jornalistas de saúde tão ansiosamente como os médicos. Este interesse não se restringe aos jornalistas que escrevem em publicações médicas especializadas, os media para o público em geral também estão na agenda (WHITE 2003: 348).

7.2.1 A utilização dos media para o público em geral

Em Portugal, como já foi explicado, não se pode dirigir ao público em geral publicidade sobre medicamentos sujeitos a receita médica. Isto não retira importância aos meios de comunicação social para o público em geral. Bem pelo contrário, os media podem ser, através dos conteúdos jornalísticos, uma ferramenta poderosa para chegar a este destinatário. Além disso, também tendo em vista o médico, a utilização dos media pode ser proveitosa para as empresas farmacêuticas.

Analisando casos concretos, é mais fácil perceber de que maneira se faz notar o poder da indústria farmacêutica nos media. Neste sentido, Abigail Trafford, referindo-se à cobertura noticiosa de assuntos de saúde pública, revela que "iniciativas de saúde pública frequentemente traduzem-se em minas de ouro para certas empresas" (TRAFFORD 1998: 140). "O programa da gripe suína fez com que entrasse muito dinheiro nas empresas farmacêuticas para fabricarem a vacina (TRAFFORD 1998: 140)", exemplifica. Como completa, nestes casos envolvendo a saúde pública, "a maioria das notícias envolvem quantias significativas de dinheiro: campanhas de imunização contra doenças, regras sobre a poluição do ar ou até propostas legislativas para cortar o crescimento da despesa pública" (TRAFFORD 1998: 140). Em suma, "avaliar quem beneficia e quem é prejudicado financeiramente é uma parte importante da cobertura de saúde pública" (TRAFFORD 1998: 140).

Passando para outro tema, as notícias sobre SIDA, "chama a atenção nesse processo o papel dos grandes laboratórios farmacêuticos. Quando foi do interesse deles tornar conhecidos os resultados positivos dos medicamentos contra o HIV, houve empenho para obter uma boa cobertura jornalística" (FRANÇA 2006: 39). Martha França relata:

> as assessorias de imprensa ofereceram farto material impresso, entrevistas com médicos, gráficos e números. Patrocinaram viagens dos repórteres dos grandes jornais brasileiros a congressos nacionais e internacionais, nos quais eram oferecidos artigos, esclarecimentos e manuais com explicações de especialistas contratados para tornar as pesquisas inteligíveis à maioria das pessoas (FRANÇA 2006: 39).

Diane Farsetta e Daniel Price realizaram um estudo no Center for Media and Democracy, entre Junho de 2005 e Março de 2006, que documentou o uso pelas televisões norte-americanas de materiais audiovisuais de relações públicas de várias empresas, como sendo produtos jornalísticos (*Cf.* FARSETTA e PRICE 2006: 14). Entre estas "falsas notícias televisivas" surgem algumas na área da sáude, promovidas por empresas farmacêuticas (*Cf.* FARSETTA e PRICE 2006: 14). Para os investigadores, "as falsas notícias" ocorrem quando produtos de relações públicas, adotam as práticas e a aparência dos produtos jornalísticos, de modo a inserir marketing ou outras mensagens persuasivas nos media noticiosos (*Cf.* FARSETTA e PRICE 2006: 9). Embora sendo mau jornalismo, isto são boas relações públicas para as empresas, pois a visão positiva sobre uma determinada marca tem muito mais credibilidade quando é feita por um jornalista ou comentador, aparentemente independente, num cenário noticioso, do que um ator num anúncio (*Cf.* FARSETTA e PRICE 2006: 9).

Reportando-se à imprensa brasileira, José Júnior constata:

> existem cadernos de ciência, que dependendo da sua linha editorial, passam a ser apenas meros canais de divulgação, reprodutores das necessidades das indústrias de bens de consumo tecnológicos ou de medicamentos e cosméticos. Estes cadernos ou suplementos de ciência não

> investigam, não aprofundam os assuntos da maneira como eles deveriam ser tratados, não apresentando todos os lados da questão, apenas divulgando novos produtos das empresas (JÚNIOR 2005: 31).

Outra forma de chegar aos conteúdos editoriais dos vários meios de comunicação social destinados ao públicos em geral será conquistar os jornalistas. Neste âmbito, surgem "formas subtis de encorajar os jornalistas de saúde a produzirem notícias, tais como sacos de ofertas, refeições, viagens de imprensa" (WHITE 2003: 348). Em relação a este ultimo aspeto, Caroline White destaca que "os freelancers, em particular, dependem das viagens de imprensa. Sem terem os seus voos e alojamentos pagos, dificilmente iriam às principais conferências e reuniões médicas internacionais" (WHITE, 2003: 348). A eficácia desta e de outras estratégias é garantida por Melissa Sweet, que argumenta o seguinte: "com evidências que mostram que os laços com a indústria podem influenciar o comportamento dos médicos, não há razão para esperar que com os jornalistas seja diferente" (SWEET 2001: 1258).

Passando para um campo mais abrangente, que ultrapassa o jornalista e a própria organização noticiosa, a comunicação da saúde nos media para o grande público está sujeita à "influência persuasiva de certos interesses organizados e corporativos que podem usar métodos de bastidores para, de um modo inaceitável, influenciarem as notícias" (GLIK 2004). Para comprovar este ponto de vista, Deborah Glik dá o exemplo das "táticas usadas pela indústria tabaqueira desde os anos 1970 para minimizar as notícias negativas nos media e maximizar as positivas" (GLIK 2004).

7.2.2 A utilização dos media para os médicos e investigadores

Nesta secção, irá ser analisado o aproveitamento dos meios de comunicação impressos que se destinam em exclusivo aos médicos e investigadores de ciências médicas. Deste modo, serão dois os tipos de publicações a que se farão referência. Em primeiro lugar, serão observadas as publicações de cariz jornalístico destinadas à classe médica, como é o caso dos jornais de informação médica, objeto central desta investigação. Em segundo lugar,

reportar-se-á o caso dos jornais e revistas de âmbito científico. Por último, será feita uma breve revisão da literatura sobre esta problemática em Portugal.

Publicações jornalísticas para médicos

Começando pelos jornais de informação médica, verifica-se uma grande dependência económica destes relativamente à publicidade da indústria farmacêutica. Isto tem consequências no produto jornalístico, bem como na organização e na empresa jornalística, como se verá no capítulo seguinte e na parte empírica. Ao fazer uma incursão pelo tema, descobre-se que "os jornais médicos gratuitos[1] não servem os mesmos mercados dos jornais científicos revistos pelos pares e são em grande medida apoiados pela publicidade, pelo que os editores podem escolher publicar artigos para os quais há patrocinadores entusiásticos" (ROCHON *et al.* 2002: 2856). Além disso, "uma ténue linha distingue escrita médica patrocinada por uma empresa farmacêutica, que é, todavia, escrita médica, de texto publicitário" (GULKO 1998: 247). Isto acontece porque não existe nenhuma entidade reguladora que garanta a demarcação destes campos, que para muitos deveria ser feita através de uma linha clara e forte qual muralha de castelo. Apesar de tudo, desde que os investigadores e os médicos tenham noção da fragilidade desta ténue linha, são atenuadas eventuais consequências perniciosas.

Sendo assim, Candace Gulko defende a importância da ética jornalística, mesmo no caso de publicações patrocinadas, mas produzidas de forma independente. Desta forma, a integridade científica deve sempre ser considerada, pois a escrita inexata ou enganosa pode ter consequências na investigação e na prática clínica (*Cf.* GULKO 1998: 247). Além disso, preconiza-se que os jornalistas procurem manter a sua independência. É com este objetivo que Julie Ann Millller aconselha os jornalistas a terem em mente que, embora as

1. Tradução livre da expressão "*throwaway journals*": jornais ou revistas destinadas aos profissionais médicos que: são distribuídos gratuitamente; têm muita publicidade; não contêm artigos científicos originais e apresentam textos curtos e de leitura fácil, mas não revistos pelos pares.

fontes paguem indiretamente o seu salário, a publicação beneficia do facto de estes avaliarem de forma independente o valor-notícia de potenciais histórias (*Cf.* MILLER 1998: 30).

Jornais médicos científicos revistos pelos pares

Após a referência à dependência financeira em relação à indústria farmacêutica, por parte de vários meios de comunicação social destinados à classe médica, passar-se-á a ver o que acontece nas publicações de índole puramente científica, às quais habitualmente se atribui um perfil desinteressado das questões comerciais. Esta ideia não passará de um engano, dado que, como se perceberá, a forte ligação à indústria farmacêutica também acontece nos jornais científicos.

A importância da publicidade da indústria farmacêutica para os jornais e revistas de cariz científco é realçada por diversos autores. A verdade é esta:

> os jornais médicos científicos não representam apenas trabalho académico. São também uma indústria, que beneficia, tal como os outros media, de receitas publicitárias. Os aspetos económicos da publicação científica e o facto de que os jornais científicos lutam pelo aumento da sua leitura e circulação refletem-se nos seus esforços para promover os seus produtos junto dos repórteres noticiosos (LEVI 2001: 64).

"A maioria dos anúncios nos jornais médicos científicos são a medicamentos ou dispositivos médicos" (FLETCHER 2003: 10), o que confirma o valor da publicidade da indústria farmacêutica como fonte de lucro dos jornais médicos científicos.

Acontece ainda que "os jornais científicos nos países pobres em recursos são especialmente dependentes do lucro proveniente dos anúncios" (FLETCHER 2003: 10). Isto sucede porque há menos dinheiro dos investigadores para pagar a inserção dos artigos nestes meios. Normalmente, e nos países com mais recursos, os investigadores pagam para poderem publicar em determinados jornais científicos. Além disso, o valor de venda dos jornais científicos costuma contribuir para a subsistência desses jornais. Contudo, é mais

difícil isto acontecer se as verbas que os médicos e investigadores têm disponíveis para a aquisição dos mesmos, contribuindo para a sua formação, forem muto reduzidas, o que acontece nos países mais pobres. Assim, em relação à aplicação da publicidade como fonte de receita, "este dinheiro pode ser usado para construir o jornal, apoiar os programas da sociedade promotora do jornal científico, reduzir os valores das subscrições ou adicionar ao lucro da editora que o publica" (FLETCHER 2003: 10).

A discussão acerca da publicidade nas publicações científicas não é recente, pois "o rigor e a utilidade dos anúncios a medicamentos nos jornais médicos científicos tem sido sujeito a controvérsia há mais de 100 anos. Os debates têm estado focados no valor dos anúncios, o seu conteúdo informativo e aspetos éticos e potenciais conflitos de interesse criados pelo lucro que eles geram" (VILLANUEVA *et al.*, 2003: 27). Sabe-se pouco acerca do efeito dos anúncios de medicamentos no comportamento de prescrição dos médicos (*Cf.* VILLANUEVA *et al.* 2003: 31). Porém, a *Association of Medical Publications* defende a eficácia da publicidade nos jornais médicos científicos, justificando: "uma das razões é que os médicos continuam a confiar nos jornais médicos científicos como a sua fonte de informação mais importante e onde também são expostos a publicidade a produtos" (ASSOCIATION OF MEDICAL PUBLICATIONS 2000: 4-10). Consequentemente, a publicidade nas publicações médicas faz aumentar as prescrições, as vendas e as quotas de mercado, pelo que deveria ser uma peça fundamental de qualquer campanha promocional ou educativa eficaz (*Cf.* ASSOCIATION OF MEDICAL PUBLICATIONS 2000: 10), argumenta a associação.

Lynn Eaton, parafraseando Richard Horton, editor do jornal médico *The Lancet*, tece uma dura crítica à ligação entre a indústria farmacêutica e os jornais médicos revistos pelos pares: "a relação entre os jornais médicos científicos e a indústria de medicamentos está algures entre o simbiótico e o parasítico, mas de momento, caminha cada vez mais para o parasítico" (EATON 2005: 9). "Muitos dos artigos formais de pesquisa no *The Lancet*

são reimpressos e comprados em grandes quantidades pelas companhias farmacêuticas, que os usam com objetivos de marketing" (EATON 2005: 9), o que representa apenas uma das ações comuns neste tipo de publicações.

As questões que se colocam são as seguintes: qual (se é que há alguma) influência das empresas farmacêuticas no conteúdo dos jornais médicos científicos? Os conflitos de interesses financeiros do editor têm alguma influência no que é publicado e no que não é? (*Cf.* KASSIRER 2005: 89). Kassirer considera que há pouca informação sobre quaisquer possíveis influências dos lucros dos jornais científicos, através de publicidade e reimpressões, no conteúdo editorial dos mesmos, mas assegura estar confiante que, pelo menos no último quarto do século XX, os interesses comerciais não tiveram influência nas decisões editoriais tomadas pelos editores do *The New England Journal of Medicine* (*Cf.* KASSIRER 2005: 90).

No entanto, são vários os estudos que demonstram que o poder da indústria farmacêutica nas publicações científicas afeta o tipo de conteúdos divulgados nas mesmas. Um dos problemas é que o predomínio financeiro poderá originar conflitos de interesses, interferindo nos artigos publicados por esses mesmos jornais e revistas. Neste sentido, há autores que acusam: "a predominância de resultados positivos em trabalhos publicados pode estar associada com o lucro que os jornais científicos recebem pela publicidade das empresas farmacêuticas" (COLLIER e IHEANACHO, 2002: 1407). De igual modo, Paul Komesaroff e Ian Kerridge previnem que o efeito do patrocínio da indústria farmacêutica à pesquisa e às publicações é um assunto relevante, pois "atrasos na publicação de resultados desfavoráveis são comuns, especulando-se que os resultados de muitos ensaios clínicos não cheguem a ser publicados" (KOMESAROFF e KERRIDGE, 2002: 120). Além disso, um estudo recente demonstra que a pesquisa patrocinada pela indústria farmacêutica tem quase quatro vezes mais probabilidade de ser favorável ao produto da empresa (*Cf.* ANGELL 2004: 106-106). "Quase 96% dos autores que escreveram favoravelmente sobre medicamentos tinham compromis-

sos financeiros com os respetivos produtores das mesmas" (KASSIRER 2005: 79), afere uma outra pesquisa, realizada por Henry Stelfox, em 1998, na Universidade de Toronto.

Tudo isto vai ao encontro de um grande corpo de evidência que mostra que os investigadores com ligações à indústria têm mais probabilidade de favorecerem os produtos da respetiva financiadora (*Cf.* ANGELL 2004: 107). Mas "a forma mais dramática de influência é a sucessiva supressão de resultados negativos" (*Cf.* ANGELL 2004: 109). "Por vezes as empresas não deixam os investigadores publicarem os seus resultados se forem desfavoráveis para os seus medicamentos" (*Cf.* ANGELL 2004: XXVI).

Outro procedimento da indústria farmacêutica que é bastante criticado é a chamada "escrita-fantasma"[2], utilizada para conseguir um lugar de destaque nos artigos das publicações científicas. Esta consiste na escrita de um artigo sobre determinando medicamento por alguém contratado pela empresa farmacêutica, cabendo depois a algum autor de renome, um líder de opinião na matéria em questão, apenas assinar a peça e enviá-la para a publicação, recebendo contrapartidas monetárias (*Cf.* KASSIRER 2005: 31). Porém, é difícil precisar quantas situações destas estão a acontecer e qual a participação dos médicos que submetem os artigos na edição dos mesmos, pois tais esforços são bem escondidos (*Cf.* KASSIRER 2005: 33). "Escritores colaboradores são contratados em campanhas de marketing para escreverem artigos para jornais científicos revistos pelos pares, sob o nome de médicos que eles também contratam", denuncia Norman Bauman (*Cit. in* TRACY 2004: 19). Enfim, James Tracy vaticina: "as estratégias mais recentemente criadas para promoverem medicamentos servem não só para estimular o consumo de produtos, mas para alterar todo o discurso acerca da medicina e doença" (TRACY, 2004: 32).

Analisando a evolução da ligação entre a indústria e os jornais científicos, é importante recordar que "no Verão de 2002, os editores do *The New England Journal of Medicine* (NEJM) anunciaram que terminavam a política

2. Tradução livre da expressão "*ghostwriting*".

de proibição dos autores dos artigos que fazem revisão dos estudos médicos terem laços financeiros com as empresas cujos produtos estão sob revisão" (TRACY 2004: 19). "Não se conseguiam encontrar potenciais autores que não estivessem a ser pagos pelo sector privado" (TRACY 2004: 19), justificaram. Ao mesmo tempo, invocaram que "centenas de médicos dependem dos artigos de revisão para estarem informados sobre os tratamentos farmacológicos" (TRACY 2004: 19).

Atualmente, muitos jornais médicos científicos, como o *Journal of the American Medical Association* (*JAMA*) e o *The New England Journal of Medicine* requerem aos autores dos artigos científicos que declarem as suas associações financeiras e os jornais quase sempre publicam estas associações juntamente com o artigo (*Cf.* KASSIRER 2005: 21). No entanto, isto parece não chegar, pois embora os editores dos jornais médicos científicos devessem analisar a validade das afirmações e recomendações dos autores sobre informação e produtos médicos, a pressão do tempo e a falta de conhecimentos levam os editores a inadvertidamente publicarem artigos sujeitos a influências externas (*Cf.* KASSIRER 2005: 85). Kassirer avisa: "nem o processo de revisão pelos pares protege sempre contra influências externas" (KASSIRER 2005: 85).

Têm aparecido algumas iniciativas para tentar contrariar esta predominância da indústria farmacêutica sobre os jornais médicos científicos. Por exemplo, Kassirer indica um possível mapa com itens para implementação imediata, que inclui a seleção de editores dos jornais científicos, líderes de organizações profissionais e instituições académicas entre médicos sem conflitos financeiros (*Cf.* KASSIRER 2005: 211). Além disso, preconiza que os editores médicos procurem, para segurança acrescida, todos os conflitos financeiros dos autores, exigindo completa transparência por parte destas não só nas relações com a indústria, mas também com a relevância específica dos conflitos com o assunto em questão, por exemplo, medicamentos ou equipamentos (*Cf.* KASSIRER 2005: 211).

É neste contexto que Ray Moynihan e Alan Cassels saúdam, o aparecimento, em 2004, do jornal médico científico *Plos Medicine*, publicado na internet. Este propõe dar acesso livre a todos os seus artigos científicos, revistos pelos pares e, acima de tudo, não aceita anúncios de qualquer empresa farmacêutica. Além disso, não publica estudos financiados por empresas farmacêuticas que considerem ser marketing disfarçado de ciência (*Cf.* MOYHNIHAN e CASSELS 2005: 196). Por tudo isto, os autores congratulam-se com este desafio à ordem estabelecida, a tentativa de diminuir a influência da indústria farmacêutica e a promoção de informação médica mais independente, considerando este jornal um exemplo a ser seguido (*Cf.* MOYHNIHAN e CASSELS 2005: 197).

O caso de Portugal

Em Portugal, a ligação entre a indústria farmacêutica e a imprensa médica já tem muitos anos. No final do século XIX há um grande desenvolvimento de "uma nova e poderosa indústria: a Farmacêutica" (GONÇALVES 1989: 18). Nesta época, surgem dois periódicos patrocinados por estabelecimentos farmacêuticos: o "Boletim da Pharmacia J. B. Birra e Irmão" (1894) e "Novidades Médico-Pharmacêuticas" (1895), da Pharmácia Magalhães, que viria a ser, anos mais tarde, o "Jornal dos Médicos e Pharmacêuticos Portugueses" (*Cf.* GONÇALVES 1989: 18-19).

Mais tarde, em 1914, é lançada uma revista intitulada "Arquivo Médico", a qual António Gonçalves descreve, com espanto: "está profusamente preenchida por anúncios de medicamentos recomendados (e assinados) pelos próprios médicos!" (GONÇALVES 1989: 24). A propósito desta situação, alega: "hoje em dia uma prática destas seria altamente inesperada e condenável" (GONÇALVES 1989: 24). "Corresponderia naqueles tempos a um outro conceito de Ética Médica, ou, sinal dos tempos, da força e influência da crescente indústria farmacêutica?" (GONÇALVES 1989: 24), questiona.

Avançando para a década de quarenta do século XX, Luís de Pina critica o grande número de jornais médicos existentes (*Cf.* PINA 1945: 40). "Muitos são fundados unicamente na publicidade farmacêutica e seus artigos são

apenas reproduções ou demarcagem. Muitos são feitos à tesourada ou por incompetentes, para remetê-los gratuitamente aos práticos e aos doentes" (PINA 1945: 40), acusa. Mais tarde, na década de sessenta do século XX, Mário Cardia, contando a história do "Jornal do Médico", que fundou em 1940 e dirigiu durante nove anos, assume a ligação deste meio à indústria farmacêutica: "com o fim de garantirmos recursos de publicidade que fossem a principal base financeira de um periódico que tinha de ser muito barato, de modo a garantir a expansão entre a maioria dos médicos – resolveu-se dar o máximo relevo aos anúncios destinados à propaganda dos produtos da indústria farmacêutica" (CARDIA 1965: 17), admite. É o mesmo autor que sustenta:

> devem ser íntimas e cordeais as relações da imprensa médica com a indústria farmacêutica. Os laboratórios de especialidades necessitam dos nossos periódicos profissionais, como nós precisamos dos recursos financeiros que eles fornecem para os podermos manter. Os assinantes das revistas e jornais médicos não podem pagar, só por si, as despesas que acarreta a publicação de qualquer periódico (CARDIA 1965: 22).

Por outro lado, advoga que "a indústria farmacêutica encontra nos anúncios que publica na imprensa médica o melhor e mais económico meio de propaganda dos seus produtos" (CARDIA 1965: 22). "Estudos realizados nos Estados Unidos demonstram que o jornal médico é a forma publicitária de maior rendimento de entre todos os processos de propaganda" (CARDIA 1965: 22), alega.

Curiosamente, ao longo da História, apesar de investirem na imprensa médica, as empresas farmacêuticas não apostaram tanto nas publicações para os profissionais de Farmácia. Fazendo uma retrospetiva da imprensa farmacêutica em Portugal desde 1836 até à década de setenta do século XX, conclui-se que se está: "muito longe de dispor de uma imprensa farmacêutica capaz de servir a profissão, servindo ao mesmo tempo a saúde pública,

e falta pelo menos uma revista com carácter doutrinador que procure criar uma mentalidade profissional suficientemente desenvolvida e generalizada" (SILVA 1974: 67).

No entanto, em meados do século XIX em Portugal:

> destacava-se a crescente autonomia das "ciências acessórias" que se encontravam relacionadas com as virtualidades dos saberes da farmacopeia. Assim o provam as duas publicações desta época – o "Jornal da Sociedade Pharmaceutica de Lisboa" (1836) e o "Jornal de Pharmacia e Sciencias Acessórias de Lisboa" (1848-1849) (NUNES 2001: 130-131).

"Poderá esta emancipação significar que o poder profissional dos farmacêuticos foi crescendo paralelamente ao dos médicos, mas numa via individualizada?" (NUNES 2001: 41), questiona Maria de Fátima Nunes. A realidade atual indica que a resposta é afirmativa, dada a evidente legitimidade profissional dos farmacêuticos em Portugal, unidos pela respetiva Ordem dos Farmacêuticos. Por último, é de realçar a existência, no presente, de várias publicações para os profissionais do sector farmacêutico.

Capítulo 8

A IMPRENSA MÉDICA EM PORTUGAL

Este capítulo é extenso, pois nele se analisa em profundidade o núcleo onde se inserem os jornais de informação médica: o principal objeto de estudo desta investigação. Num primeiro momento, traçar-se-á a trajetória evolutiva da imprensa médica em Portugal. Inicialmente, descrever-se-ão os marcos mais importantes da História da imprensa científica em geral, neste país e, posteriormente, o caso particular da imprensa médica. Será descrita a passagem da imprensa médica das mãos dos médicos para os jornalistas, ou seja, a profissionalização das publicações na área da medicina.

Num segundo momento, examinar-se-á o estado da imprensa médica na atualidade em Portugal. Com este objetivo, explicar-se-á o papel do médico como grande consumidor de informação relativa à respetiva área científica e profissional.

Depois, será fornecido um olhar panorâmico sobre as diversas publicações médicas editadas no país. Aliás, esta multiplicidade das publicações médicas levou à necessidade de categorização das mesmas, o que será feito no momento seguinte. Por último, surge a caracterização dos jornais de informação médica portugueses, isto é, o alvo central desta investigação.

8.1 História da imprensa médica em Portugal

De modo a tornar mais completa a perspetiva sobre a evolução histórica da imprensa médica portuguesa, dividiu-se a mesma em três pontos. No primeiro ponto, será traçado um esboço da História da imprensa científica em Portugal. Só num segundo instante se passará a

descrever o caso específico da imprensa médica. Assim, perceber-se-á que a imprensa médica era o resultado da labuta de médicos que se dedicavam à escrita destas publicações, trabalho que acumulavam com a prática clínica ou investigação. Num terceiro ponto, ver-se-ão as modificações que ocorrem quando a escrita destas publicações deixa de ser um trabalho de jornalistas amadores – os médicos – para passar a ser uma tarefa de jornalistas profissionais. A partir desse momento, como se irá examinar, a imprensa médica passa a ter estruturas organizacionais, objetivos e conteúdos bastante diferentes.

8.1.1 A imprensa científica em Portugal

Nesta secção, o objetivo é descrever alguns aspetos importantes da História da imprensa científica portuguesa. Partindo da premissa que falar da História da imprensa científica é falar, inevitavelmente, da História da ciência, serão referidos alguns momentos importantes da evolução científica em Portugal. A propósito, João Frada assinala que "na história moderna da cultura e da ciência, fomos pioneiros em múltiplos campos e realizações, mas, por ironias do destino, esses triunfos só muito raramente foram reconhecidos como feitos portugueses" (FRADA 1989: 8). Além disso, é importante ter em linha de conta que, como se verá, "a difusão de conhecimentos científicos centrou-se em dois polos de referência – as instituições de formação e as instituições de sociabilidade científica" (NUNES 2001: 155).

Recuando no tempo, lembre-se:

> em 1773 surgem os três tomos dos Estatutos da Universidade de Coimbra e o tomo III, consagrado ao Curso Médico, Matemático e de Filosofia, contém os elementos estruturantes que marcaram e condicionaram nas décadas seguintes (do século XVIII e XIX) a formação cultural dos agentes sociais. Estes, por seu turno, idealizaram, e concretizaram, a imprensa científica (NUNES 2001: 37).

Passando para um marco decisivo, a fundação da Real Academia de Ciências de Lisboa[1] em 1779, esta foi fundamental para divulgar e publicar as obras dos cientistas portugueses. Foi "uma entidade dinamizadora e produtora de publicações periódicas que tinham como nota dominante a divulgação dos trabalhos, e dos estudos científicos, dos seus sócios" (NUNES 2001: 41). A partir dessa época, as "Memórias da Academia" constituem um elemento essencial de referência para conhecer e avaliar a atividade científica no país (*Cf.* SANTOS 1986: 299). Nesse mesmo ano, surge o "Jornal Encyclopédico", estando assim lançada em Portugal a matriz dos periódicos de índole enciclopedista (*Cf.* NUNES 2001: 56). O facto de o aparecimento deste periódico ser contemporâneo da fundação da Real Academia de Ciências de Lisboa é destacado por Maria de Fátima Nunes, que os vê como "duas criações culturais, dois públicos diferentes, com interceção dos mesmos protagonistas científicos" (NUNES 2001: 57).

No final do século XVIII, "irá nascer um tipo de imprensa periódica (nacional e patriótica, mas não nacionalista) de visão cosmopolita, útil e individualista do papel da ciência, sobretudo das ciências do homem (medicina incluída) e das ciências da natureza" (NUNES 2001: 45). "Até 1807 cada jornal polarizou um conjunto de verdades e de saberes individualizados, e socialmente prestigiados, pela cientificidade dos seus propósitos" (NUNES 2001: 45). A junção de questões políticas, científicas e culturais é destacada por Egídio Reis, que testemunha a existência de jornais nos séculos XVIII e XIX em Portugal cujo "papel de divulgação científica é inseparável da sua atuação política e dos seus projetos de transformação política e cultural do país" (REIS 2004: 13). Por seu turno, Maria de Fátima Nunes frisa: "a divulgação da Ciência aparece diretamente associada e dependente do papel político e literário do jornal, fazendo legitimar a visão política e cultural da sociedade com o suporte da ideologia científica" (NUNES 2001: 107). Porém, "o empenhamento destes periódicos em combinarem habilmente a política, a ciência e a literatura vai desaparecendo à medida que as convulsões políticas e ideológicas se vão agravando em Portugal" (NUNES 2001: 110). Assim,

1. O nome original era: "Real Academia de Sciencias de Lisboa".

a partir de certa altura, havia o ideal de "utilizar a informação como mola de desenvolvimento do país, permitindo, a longo prazo, o estabelecimento de um intercâmbio de informação entre Portugal e outros países desenvolvidos" (REIS 2004: 13).

Por outro lado, "um dos fenómenos mais interessantes a que se assiste nos finais do século XVIII, início dos século XIX é o desenvolvimento da imprensa especializada" (TENGARRINHA 1965: 52). Deste modo, "depois dos jornais políticos e noticiosos do século XVII, e a par dos de divulgação de conhecimentos gerais, surgem em número cada vez maior periódicos que tratam apenas ou predominantemente de um assunto" (TENGARRINHA 1965: 52).

Passando para dados concretos, "desde início de 1749 até finais de 1807 apareceram no nosso país 11 jornais literários e musicais, 7 científicos, 6 históricos, 3 comerciais, 2 de agricultura e 1 feminino" (TENGARRINHA 1965: 52). Os jornais científicos eram: o "Zodíaco Lusitano" (Porto, 1749), "Semanas Proveitosas ao Vivente Racional" (Lisboa, 1759-1760), "Diário Universal de Medicina Cirurgia e Farmácia" (Lisboa, 1764 e 1772), "Efemérides Náuticas ou diário astronómico calculado para o meridiano de Lisboa", publicado pela Academia Real das Ciências de Lisboa (Lisboa, 1789-1860), "Ano Médico" (Porto, 1796), "Efemérides Astronómicas" (Coimbra, 1804-1889) e "O Engenheiro Civil Português" (Lisboa, 1804)" (*Cf.* TENGARRINHA 1965: 52). Entre estas publicações, "os assuntos médicos e astronómicos (por vezes relacionados) são os mais focados, sendo também interessante referir o muito elevado número de assinantes do periódico sobre engenharia" (TENGARRINHA 1965: 52)

Ainda no século XIX, "a data simbólica de 24 de Agosto de 1820 alterou a história da imprensa em Portugal, nomeadamente a do periodismo científico, de modo significativo. A instauração do liberalismo entre nós trouxe modificações no modo de (in)formar o público leitor" (NUNES 2001: 99). Então, "a secundarização da cultura técnica e científica no período vintista é uma explicação plausível para o reduzido número de títulos existentes

nestes catorze importantes anos (1820-1834) da vida portuguesa" (NUNES 2001: 100). Tem como consequência "a secundarização do publicismo científico" (NUNES 2001: 101).

A mudança aconteceria alguns anos mais tarde, sendo que, "em Portugal, a data de 1834 simboliza a grande revolução imaginária e real em que há aceitação da crença no progresso científico" (NUNES 2001: 125). Pouco depois, "no final de 1837 aparecia o modelo de periódico publicista que veio revolucionar por completo a história da imprensa periódica portuguesa" (NUNES 2001: 132). "A entidade privada denominada Sociedade Propagadora dos Conhecimentos Úteis considerou empresarialmente rentável, e útil, à nação liberal fundar um periódico semelhante aos publicistas ingleses, de grande circulação e de baixo custo integrado num esforço nacional de elevar o grau de instrução de que a nação tanto carecia" (NUNES 2001: 132). Tendo-se demonstrado o papel da eficácia cultural da imprensa na valorização de cada cidadão, estava descoberta em Portugal a matriz de uma imprensa popular, instrutiva e de baixos custos (*Cf.* NUNES 2001: 132).

Em suma, "os periódicos de divulgação dos conhecimentos científicos inserem-se numa dinâmica mais vasta: a crescente influência das Luzes na opinião pública, traduzidas em utilitárias propostas técnicas e científicas" (NUNES 2001: 30).

A partir da década de 30 do século XIX:

> o jornal deixou de ser olhado como um vínculo cultural individualizado, ou centrado na personalidade forte e quase militante de um diretor ou de um redator; tratava-se agora de um conjunto de colaboradores especializados em várias áreas temáticas, que semanalmente enviavam para as redações o material produzido, compilado, traduzido (NUNES 2001: 134).

A verdadeira especialização surge apenas na segunda metade do século XIX, quando aparece imprensa especializada, vocacionada para um único ramo do saber, um grupo de leitores muito específico e, portanto, restrito

(*Cf.* NUNES 2001: 155). Anteriormente, no século XVIII, "os periódicos que, nas suas páginas, contemplam exclusivamente assuntos científicos e técnicos constituem um grupo deveras singular" (NUNES 2001: 65).

A tipologia de jornais e revistas da segunda metade do século XIX, proposta por Maria de Fátima Nunes, é a seguinte: "Médicos e Farmacêuticos**;** Agrícolas e agronómicos, Científicos e culturais ligados a instituições científicas; Ciências físicas, matemáticas, astronómicas e naturais" (NUNES 2004: 801).

Em relação à imprensa médica, cuja especialização se iniciou no final do século XVIII, esta permitiu "obter um amplo quadro de referências para a comunidade científica portuguesa efetuar um trabalho de produção de leituras científicas, em diferentes registos, procurando ir ao encontro dos vários sectores da sociedade portuguesa (NUNES 2004: 709).

Acerca da cultura científica em Portugal, no século XIX, a incipiente industrialização e a lenta constituição de um sistema científico (tolhida pela resistência de Coimbra a perder o monopólio do ensino superior) apenas permitiu algumas iniciativas de divulgação científica e técnica: publicações periódicas e coleções de livros, bibliotecas locais, exposições agrícolas e industriais de âmbito nacional ou local, cursos públicos e conferências organizadas por sociedades científicas, culturais e profissionais (*Cf.* DELICADO 2006: 57).

Posteriormente, uma parte significativa do século XX português foi marcada por um regime político autoritário, o que também deixou a sua marca nos entraves ao desenvolvimento do sistema científico. De facto, "a subordinação dos interesses económicos e sociais ao Estado e a resistência ao debate aberto e à crítica tiveram um impacto fortemente negativo" (DELICADO 2006: 57). Só com a democracia estabelecida chegam as primeiras iniciativas de promoção de cultura científica:

> a instauração do regime democrático em 1974 marca o início do desenvolvimento do sistema científico português, com a fundação de várias universidades públicas e institutos politécnicos, assim como universi-

> dades privadas, e a criação de centros de investigação (universitários, estatais ou empresariais), registando o número de doutoramentos um crescimento muito acentuado (DELICADO 2006: 60).

É apenas na segunda metade dos anos 80 que a cultura científica começa a entrar no discurso político. A promoção da cultura científica é pela primeira vez incorporada nos programas de governo a partir de 1991, tornando-se recorrente em todos os governos seguintes o objetivo de "incentivar as ações que conduzam ao aumento da cultura científica e tecnológica dos portugueses" (DELICADO 2006: 60).

O atraso estrutural de Portugal no que respeita à promoção da cultura científica deve-se a uma "peculiar situação semiperiférica, marcada por um tardio desenvolvimento científico e industrial acoplado à permeabilidade às influências europeias, que tem-se traduzido num sistemático desfasamento temporal nas políticas de promoção da cultura científica" (DELICADO 2006: 57).

Esta pouca atenção dada à ciência em Portugal refletiu-se na imprensa científica do país. Dados de 1982, relativos ao esforço científico dos países da OCDE, revelavam que Portugal pertencia ao grupo de países que "são muito pequenos, estão em via de industrialização e que não dão prioridade à pesquisa-desenvolvimento" (POLANCO 1990: 33). "Há uma boa correlação entre as variáveis económicas do país e a respetiva posição na produção de artigos científicos" (POLANCO 1990: 27), conclui-se. Ainda em 1982, dos 3100 artigos científicos no *Science Citation Index* (*SCI*), apenas 2% são editados nos países menos desenvolvidos. No entanto, não é suficiente definir a atividade científica de um país pela literatura produzida, pois as bases de dados são elaboradas pelos países mais desenvolvidos (*Cf.* POLANCO 1990: 43-44).

Entre 1990 e 2000, segundo a *ISI – Web of Knowledge*, houve um aumento exponencial da publicação de artigos científicos de Portugal no *Science Citation Index*, crescendo a percentagem da contribuição de Portugal para as publicações científicas mundiais citadas. Além disso, entre 1995 e 2001,

Portugal teve o maior crescimento médio anual do número de publicações científicas a nível mundial (fontes: Benchmarking National Research Policies, DG Research, European Commission e FCT).

8.1.2 A imprensa médica nas mãos dos médicos

Os jornais de informação médica, foco deste estudo, têm como antepassados os jornais médicos de carácter científico. Sendo assim, é importante destacar todos os fatores que contribuíram para o surgimento e evolução da imprensa médica: as associações científicas e profissionais, as instituições de ensino e investigação, as evoluções nas técnicas de impressão, o carácter empreendedor de alguns médicos, os interesses políticos e os motivos económicos, nomeadamente, da indústria farmacêutica. Outro aspeto a destacar é o facto de os médicos terem desenvolvido publicações com características próximas dos jornais de informação médica, muito antes da existência dos mesmos. De facto, à semelhança dos jornais de informação médica, muitos destes meios eram guiados por objetivos profissionais e sociais e não apenas por finalidades científicas. Os jornais de informação médica, que serão estudados posteriormente, têm as suas origens neste tipo de imprensa, mas o "amor à arte" foi substituído por objetivos comerciais.

Regressando às origens mais remotas da imprensa médica, "na pedra, na lousa, no barro, na madeira ou no metal escreveram-se as primeiras notícias do mundo: entre elas, também, logo as médico-cirúrgicas" (PINA 1945: 6). Neste caso particular, "os templos esculapianos gregos eram notáveis centros de Medicina prática e nesses templos suspendiam-se das paredes placas de argila em que gravavam as histórias dos doentes mais curiosas e informativas" (PINA 1945: 26-27). Estas são consideradas "os mais antigos repositórios públicos de Medicina e Cirurgia, as mais velhas gazetas médicas conhecidas" (PINA 1945: 26-27). No entanto, "tanto a imprensa livreira como a imprensa periódica geral e especializada não se estrearam em Portugal" (CAEIRO 1979: 3). Aliás, "só a partir do século XVIII, após a vulgarização da imprensa, se tornou óbvia a necessidade crescente dos médicos trocarem impressões escritas periodicamente, uma vez que o rápido

e sempre constante avanço dos estudos clínicos e terapêuticos assim o justificava" (CAEIRO 1979: 3). Portanto, numa profissão onde a aprendizagem é natural ao seu exercício, "a aquisição de conhecimentos médicos foram o 'primo-movens' dos periódicos de divulgação e de especialidade, com o intuito de superarem as grandes distâncias ainda morosamente transponíveis" (CAEIRO 1979: 4). Enfim, "foi dentro de todo este condicionalismo que nasceram os jornais médicos portugueses, como porta-vozes das também recém-nascidas Sociedades Médicas" (CAEIRO 1979: 4).

O primeiro jornal médico português, o "Zodíaco Lusitano", surgiu no Porto, em 1749, pelas mãos do médico Manuel Gomes de Lima Bezerra, que havia criado um ano antes aquela que se viria a tornar dez anos depois a Academia Real Cirúrgica Portuense (*Cf.* PINA 1945: 21-22). Este "não era um periódico exclusivamente consagrado a assuntos de Medicina" (CARDIA 1965: 13), o que aconteceu com primeiros jornais científicos de um modo geral. É de assinalar que o "Zodíaco Lusitano", do qual só se publicou um número, dizia-se órgão da Academia dos Escondidos, formada por três médicos, dois cirurgiões e dois boticários, organizados por Manuel Bezerra (*Cf.* CARVALHO 1932: 7-8). Seguiu-se outro periódico (1764 e 1772) dirigido pelo mesmo médico e do qual saíram três números: o "Diário Universal de Medicina, Cirurgia e Pharmácia" (CARVALHO 1932: 10). Nesse período, também se publicou o "Anno Médico" (1796) e a "Biblioteca de Cirurgia" (1789). Além disso, durante o século XVIII, houve muitos periódicos que, a par de artigos literários, artísticos, noticiosos ou de outras ciências, contenham escritos médicos numerosos e importantes, como por exemplo no "A Gazeta Literária" (1761) (*Cf.* CARVALHO 1932: 26).

O período de 1778 a 1820 correspondeu a um grande aumento do número de publicações periódicas, em Portugal. A década de 70 do século XVIII foi marcada por acontecimentos importantes para o desenvolvimento da investigação científica e do ensino das ciências em Portugal. Em primeiro lugar, a reforma da Universidade de Coimbra, impulsionada pelo Marquês de Pombal em 1772, e que constitui um marco fundamental no estudo da valorização das ciências em Portugal. Em segundo lugar, a fundação da Academia

Real das Ciências de Lisboa, em 1779, que constituía a concretização de uma ambição de todos os que defendiam a promoção das ciências e a criação de estruturas institucionais com capacidade para cumprir essa função. Nesse mesmo ano, também nasceu um dos periódicos mais importantes para a divulgação da informação científica em Portugal: o "Jornal Enciclopedico Dedicado á Rainha N. Senhora". Este pretendia preencher um espaço, até então vago, no fornecimento regular de informação a um público cada vez mais interessado nesse tipo de informação. Portugal seguia, desta forma, um caminho já traçado por outros países europeus que tinham criado as suas academias científicas e multiplicado o número de periódicos dedicados à informação científica (*Cf.* REIS: 2004).

"Tendo em conta o panorama cultural do país, fortemente marcado por uma estrutura social de antigo regime, bem como pelo elevado índice de analfabetismo, não se pode pensar que as ciências e a divulgação científica tivessem como alvo uma grande fatia da população" (REIS: 2004), sinaliza Egídio Reis. No entanto, "muitos dos periódicos publicados neste período incluíam, à semelhança dos periódicos de outros países, informação científica e técnica considerada relevante para o desenvolvimento do país. A utilidade era um dos critérios editoriais sempre presente, pelo que não espanta verificar que a teorização fosse quase inexistente" (REIS: 2004). Neste âmbito, entre as publicações que revelavam maior preocupação com a divulgação científica a um público alargado, o mesmo autor indica: o "Semanário de Instrucção e Recreio" (1812), o "Jornal de Coimbra" (1812-1820) e o "Jornal Encyclopedico de Lisboa" (1820).

Nesta época, "muitos portugueses viram-se forçados a emigrar, fixando residência noutros países europeus. A maioria destes emigrados era simpatizante e promotor das ideias liberais e alguns fundaram periódicos que enviavam notícias e informações de diverso tipo para Portugal e suas colónias" (REIS 2004). Desta forma, a par dos periódicos entretanto fundados em Portugal e no Brasil, foram fundados diversos títulos em Londres e em Paris, alguns marcadamente políticos e que não incluem preocupações de divulgação científica, e alguns que prestam uma atenção particular à divul-

gação científica e técnica (*Cf.* REIS 2004). Entre estes últimos, destacam-se: o "Jornal Enciclopedico Dedicado á Rainha" (1779, 1788-1793, 1806), publicado em Lisboa; "O Investigador Portuguez em Inglaterra" (1811-1819), editado em Londres, e os "Annaes das Sciencias, das Artes, e das Letras" (1818-1822), lançado em Paris.

Analisando estas três publicações com maior pormenor, o "Jornal Enciclopedico Dedicado á Rainha" é considerado "um marco incontornável na história da divulgação científica em Portugal e serviria de matriz a muitos outros publicados nas primeiras duas décadas do século XIX" (REIS 2004). É relevante assinalar que a medicina era um dos temas mais noticiados (*Cf.* REIS 2004).

Relativamente aos outros dois – "O Investigador Portuguez em Inglaterra" e os "Annaes das Sciencias", estes

> integram-se num movimento editorial protagonizado pelos portugueses emigrados que defendiam, na sua maioria, a implementação de reformas políticas, a par do desenvolvimento económico e da integração de Portugal no movimento cultural europeu. As ciências surgiam, nestes periódicos, como elemento fundamental para a promoção do conhecimento e do desenvolvimento do país (REIS 2004).

No caso do "O Investigador Portuguez em Inglaterra", "entre os textos científicos destacam-se pela sua assiduidade e importância os textos de Medicina e de Química. Estas duas áreas são nitidamente privilegiadas em relação às outras, a que não deverá ser alheio o facto dos redatores da primeira fase da publicação serem médicos" (REIS 2004).

Nos "Annaes das Sciencias", entre os temas dominantes estavam a agricultura com cerca de 23%, seguindo-se a tecnologia e a indústria, a Medicina e Farmácia e a Geografia, cada uma delas com cerca de 12% (*Cf.* REIS 2004). Em termos de conteúdos ligados à medicina, a publicação "dedicava-se à divulgação de novos remédios e preparações farmacêuticas, bem como os

métodos da sua administração, com referências aos textos onde se encontra a informação, para aprofundamento por parte dos médicos e boticários" (REIS 2004).

Ainda no século XIX, há quem considere que o tempo entre 1807 e 1828 foi "um período estacionário no respeitante à comunicação médica" (CAEIRO 1979: 5). No entanto, Eduardo Ricou constata que "antes de 1825 já a imprensa constituía uma preciosa fonte de informação sobre a orientação e trabalhos da Medicina portuguesa" (RICOU 1987: 1) Na verdade, foi durante este tempo que surgiu o "Jornal de Coimbra", "escrito em Coimbra e editado em Lisboa, na Impressão Régia, entre 1812 e 1820 (NUNES 2001: 80). Curiosamente, "este periódico teve como membros fundadores e diretores três lentes da Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra – José Feliciano de Castilho, Ângelo Ferreira Diniz e Jeronymo Joaquim de Figueiredo". O mais pertinente é que "o lugar de destaque dado às notícias da 'arte de curar' não se pode atribuir apenas às prioridades científicas dos diretores. Este facto está relacionado com a ideia de fundar um jornal oficial, científico, no âmbito da Medicina que estivesse diretamente ligado à Universidade de Coimbra" (NUNES 2001: 80). Mais concretamente, "os Governadores do Reino determinaram em Portaria de 24 de Outubro de 1812 a necessidade de dar avanço ao saber da Medicina, dando o mote para um periódico universitário que deveria contribuir para o alargamento, e aperfeiçoamento, do estudo da Medicina entre nós" (NUNES 2001: 80-81). Acerca dos conteúdos deste jornal, estes passavam por: "notícias recebidas, de artigos traduzidos de outros periódicos, de informações sobre as várias áreas do saber científico. Contava ainda com a colaboração de algumas das personalidades científicas portuguesas. Competia aos redatores organizar e sistematizar todo este material" (NUNES 2001: 82). Em síntese, "o periódico funcionava, de facto, como um polo aglutinador de experiências e demonstrações práticas de matérias científicas, especialmente médicas e do foro da farmacopeia" (NUNES 2001: 82).

Mais tarde, em 1835, edita-se a primeira e mais antiga revista médica que se publica em Portugal e uma das mais antigas no mundo que mantém o título original: o "Jornal das Ciências Médicas de Lisboa"[2], órgão da Sociedade com o mesmo nome. Esta publicação, em 1836, passou a designar-se "Jornal da Sociedade de Ciências Médicas de Lisboa" e "tornou-se o principal órgão da classe médica portuguesa" (RICOU 1987: 1-2). Portanto, "a atividade médica de Lisboa tinha nessa Sociedade e, portanto, no respetivo jornal a sua expressão mais direta, e de ali se fazia ouvir pelos poderes públicos" (RICOU 1987: 2). Entre os seus conteúdos estavam: "observações de casos clínicos, artigos doutrinários, apreciações e discussões" (RICOU 1987: 2).

Maria de Fátima Nunes realça que " história da Medicina em Portugal virou uma página da sua existência a partir da década de trinta do século XIX" (NUNES 2001: 129). Para tal, contribuíram vários fatores endógenos da sociedade portuguesa, e dos seus traços culturais e científicos, que influenciaram o movimento específico da imprensa médica: o espírito de abertura e inovação fomentado pelo regresso dos bolseiros portugueses formados na escola inglesa no meio médico-cirúrgico português; o retorno da intelectualidade de diversas formações académicas e científicas de França e de Inglaterra e, não menos importante, a tradição que a imprensa médica já tinha em Portugal desde o século XVIII (*Cf.* NUNES 2001: 129). Além disso, houve ainda, "na sociedade portuguesa da década de trinta, outras potencialidades para o rápido desenvolvimento de publicações periódicas médicas, com diferentes tonalidades discursivas, com diferentes objetivos, e para diferentes públicos de leitura" (NUNES 2001: 129). De facto, "a edificação e organização racional do (novo) Estado Liberal a partir de 1834 foi acompanhada por um grave problema de saúde pública – a epidemia de cólera que grassou por toda a Península" (NUNES 2001: 129).

Neste contexto, é "lícito inserir o aparecimento de duas publicações periódicas médicas, mas sob os auspícios do Estado, concretizando alguns dos planos liberais relativos à saúde pública. Referimo-nos aos Annaes das

2. Atualmente, apenas se publica na Internet, estando disponível em: http://www.scmed.pt/np4/5 (consultado a 15/03/2011) e não há uma versão impressa.

Sciencias Medicas e aos Annaes do Conselho de Saúde Pública do Reino" (NUNES 2001: 129). A partir de 1835, surgiram muitos periódicos médicos, isto é:

> um vasto universo de produção de leitura ou de leituras médicas, e de ciências acessórias, escritas para um universo restrito: páginas preenchidas com artigos sobre variados casos e doenças de foro clínico, relatórios hospitalares, informações meteorológicas cruzadas com observações agronómicas, propostas ou relatos das reformas das instituições médicas (NUNES 2001: 130).

Apesar de tudo, "no último quartel do século XIX a decadência e o atraso das escolas de Medicina em Portugal eram ainda bem evidentes" (CARVALHO 1932: 30). Fazia-se sentir a falta de "uma alta voz desta campanha de reformas e progressos, iniciando uma vida nova que promovesse a assistência, renovasse o ensino e dignificasse a profissão" (CARVALHO 1932: 32). Foi neste âmbito que, em 1883, surgiu "A Medicina Contemporânea", relevante pela sua importância e durabilidade, já que a publicação só terminou em 1925 (SACADURA 1945: 16-20). Em termos de conteúdos:

> não só se publicavam notícias interessantes relativas ao país e ao estrangeiro, contas desenvolvidas de congressos, observações, resumos de artigos doutras revistas, análises de teses, notas biográficas e bibliografias, mas também protestos e reclamações e muitas vezes alvitres sobre questões importantes até então descuradas ou ignoradas (SACADURA 1945: 35).

Estas questões eram, entre outras: "o ensino, associações médicas de classe, do inconveniente de permitir a entrada aos médicos espanhóis, do estado dos hospitais, da defesa sanitária internacional" (SACADURA 1945: 35).

Conjugando o valor do "Jornal das Ciências Médicas de Lisboa" com a mais-valia do "A Medicina Contemporânea", Silva Carvalho sustenta: "se todos os livros de Medicina portuguesa se perdessem, salvando-se apenas estas duas publicações, seria possível reconstruir a História da Medicina em Portugal a partir do princípio do século XIX" (*Cit. in* PINA 1945: 31).

Outro fator a ter em conta é que muitos dos jornais existentes na época baseavam-se em "traduções de publicações estrangeiras" (RICOU 1987: 3). Tal como se verá mais adiante, na atualidade também são muitas as edições portuguesas de publicações estrangeiras à disposição dos médicos, em Portugal.

António Maia Gonçalves elaborou uma História do jornalismo médico portuense, dado que o Porto foi um dos principais berços da imprensa médica em Portugal. Nesta resenha, destaca a publicação da "Gazeta Médica do Porto", em 1842. Além disso, "desde 1859 que nos estabelecimentos da Santa Casa da Misericórdia do Porto, em particular, no Hospital de Santo António, se manifesta uma atividade editorial mais ou menos intermitente, denotando uma certa compreensão da necessidade e vantagens da comunicação e divulgação de conhecimentos profissionais" (SOUSA 1975: 15). Em 1860, surge a "Gazeta Médica do Hospital Real de Santo António" e, como se lê na primeira edição, "ali são cuidadosamente registados todos os progressos nos variados ramos das Ciências médicas, ali se publicam todos os descobrimentos importantes, lá aparece o riquíssimo pecúlio de factos colhidos nos anfiteatros e na clínica das Escolas e Hospitais" (SOUSA 1975: 17). "Entre os inumeráveis jornais de todas as espécies, ocupa um lugar muito distinto o jornal médico" (SOUSA 1975: 17), afirma-se no mesmo texto.

Em 1884, surgiu a revista "Saúde Pública", que dizia conter "o espírito do derramamento social da Ciência, pretendendo servir a coletividade humana em geral, e não apenas a comunidade restrita dos médicos" (GONÇALVES 1989: 17). Mais tarde, em 1897, surge uma terceira gazeta, novamente designada "Gazeta Médica do Porto". A "Gazeta dos Hospitais do Porto", publicada

a 1907, viria a ser o último exemplar do apelidado "gazetismo médico", dado que, depois da implantação da república, não houve mais alguma nova publicação médica com o título de "gazeta" (*Cf.* GONÇALVES 1989: 22-23).

Vai ser "no século XX que a imprensa periódica vai deparar-se com o trinómio: necessidade de produção em massa, difusão à maior distância e mais rapidamente possível" (CAEIRO 1979: 7). De facto, em 1965, "a moderna imprensa médica portuguesa situa-se num plano de relevo no cenário médico-jornalístico europeu, tendo atingido um nível dos mais elevados, não só do ponto de vista científico, mas também material" (FILHO 1965: 1). Nesta altura, "muitas são as revistas e os jornais, alguns puramente científicos, outros dedicando-se também a assuntos paramédicos" (FILHO 1965: 2).

Uma das publicações que se destaca no século XX é o "Boletim do Instituto Português de Oncologia" (1934-1974), na medida em que "tinha grande difusão em Portugal, entre médicos, associações e leigos e constituía, sem dúvida, um original instrumento pedagógico, visando a informação e formação do público, relativamente à doença oncológica" (CONDE 1991: 5). Deste modo, o jornal era escrito com objetividade e em linguagem simples e de literatura fluida, qualquer que fosse a matéria, científica ou de divulgação, já quer era destinado quer aos leigos, quer aos profissionais, "numa imprensa rigorosamente médica" (*Cf.* CONDE 1991: 5).

Deve ser dado um destaque especial ao "Jornal do Médico", fundado em 1940 pelo médico Mário Cardia, mas que viria a ser dirigido, mais tarde, pelo também médico Armando Pombal, devido a dissidências entre ambos. Mário Cardia, após este problema, fundou outro jornal: "O Médico" (*Cf.* CONDE 1991: 7). O grande impacto do "Jornal do Médico" deveu-se ao seguinte: "surgiu em plena guerra, tempo durante o qual a informação médica não era facilmente conseguida e o jornal transmitia muito do que se fazia na Medicina fora do país" (CONDE 1991: 7). Em termos de conteúdo, o jornal, além dos artigos originais e científicos de autores portugueses, publicou traduções de trabalhos estrangeiros com interesse prático e divulgou acontecimentos científicos, novidades e progressos dos diferentes campos

da medicina, bem como artigos de opinião (*Cf.* CONDE 1991: 9). Quanto à linha editorial, "desde o seu início, a sua política foi sempre a dos interesses e aspirações da classe médica" (CONDE 1991: 10). Em suma, "este jornal, de âmbito nacional, multidisciplinar, ao mesmo tempo científico e informativo, refletia as perspetivas do jornalista médico" (CONDE 1991: 10).

"Jornalismo Personalizado"

É essencial recordar que, ao longo da História da imprensa médica em Portugal, houve publicações que surgiram unicamente devido à dedicação e empenho pessoal de alguns médicos. Desta forma, evidenciam-se o empreendedorismo e espírito de missão de muitos médicos que, além do exercício da atividade clínica, eram responsáveis pela elaboração de jornais e revistas na área da Medicina. Daí que falar da História da imprensa médica é falar, em parte, da História de algumas personalidades do mundo da Medicina. É neste sentido que, ao relatar a História da imprensa médica em Portugal, António Maia Gonçalves lembra que umas revistas foram veículos de transmissão de ideias, outras constituíram-se em boletins de sociedades médicas existentes, umas outras terão sido impulsionadas por um indisfarçável orgulho intelectual exacerbado ou mesmo de fervor patriótico. Porém, como sublinha, em última análise, todos foram resultantes da grande generosidade de alguns seres humanos que decidiram entregar-se voluntariamente à luta, tenaz, contra a ignorância (*Cf.* GONÇALVES 1989: 1). Por seu turno, Mário Cardia realça: " tem contribuído para o prestígio da imprensa médica o facto de aos nossos jornais e revistas estarem ligados eminentes figuras da Medicina" (CARDIA 1965: 9). Aliás, "mesmo em relação aos periódicos editados por firmas ou indivíduos estranhos ao corpo médico – portanto, com objetivos comerciais – grandes figuras da Medicina atuam efetivamente nas respetivas publicações, ou de modo eventual" (CARDIA 1965: 10). Como faz questão de sublinhar, grande parte dos jornais e revistas são feitos por jornalistas médicos amadores, que só ocupam parte do seu tempo com os seus periódicos, desenvolvendo grande atividade como clínicos, professores, chefes de serviço ou outros (*Cf.* CARDIA 1965:

10). Enfim, "em Portugal, a imprensa médica tem sido, desde que nasceu há mais de um século, em geral, colaborada e dirigida por médicos de prestígio" (CARDIA 1965: 11).

Um desses médicos foi, precisamente, Mário Cardia, fundador do "Jornal do Médico" e de "O Médico". Em 1940 fundou e dirigiu durante nove anos o "Jornal do Médico", cuja existência se prolongou até 1992. Como explicou, na época, "fazia-se sentir a necessidade de um periódico que desse especial relevo aos assuntos profissionais em relação com a Medicina social; seria um órgão destinado a estudar cuidadosamente os problemas, criando ambiente para soluções adequadas" (CARDIA 1965: 17). Surgiu, assim, o referido jornal, inicialmente com periodicidade quinzenal e que a partir de 1945 passou a ser semanal, voltando mais tarde a ser quinzenal. Acerca de António Cardia, que pode ser visto como um bom exemplo de autodidatismo, António Maia Gonçalves acentua que este "pioneiro do jornalismo médico no nosso país deve ter sido o primeiro a fazer do jornalismo médico uma profissão" (GONÇALVES 1989: 24).

Outra figura proeminente na imprensa médica portuguesa foi o médico de Ponte de Lima, já referido, Manuel Gomes de Lima ou Manuel Bezerra, como também era conhecido (*Cf.* NUNES 2001: 53). Este fundou a Academia Médico-Portuense, em 1749, "que tinha como objeto a cultura da Medicina experimental" (NUNES 2001: 54). No mesmo ano, "a Academia dos Escondidos foi outra das manifestações da capacidade de organização da sociabilidade científica de Gomes Bezerra, cujo principal órgão era o periódico 'Zoodíaco Lusitanico'". Além disso, "neste ano ainda, Manuel Bezerra funda e assina os Estatutos da Academia Real Cirúrgica Portuense" (NUNES 2001: 54). Manuel Bezerra exerceu a sua atividade na área da Cirurgia (que na época era diferente de Medicina) na cidade do Porto até 1764, "indo depois para Coimbra estudar Medicina" (NUNES 2001: 54). Aliás, devido a esta circunstância "surge um olhar crítico sobre a instituição universitária, publicado no 'Diario Universal de Medicina, Cirurgia e Pharmacia', periódico iniciado, exatamente, em 1764 – um periódico científico que viveu, essencialmente, a partir do labor de uma única pessoa – Manuel Gomes de Lima" (NUNES

2001: 54-55). Por tudo isto, como adianta Maria de Fátima Nunes, os jornais periódicos científicos desta época da "Regeneração das Luzes" inserem-se naquilo que apelida de "Jornalismo Personalizado" (NUNES 2001: 53).

Funções da imprensa médica

Em relação às funções da imprensa médica, Mário Cardia considera que esta possui diversas utilidades: ser elemento de informação sobre o movimento médico nacional e internacional; funcionar como arquivo de trabalhos científicos; ser arauto e defensor dos interesses profissionais no plano científico, moral e material; divulgar e apresentar as investigações em Ciências básicas e dar aos médicos possibilidades de permanente atualização (*Cf.* CARDIA 1965: 27). Perante tudo isto, a imprensa médica é "uma alavanca incomparável dos progressos da Medicina de hoje" (CARDIA 1965: 29-30). Por seu turno, Costa Sacadura atenta para a faceta "polemista" da imprensa médica, isto é, ser um "local de polémicas entre doutores, que desdouram páginas de tantos jornais médicos publicados desde o Zodíaco até aos nossos dias" (SACADURA 1945: 15). Além disso, a imprensa médica constitui "um fator de prestígio da classe médica" (SACADURA 1945: 17) e "um registo da história da vida médica nacional", para além da "faceta puramente científica" (SACADURA 1945: 20). Por outro lado, "tem uma faceta de alavanca de ação social" (SACADURA 1945: 21), ou seja, "soube e pôde orientar Governos e contribuir largamente para benefício do País, fomentando medidas no capítulo assistencial, epidemiológico, sanitário, etc." (SACADURA 1945: 21). Finalmente, destaca-se "a vastíssima bibliografia, de que jornais médicos dão copioso e valioso registo" (SACADURA 1945: 28).

Ainda relativamente às funções da imprensa médica, José Conde atribui-lhe uma "missão social, quer em relação aos cientistas, quer em relação aos leigos" (CONDE 1991: 6). Ao mesmo tempo, defende que com a designação de "imprensa médica" não se deve entender, exclusivamente, a imprensa especializada, mas também a imprensa periódica e quotidiana, ou seja, todos os que de qualquer forma escrevem sobre medicina (*Cf.* CONDE 1991: 6). Neste ponto, note-se que, neste âmbito, não se concorda com a utilização desta mesma expressão para coisas tão diferentes, distinguindo-se: imprensa mé-

dica, destinada aos médicos, de imprensa generalista, destinada ao público em geral. No entanto, realça-se a existência de jornalismo médico, quer na imprensa médica, quer na imprensa generalista.

Na opinião de Augusto da Silva Carvalho, os periódicos médicos têm uma missão a cumprir: "compartilham com as associações médicas a função orientadora e fiscal, não só dos profissionais como das escolas e hospitais e ainda dos poderes públicos, no que respeita ao ensino, à assistência e à higiene, repressão e profilaxia de crimes e outras questões" (CARVALHO 1932: 3). Deste modo, como "exercem, ou devem exercer, uma acção moralizadora e educativa e além de defenderem os interesses legítimos dos médicos e paramédicos, podem ter importância principal para a resolução dos conflitos e lutas que entre eles podem surgir" (CARVALHO 1932: 3). Além disso, "a influência na vida social pode ser de grande alcance e utilidade" (CARVALHO 1932: 4). Por fim, há "subsídios preciosos que os jornais médicos contêm para a organização da História da Medicina" (CARVALHO 1932: 4). Em suma, "o jornal médico deve ser ao mesmo tempo cátedra, arquivo, tribunal e alta voz, que se faça ouvir bem claramente nas secretarias do Estado e nos senados municipais" (CARVALHO 1932: 41).

Não só de louvores se enchem as páginas da História da imprensa médica em Portugal. De facto, nos finais da década de setenta do século XX, Carlos Saraiva e colegas criticavam: "a literatura médica portuguesa tem uma reduzida difusão internacional que, se em parte se pode considerar motivada pela escassa difusão da língua, fundamentalmente se deve à falta de critério na elaboração dos trabalhos a publicar" (SARAIVA *et al.* 1978: 1). Concluindo que "grande parte da nossa literatura médica é confusa e pouco esclarecedora" (SARAIVA *et al.* 1978: 1), os mesmos autores apresentam exemplos concretos de apreciações negativas, entre as quais: "mau critério na escolha do título; apresentação confusa, com repetições frequentes e detalhes supérfluos; uso e abuso de sinónimos e adjetivos e figuras e quadros sem legendas (SARAIVA *et al.* 1978: 2). Perante este cenário, que indicia a necessidade de algo semelhante a um de livro de estilo para os artigos médicos, os autores vão mais além e defendem: "seria uma necessidade primordial o

ensino da redação médica nas nossas Faculdades de Medicina" (SARAIVA *et al.* 1978: 3). Isto tornaria possível "uma nova geração de artigos médicos portugueses, claros, simples e funcionais" (SARAIVA *et al.* 1978: 7). Em síntese, consideram que "a Redação Médica constitui técnica própria, obedecendo a regras universais" (SARAIVA *et al.* 1978: 4) e que assume uma enorme importância, pois "uma investigação cujos resultados são acessíveis apenas a um círculo restrito ou cujo significado passa despercebido é uma investigação inútil" (SARAIVA *et al.* 1978: 7).

8.1.3 A entrada do jornalismo na imprensa médica

Como já se viu, existe em Portugal um longo historial de uma imprensa médica com intuitos altruístas, mas muito variados: científicos, associativos, profissionais ou sociais. Estes jornais e revistas eram elaborados por médicos, em paralelo com a atividade profissional principal: a Medicina. Devido a uma multiplicidade de condições, estes jornalistas amadores foram substituídos por jornalistas profissionais, inseridos em organizações jornalísticas e empresas editoriais com fins comerciais. Portanto, nesta secção pretende-se explicar as razões para esta transição. Além disso, irão apontar-se as principais características jornalísticas deste tipo de publicações e as funções que estas cumprem a nível científico, profissional e social.

Um aspeto comum a qualquer área de especialização jornalística em Portugal é que "os jornais e as revistas especializadas que surgiram na década de 90 resultam fundamentalmente de projetos inseridos numa lógica comercial e industrial" (SERRANO 2006: 217). No caso específico da medicina, António Maia Gonçalves recorda o "amadorismo solidário e generoso" dos médicos que fundaram e desenvolveram a imprensa médica em Portugal e que, "apesar de ainda perdurar nalgumas esparsas consciências, tem sido substituído por um profissionalismo capitalista" (*Cf.* GONÇALVES 1989: 26). Por outro lado, a profissionalização dos próprios médicos na escrita de textos na área da medicina faz com que a "redação médica" seja uma especialidade médica nos países anglo-saxónicos e em França, o que não acontece de forma tão sistematizada em Portugal. Nestes países, as revistas

mais importantes possuem uma equipa de médicos formados neste ramo, os "editores médicos", a quem compete fazer a revisão, correção, verificação e estilização de textos médicos (*Cf.* SARAIVA *et al.* 1978: 3). A utilidade da edição médica dever-se-á à importância de "verificação da exatidão dos textos, que só pode ser feita por médicos" (SARAIVA *et al.* 1978: 3).

Fazendo uma revisão da literatura sobre esta temática, embora não se encontrem referências explícitas aos jornais de informação médica, há algumas indicações relacionadas com o objeto de estudo da presente investigação. Quanto aos jornalistas profissionais na imprensa médica, Warren Burkett assegura que "embora redatores de Ciência e Medicina de tempo integral trabalhem para revistas como a '*Time*' e '*Newsweek*', a maior parte dos membros das revistas trabalha para a ciência especializada e, principalmente, publicações médicas" (BURKETT 1990: 43).

Quanto às publicações médicas não sujeitas ao sistema de revisão pelos pares, Ragnar Levi realça um dos problemas que estas podem acarretar: "geralmente, publicações médicas que não tenham sido revistas pelos pares, incluindo reportagens de conferências e suplementos de jornais científicos, são mais suscetíveis de serem influenciadas do que as outras" (LEVI 2001: 61). No entanto, "muitos jornalistas na imprensa profissional são, de facto, mais cuidadosos e meticulosos do que aqueles nos media generalistas, precisamente porque as suas audiências são muito mais diferenciadas", defende Charles Petit (*Cit. in* SWEET 2002: 178). Apesar disso, o que acontece é o seguinte:

> uma tendência no jornalismo dos meios generalistas para olhar com superioridade para os colegas dos meios especializados e imprensa profissional, o que, em parte, reflete preocupações que estes tenham mais probabilidades de terem conflitos de interesse. Os *freelancers* também são frequentemente vistos como suspeitos, pois muitos fazem simultaneamente jornalismo e outros trabalhos, tais como relações públicas (SWEET 2002: 178).

A verdade é que "há inúmeros exemplos de comportamentos suspeitos nos media generalistas, tais como fazerem viagens financiadas por grupos de interesse ou realizarem coberturas noticiosas tendenciosas, incompletas ou erradas" (SWEET 2002: 178).

Outro assunto que tem merecido atenção é uma possível diluição das fronteiras entre o jornalismo e a publicação científica na área da medicina, causando um aceso debate entre escritores de ciência e os jornalistas (*Cf.* SWEET 2002: 178). Devido à internet, o público em geral começa a ter acesso a algumas às publicações científicas na área da medicina. Aliás, como já se concluiu anteriormente, "um público crescente conhecedor de saúde está a dirigir-se cada vez mais para publicações especializadas em busca de informação" (SWEET 2002: 178). Sendo assim, reportando à realidade de países como os Estados Unidos, coloca-se a seguinte questão: "agora que estas publicações são lidas de um modo mais abrangente pelo público em geral, devem continuar a ser considerados jornais científicos puramente profissionais?" (SWEET 2002: 178). No caso de Portugal, devido a condicionantes legais (que proíbem a publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica junto do público não-médico), a maioria das publicações portuguesas não estão disponíveis para o público em geral.

Relativamente à importância das publicações destinadas ao público profissional e especializado em determinada área da ciência, Julie Ann Miller advoga que, "embora o interesse do público em ciência possa desaparecer ou diminuir, os cientistas vão sempre precisar de informação sobre o progresso das suas especialidades" (MILLER 1998: 30). Por outro lado, "boa ciência, boa pesquisa e os pacientes serão as vítimas, a não ser que haja livre circulação de informação sobre saúde por todo o mundo" (ANA 2004: 591). Sendo assim, "os jornais científicos devem ser um ponto de apoio para a troca de ideias a nível local e internacional" (ANA 2004: 591). Estas publicações "devem incluir material relevante para todos os médicos, quer sejam de países ricos ou pobres" (ANA 2004: 591). Além disso,

> um jornal científico na área médica em geral deve publicar material que seja cientificamente robusto para ajudar os médicos e outros profissionais de saúde a praticarem melhor medicina. Deve ser suficientemente influente para ter um impacto nas políticas de saúde. Deve trazer artigos educacionais interessantes e revistos pelos pares, para ter uma reputação de excelência. Deve ajudar a retirar políticas de saúde que não sejam baseadas na evidência. Deve publicar pesquisa internacional mas que sejam relevante e atrativa para médicos locais. Também deve incluir outro material, como obituários, notícias, debates temáticos e comentários de especialistas (ANA 2004: 591).

Passando para a caracterização das publicações médicas de cariz jornalístico, e tendo por base as ideias apresentadas por Francisco Ramírez e Javier del Moral, é de destacar a questão da linguagem. De facto, a terminologia usada nesta área é técnica e científica, pelo que requer dos jornalistas um cuidado especial na sua utilização. Aliás, a Organização Mundial de Saúde contabilizou mais de 150 mil termos especializados na profissão médica (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 266). Por outro lado, nas publicações médicas, predomina a publicidade de produtos farmacêuticos, convertendo-se, algumas delas, em meros suportes publicitários (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 266). Em relação aos géneros jornalísticos predominantes, para além das notícias sobre descobertas médicas, utiliza-se frequentemente: a reportagem, para informar amplamente, de forma divulgativa, sobre alguma doença, e o ensaio, para o estudo científico e analítico de determinados problemas de saúde (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 267). Quanto aos conteúdos, nesta área informativa, incluem-se mais aqueles de carácter positivo do que negativo, ao contrário do que acontece noutros campos, como a política ou a economia (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 267). Então, será mais facilmente notícia o homem que vence a doença, por exemplo, a descoberta de um medicamento novo para a diabetes, do que a doença que vence o homem, por exemplo, o aumento da mortalidade associada ao cancro. Por fim,

observa-se que grande parte das publicações especializadas em temas de saúde distribui-se de forma gratuita ou mediante assinaturas (*Cf.* RAMÍREZ e MORAL 1999: 267).

8.2 A imprensa médica da atualidade em Portugal

O objetivo deste ponto é traçar um enquadramento conceptual do objeto de estudo: os jornais de informação médica. Para tal, começar-se-á por abordar a problemática do médico como recetor de muita e variada informação. Em seguida, procurar-se-á traçar um panorama o mais completo possível sobre a diversidade das publicações médicas, particularmente em Portugal. Na tentativa de ordenar este caos aparente, apresentar-se-á uma proposta de categorização das publicações nesta área. Desta tipologia, chegar-se-á aos jornais de informação médica, que serão analisados mais pormenorizadamente, dado que constituem o núcleo principal desta investigação.

8.2.1 O médico como consumidor de informação

Nesta secção, irá ser exposta a realidade do consumo informativo por parte dos médicos, uma classe profissional destinatária de múltiplos objetivos de comunicação. A este propósito, Isaac Epstein explica que o médico está no centro de um sistema cujo fluxo informativo inclui: os media, a internet, os centros de ensino e pesquisa, as revistas científicas, os congressos, a indústria farmacêutica, entre outros (EPSTEIN 2004[b]). Daniel Virella fala mesmo de uma sobrecarga informativa: "a extensa oferta, o escasso tempo disponível e a crescente especialização profissional não permitem sequer ponderar a hipótese de uma leitura enciclopédica da literatura médica. Não resta senão selecionar os artigos a ler" (VIRELLA 2009: 38). Nesta linha de pensamento, "um leitor verdadeiramente empenhado tentará associar à leitura de artigos da sua área de especialidade alguns artigos mais gerais, lerá artigos de investigação original, alguns relatos de casos e alguns artigos de atualização" (VIRELLA 2009: 38). Mesmo havendo este processo de seriação das leituras por parte dos médicos, "a oferta continuará a ser imensa!" (VIRELLA 2009: 38).

Além dos meios supracitados, os próprios doentes são cada vez mais intervenientes ativos na comunicação com os médicos. Igualmente, os próprios colegas médicos e outros profissionais de saúde são importantes fontes de informação. A indústria farmacêutica, por sua vez, utiliza várias estratégias para transmitir informação ao médico, que passam, entre muitas outras, pelos tradicionais contactos diretos dos delegados de informação médica e pela oferta de formações especializadas. Em suma, o médico é o ponto de destino da rota de comunicação de múltiplos emissores.

Perante este cenário, a necessidade de seleção de informação por parte do médico é algo inevitável. Para Richard Thomas, "as pessoas não prestam atenção a todas as comunicações que recebem, mantendo uma postura seletiva, além de pesquisarem propositadamente algumas informações" (THOMAS 2006: 96). Uma das barreiras à comunicação pode ser mesmo esta sobrecarga informativa (*Cf.* THOMAS 2006: 97).

Por outro lado, o próprio canal informativo é determinante na eficácia da comunicação. Daí serem fundamentais duas coisas em relação ao canal de comunicação da mensagem que se quer transmitir: a sua adequação ao destinatário (por exemplo, o médico pode não gostar de contacto por telefone ou por correio) e a sua credibilidade perante o mesmo (*Cf.* THOMAS 2006: 97). Nesta perspetiva, alguns autores defendem a leitura de publicações científicas revistas pelos pares: "o artigo científico é uma das formas mais nobres de divulgação de conhecimentos médicos. Com a sua leitura é possível aumentar e atualizar os conhecimentos sobre os mais variados aspetos da prática clínica para alcançar-se a excelência profissional" (VIRELLA 2009: 37). Além disso, "não é, certamente, a única forma de adquirir conhecimento, mas é a única que permite uma atitude reflexiva, ponderada e crítica, sem os constrangimentos temporais e ambientais dos outros meios habituais de atualização médica, como conferências, comunicações ou *posters*" (VIRELLA 2009: 37). Porém, Daniel Virella salienta:

> a capacidade de leitura crítica dum artigo médico não é uma aptidão inata, exigindo a aquisição de conhecimentos que podem e devem ser adquiridos pelos clínicos ao longo da sua formação, de modo a aproveitarem os meios ao dispor para ampliar conhecimentos, melhorar a prática clínica e desenvolver a capacidade de investigação científica (VIRELLA 2009: 37).

Relativamente à internet, os profissionais de saúde encaram-na de duas formas: como possível fonte de informação e de outras ferramentas para a prática profissional e como fonte de informação médica dos próprios doentes (*Cf.* ESPANHA 2009: 118). Num estudo sobre os hábitos de utilização da internet pelos médicos portugueses, Rita Espanha descobriu o seguinte:

> a maior parte dos médicos consulta frequentemente *sites* na internet de entidades oficiais, publicações periódicas internacionais e publicações académicas internacionais, bem como congressos, conferências ou reuniões, para as suas pesquisas. No geral, registam-se maiores frequências de utilização por parte dos médicos de fontes internacionais em detrimento das nacionais (ESPANHA 2009: 121).

Os objetivos que norteiam este fornecimento de informação em várias frentes também não podem ser negligenciados. Na verdade, além dos propósitos científicos, formativos, educativos, sociais, individuais e profissionais, os objetivos de marketing das empresas farmacêuticas são os grandes impulsionadores da comunicação a este nível. Nesta perspetiva, o consumidor final de produtos e serviços de saúde representa apenas um tipo de audiência na área da saúde. Na verdade, a maior parte do consumo de bens e serviços é efetuado por profissionais e instituições de saúde que, por isso, também devem ser vistos como clientes (*Cf.* THOMAS 2006: 50). Além dos produtos das indústrias farmacêuticas, os medicamentos, há várias empresas que fornecem serviços de apoio, desde equipamentos e tecnologias, materiais médicos, aplicações informáticas, companhias de seguros de saúde, entre outros (*Cf.* THOMAS 2006: 50-51).

Em relação aos medicamentos, Reinaldo Proença atesta:

> o ato de prescrição é uma consequência do ato de recolha de informação, pelo que não nos repugna assumir o médico como um consumidor de informação, aproximando desta forma o método utilizado na abordagem de marketing aos produtos de grande consumo ao marketing farmacêutico, tendo em consideração as especificidades que lhes são inerentes" (PROENÇA 1993: 27-28).

Assumindo que as técnicas são idênticas, mas as necessidades é que são diferentes, o mesmo investigador explica que as fontes de informação são meios ativos de influência na prescrição de medicamentos efetuada pelo médico (*Cf.* PROENÇA 1993: 28).

Inês Lopes estabelece um paralelismo entre as "fontes de informação para prescrição" e as "fontes de informação médica" (LOPES 2008: 2). No estudo realizado em Portugal por esta investigadora, junto de médicos de Clínica Geral, conclui-se que as fontes de informação com maior "intenção" de utilização são: os jornais, revistas, livros e tratados em papel (*Cf.* LOPES 2008: 92). Outro dado pertinente é que os colegas surgem com maiores "intenções" de utilização do que os delegados de informação médica, o que será reforçado pelos resultados descritos na revisão bibliográfica, tanto ao nível de estudos nacionais, como internacionais (*Cf.* LOPES 2008: 120). Além disso, a variável que parece mais importante para explicar a "intenção" de utilizar uma fonte de informação é a "utilidade" e a que surge com menor valor explicativo é a "qualidade" (*Cf.* LOPES 2008: 119).

8.2.2 As publicações médicas: visão geral

Como já foi referido, existe uma grande variedade de publicações na área médica. A receção destas distintas publicações, por parte dos médicos, tende a ser constante. Assim, os clínicos contactam no seu quotidiano com:

- Revistas, jornais e brochuras dos laboratórios farmacêuticos;
- Publicações generalistas e específicas;
- Publicações científicas e informativas;
- Publicações pagas e gratuitas;

· Publicações trimestrais, bimestrais, mensais, quinzenais, semanais;
· Publicações nacionais e estrangeiras.

Sabendo que esta diversidade é um dado universal, passar-se-á, seguidamente, a fazer referência à diversidade de publicações médicas existentes em Portugal.

8.2.2.1 As publicações médicas em Portugal

Neste ponto, passar-se-á a enumerar e a descrever, em traços gerais, as publicações especializadas em medicina e dirigidas aos profissionais desta área: os médicos. Para efetuar esta retrato das publicações médicas editadas em Portugal, foi necessário recorrer aos estudos de audiência existentes, seguindo-se depois uma breve caracterização dos títulos mais relevantes.

O primeiro estudo aqui em destaque foi efetuado em Dezembro de 2003, pela Novadir, do Grupo Marktest. Segundo o estudo mencionado, há publicações classificadas pelos médicos como leituras mais generalistas, informativas e de interesse para toda a classe médica, tanto por especialistas como por clínicos gerais. Nesta descrição, enquadram-se os seguintes títulos: "Tempo Medicina", "Notícias Médicas", "Revista da Ordem dos Médicos", "Acta Médica Portuguesa" e "*British Medical Journal*".

Por outro lado, os clínicos gerais enumeram ainda outras publicações, mais direcionadas para a respetiva prática clínica: "Revista de Clínica Geral", "Jornal Médico de Família", "Jornal do Médico", "Semana Médica", "*Patient Care*", "*Pathos*", "*JAMA*" e "*Update*". Quanto aos médicos de outras especialidades, estes indicam os meios dirigidos a cada uma das suas áreas de atividade, tais como: "*Pediatrics*", "A Criança", "*Circulation*", "*The Lancet*", "Ginecologia e Medicina da Reprodução", "Revista Portuguesa de Cardiologia", "Anamnesis", "*Heart*", "Revista de Medicina Interna" e "Revista de Geriatria".

Avance-se agora para uma outra pesquisa, intitulada "Estudo de Audiência de Imprensa Médica – 2ª vaga" e realizada em 2005, também pela Novadir, do Grupo Marktest. Neste estudo, efetuado junto de Clínicos Gerais, as publicações na área médica foram divididas de acordo com a sua periodicidade.

Relativamente à audiência média (percentagem de médicos que leu ou folheou a última edição publicada) das publicações bissemanais, semanais e quinzenais, o estudo abrangeu quatro publicações: "Tempo Medicina", "Jornal Médico de Família", "Notícias Médicas" e "Semana Médica". Desta análise, pode-se constatar que o "Jornal Médico da Família" é o único título que regista uma diminuição da audiência média, face ao verificado no estudo prévio. Por outro lado, a percentagem de clínicos gerais que leram ou folhearam a última edição dos restantes meios em análise aumentou ao longo do tempo, sendo mais relevante no jornal "Tempo Medicina" e "Semana Médica".

Em relação às revistas mensais ligadas à área médica, a "Revista da Ordem dos Médicos" apresenta um índice de audiência média muito elevado, dado que 70% dos médicos de Clínica Geral leram ou folhearam a última edição desta revista. Nas revistas bimestrais e trimestrais na área médica, destaca-se a "Revista Portuguesa de Clínica Geral", seguida da "Acta Médica Portuguesa".

Caracterização das publicações médicas portuguesas em 2005

Após a consulta dos dados quantitativos, referentes à audiência das publicações médicas, considerou-se pertinente complementar esta visão da realidade com uma abordagem mais qualitativa. Com este intuito, realizou-se um trabalho de pesquisa que permitiu descrever sucintamente as publicações médicas mais lidas em Portugal, de acordo com os estudos de audiência relativos aos anos 2003 e 2005.

Neste estudo, efetuado no ano 2005, percebeu-se que as publicações médicas podem ser caracterizadas em função de dez parâmetros: o formato (jornais e revistas), a periodicidade (bissemanais, semanais, quinzenais, mensais, bimestrais, trimestrais), destinatários (Clínicos Gerais, Especialistas,

Clínicos Gerais e Especialistas), conteúdo predominante (científico - artigos com temas variados ou de especialidade; informativo - notícias, reportagens, entrevistas; institucional - relativo a associações profissionais ou de especialistas), autores (médicos - maioritariamente ou na totalidade; jornalistas – existência de um corpo redatorial), origem (publicação portuguesa, publicação estrangeira, versão portuguesa de publicação estrangeira - artigos na língua original ou artigos traduzidos para Português), propriedade (grupos editoriais, sociedades científicas de determinada especialidade, associações profissionais, sindicatos), preço (paga ou gratuita), distribuição (envio por correio ou venda em banca) e tiragem (número de exemplares impressos).

O cenário é composto por uma grande quantidade e diversidade de títulos, com diferentes objetivos e conteúdos, destinados a um mesmo público: os médicos. Embora predominem as publicações portuguesas, também marcam presença as edições portuguesas de publicações estrangeiras. Por outro lado, também se constata algum equilíbrio entre as publicações que pertencem a editoras especializadas e as que estão associadas a sociedades científicas ou profissionais na área médica.

Relativamente à periodicidade, embora a maior parte sejam publicações mensais, há ainda alguns semanais, bimestrais ou trimestrais. No que concerne às tiragens, a maioria destes jornais e revistas, apresentam números elevados, tendo em conta que se destinam, muitas vezes, aos mesmos leitores. Assim, tanto existem meios destinados aos médicos, de um modo geral, como aparecem outros destinados a médicos de determinadas especialidades.

Outro traço comum a estes produtos editoriais é que são, exceto no caso das publicações *online*, enviados por correio através do sistema de assinatura dos mesmos. Esta assinatura é sempre mais barata do que a compra dos exemplares avulso, chegando por vezes a ser gratuita para sócios das associações que as publicam ou quando se tratam de meios não científicos.

Aliás, só nestes últimos, onde trabalham jornalistas, é que os autores dos textos não são exclusivamente médicos, ao contrário do que acontece com todos as outras publicações existentes.

Por fim, é de destacar que embora existam alguns jornais, o formato dominante é o de revista, havendo uma tendência para o crescimento exponencial dos títulos com presença complementar ou exclusiva na internet.

Evolução das audiências das publicações médicas: 2006 - 2008

Conforme se conclui no estudo "Audiência da Imprensa Médica" realizado pela Novadir, do Grupo Marktest, relativo ao 1º semestre de 2006, o índice de fidelidade dos médicos de Clínica Geral e Medicina Familiar "aumentou significativamente na globalidade dos títulos de Imprensa Médica, traduzindo o acréscimo dos indivíduos que contactaram com determinado jornal ou revista nos últimos meses (em função da periodicidade do título em análise) e que também leram ou folhearam a última edição publicada do mesmo" (MARKTEST 2006).

Mais concretamente, há uma forte penetração de leitura dos jornais semanais e quinzenais, com valores na ordem dos 94%. Destes, o "Jornal Médico de Família" é o que apresenta maior audiência média, seguidos pelo "Tempo de Medicina", ambos estudados na parte empírica. Quanto às publicações mensais, 96% dos médicos leem ou folheiam estes títulos, sendo a "Revista da Ordem dos Médicos" a que apresenta maior cobertura máxima e audiência média. Relativamente aos meios bimestrais, 72% dos médicos inquiridos referem ler ou folhear estes títulos, com destaque para a "Revista Portuguesa de Clínica Geral", que apresenta maiores audiências médias (*Cf.* MARKTEST 2006). Por fim, é pertinente assinalar que "a penetração de leitura dos títulos da imprensa médica é superior, globalmente, junto dos médicos com mais de 20 anos de prática clínica" (MARKTEST 2006).

O estudo "Audiência da Imprensa Médica", realizado em Outubro de 2008, igualmente pela Novadir, da Marktest, revela novos dados. Quanto às publicações cuja audiência foi estudada, foram criadas as seguintes categorias: jornais semanais e quinzenais ("Jornal Médico de Família",

"Notícias Médicas", "Semana Médica" e "Tempo Medicina"); revistas mensais ("Anamnesis", "*British Medical Journal*", "*Patient Care*", "*Post Graduate Medicine*", "Revista da Ordem dos Médicos") e revistas bimestrais e trimestrais ("Acta Médica Portuguesa", "Circulação", "*Heart*", "Mundo Médico" e "Revista Portuguesa de Clínica Geral"). Relativamente aos médicos abrangidos pelo estudo, a amostra de investigação inclui médicos de Clínica Geral e Medicina Familiar, bem como Especialistas de Cardiologia, Cirurgia Cardio-Torácica, Endocrinologia, Medicina Interna, Urologia, Nefrologia, Pediatria e Dermatologia que exercem prática clínica em Portugal Continental (*Cf.* MARKEST 2008: 4-5).

Uma das conclusões deste estudo, relativo aos hábitos de leitura de meios impressos ligados ao mundo médico, é que os médicos tendem a ler mais do que uma publicação. Por outro lado, o "Tempo Medicina" lidera a audiência média e a cobertura máxima dos jornais semanais e quinzenais, seguido do "Notícias Médicas", da "Semana Médica" e do "Jornal Médico de Família". Porém, o maior índice de fidelidade pertence ao "Jornal Médico de Família". Quanto às publicações mensais, as maiores audiências médias e coberturas máximas pertencem à "Revista da Ordem dos Médicos" e à "*Patient Care*", com maior índice de fidelidade para a primeira. Finalmente, nas publicações bimestrais e trimestrais, a "Revista Portuguesa de Clínica Geral" lidera a audiência e a cobertura, mas o maior índice de fidelidade é relativo à revista "Mundo Médico" (*Cf.* MARKEST 2008: 8-10).

8.2.3 Categorização das publicações médicas

Atualmente, como se verificou no ponto anterior, a imprensa dirigida aos médicos é composta por uma enorme diversidade de publicações. Perante isto, procurou-se criar categorias que permitissem ordenar este vasto campo e nele enquadrar e definir o objeto de análise. Foi com este desiderato que se efetuou a categorização exposta seguidamente, na qual cada tipologia de meios é ilustrada com exemplos de publicações editadas em Portugal.

1) Jornais ou revistas de informação médica

São publicações que expõem conteúdos variados, mas sempre relacionados, de algum modo, com a medicina e com os médicos. Estes assuntos são apresentados em diversos géneros jornalísticos: entrevistas, notícias, reportagens, entre outros. Por isso mesmo, os textos são elaborados, maioritariamente, por jornalistas e os esquemas organizacionais, editoriais e empresariais têm características coincidentes com qualquer outro meio jornalístico. No entanto, há a participação de médicos nestas publicações, em diferentes vertentes: quer na redação de artigos de opinião ou de revisão científica, quer em cargos exercidos no conselho científico e/ou na direção do meio de comunicação. Em Portugal, eram exemplo desta categoria no ano desta investigação (2010): os jornais "Tempo Medicina", "Notícias Médicas", "Jornal Médico de Família" e a revista "Semana Médica". Enquanto os dois primeiros eram dedicados a médicos de todas as especialidades, os dois últimos dirigiam-se, primordialmente, aos Clínicos Gerais. Entretanto, o "Notícias Médicas" cessou a publicação (2012), surgiram outros, tais como o "Jornal Médico" (2013), e as estruturas, formatos e periodicidade dos restantes alteraram-se.

2) Jornais ou revistas de informação prática

Estes meios publicam informações úteis para o exercício prático da Medicina. De facto, os textos não são artigos puramente científicos, possuindo antes um carácter formativo. Então, o objetivo principal é que os médicos utilizem a informação disponibilizada por estas publicações na prática clínica. Entre os títulos acessíveis em Portugal, com estas características, podem apontar-se as edições portuguesas das revistas: "*Evidence-Based Medicine*", "*Update*" e "*Patient Care*".

3) Jornais ou revistas de informação institucional

Estas publicações têm por base informação respeitante a instituições ou associações médicas. Embora também abordem temas não diretamente ligados à instituição, todos estes são vistos sob o prisma da organização

que detém o meio. No caso de Portugal, não há melhor exemplo do que a "Revista da Ordem dos Médicos", isto é, o órgão oficial da associação profissional representante de toda a classe médica portuguesa.

4) Jornais científicos ou revistas científicas

As publicações científicas têm nas suas páginas, predominantemente, artigos científicos. Contudo, podem incluir, de igual modo, artigos de revisão, editoriais, casos clínicos e, por vezes, outro tipo de informações. Nesta categoria, incluem-se: a "Revista Portuguesa de Cardiologia", "*Pediatrics* – Edição Portuguesa" e "*BMJ* – Edição em Língua Portuguesa". Além disso, convém esclarecer que, em Portugal, os jornais científicos e as revistas científicas podem ser de três tipos: pertencem a sociedades científicas portuguesas, são versões portuguesas de edições pertencentes a sociedades científicas estrangeiras ou são versões portuguesas de publicações estrangeiras da propriedade de empresas editoriais.

5) Publicações híbridas

Existem certos meios impressos na área médica que se encaixam em várias das categorias supracitadas, mas não se destacam em nenhuma delas em particular, pelo que se classificam como publicações híbridas. Por exemplo, em Portugal, as revistas "Mundo Médico" e "Anamnesis" podem ser consideradas híbridas, pois possuem artigos científicos, informação médica e informação prática, sem predominância de um tipo de conteúdos sobre outros.

Por fim, é de sublinhar que as quatro primeiras categorias apresentadas não são completamente estanques. Isto é, apesar de determinada publicação se inserir numa categoria predominante é normal que tenha traços de outras, havendo uma intersecção entre a categoria principal e outra(s) secundária(s).

8.2.4 Caraterísticas dos jornais de informação médica

Feita a classificação das publicações médicas, analise-se com maior detalhe a categoria dos jornais de informação médica, mais concretamente aqueles que eram editados em Portugal até 2012: os jornais "Notícias Médicas",

"Tempo Medicina", "Jornal Médico de Família" e a revista "Semana Médica". No principal estudo empírico, que se apresentará mais adiante, serão analisados apenas dois jornais de informação médica: o "Tempo Medicina" e o "Jornal Médico de Família". Como depois se explicará, no ano em análise (2010) - estes destacavam-se em termos de audiências, além de cumprirem requisitos de representatividade deste tipo de meios, sendo uma espécie de generalistas dentro da especialidade científica que é a medicina. Por fim, e antes de avançar, é de salientar que à data da análise, registados na Associação Portuguesa de Imprensa[3], na categoria "Profissional" e na área "Medicina", apareciam três títulos: "Tempo Medicina", "Notícias Médicas" e "Semana Médica".

Embora já tenham sido descritas algumas das características essenciais dos jornais de informação médica, convém reforçar a ideia principal: neste tipo de meios, quer o processo de produção quer o produto final são semelhantes a qualquer meio jornalístico. De igual modo, a propriedade destas publicações cabe a empresas editoriais, mesmo que haja parcerias com associações ou organizações médicas. É o caso do "Jornal Médico de Família", que embora se assuma como "Órgão Oficial da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral", é dirigido por um jornalista e pertence a um grupo editorial (VFBM - Comunicação, Lda.).

Uma das principais diferenças destes meios em relação aos meios de comunicação para o público em geral é o facto de terem como destinatário um público especializado: os médicos. Por outro lado, embora possam reportar múltiplos acontecimentos, estes estão sempre, de algum modo, ligados a um denominador comum: a medicina. Na verdade, embora possam noticiar eventos de foro diverso – social, profissional, científico, político, jurídico, entre outros – estes estão sempre circunscritos à área médica. Além disso, também não pode ser ignorada a participação, em menor ou maior grau, de médicos no processo de elaboração destas publicações.

3. Disponível em: http://www.apimprensa.pt (consultado a 20/04/2010).

Outra das características distintivas é o facto de estes jornais serem distribuídos apenas através de envio por correio para os médicos assinantes, não sendo vendidos em banca, como qualquer outro meio de comunicação para o público em geral. Isto acontece por questões de eficácia de distribuição, mas também por condicionantes legais, nomeadamente a proibição de publicidade a medicamentos sujeitos a receita médica para o público em geral. Este aspeto é decisivo, dado que estes jornais estão repletos de páginas com publicidade a medicamentos. Aliás, pode estimar-se que mais de 90% dos lucros destes meios são obtidos através das vendas de publicidade, dado que a assinatura deste tipo de publicações é gratuita ou tem um montante muito baixo. Mais: qual é o principal, e na maior parte das vezes o único, anunciante? A indústria farmacêutica. Isto origina uma relação de grande dependência económica destes meios em relação ao seu grande financiador.

Breve revisão da literatura

De modo a traçar um panorama do segmento editorial dos jornais de informação médica, faz-se agora uma breve revisão de literatura, a nível nacional e internacional, acerca desta temática. No entanto, é de sublinhar que não há referências explícitas aos jornais de informação médica, mas sim a publicações que têm alguns pontos em comum com o objeto da presente investigação.

Num estudo de William Roth sobre a imprensa profissional francesa, concluiu-se que a medicina foi a área que mais cresceu no período em análise (entre 1982 e 1992), superando a agricultura, gestão, informática, entre outros (*Cf.* ROTH 1997: 37-38). Quanto à penetração no mercado, a medicina também é superior relativamente a todas as outras áreas, pois "no que toca à população cativa, os 14 milhões de exemplares da imprensa profissional dirigem-se principalmente a dois sectores: o médico e o agrícola. Esta predominância exerce-se tanto em número de exemplares como na cobertura da população" (ROTH 1997: 40). Igualmente na repartição da atividade publicitária, a medicina está à frente dos outros sectores – economia, informática, bancos, seguros, entre outros (*Cf.* ROTH 1997: 42), bem como na rentabilidade das empresas de imprensa profissional (*Cf.* ROTH 1997: 44). Por

outro lado, há "um nível de concorrência muito elevado em sectores como a agricultura e a impressa médica generalista, onde domina uma lógica de difusão gratuita, bem como uma proliferação de publicações" (ROTH 1997: 38). Nesta descrição, vislumbram-se semelhanças evidentes com as características do presente objeto de estudo: os jornais de informação médica em Portugal.

De acordo com a classificação de Julie Miller, há um tipo específico de publicações na área da ciência: os "jornais profissionais"[4]. Segundo a autora, a função principal deste género de publicações é "fornecer informação específica sobre uma determinada área aos respetivos profissionais" (MILLER 1998: 27). Sendo assim, os "jornais profissionais" na área da ciência "são direcionados para investigadores em áreas particulares, que podem ser tão abrangentes como a Biologia ou a Química ou tão específicos como a Química do petróleo" (MILLER 1998: 27-28). Por outro lado, a investigadora recomenda que não se pense só em quem lê os jornais profissionais de ciência, mas também onde são lidos, pois em vez de serem lidos no metro ou na praia, são mais provavelmente estudados na secretária do leitor ou no banco do laboratório (*Cf.* MILLER 1998: 27).

Quanto aos autores dos conteúdos presentes neste tipo de publicações, há também semelhanças relativamente aos jornais de informação médica, já que "podem ser escritas exclusivamente por jornalistas de ciência, quer do quadro de funcionários, quer colaboradores, ou podem conter secções escritas por cientistas" (MILLER 1998: 28). No que diz respeito à propriedade destes meios, "são frequentemente uma atividade de uma associação profissional de cientistas, mas algumas são negócios comerciais" (MILLER 1998: 28). Confrontando os conteúdos dos jornais profissionais de ciência com os dos jornais científicos e das revistas de divulgação científica, Miller conclui: não são tão detalhados e especializados como os jornais científicos, mas tendem a sê-lo mais do que as publicações que cobrem todas as ciências, como

4. Tradução livre de "*trade journals*", definidos como revistas especializadas, dirigidas para os profissionais de determinada indústria, negócio ou sector de atividade.

é o caso da *Science* e da *Nature*. Além disso, os artigos dos jornalistas são leves e de leitura agradável para os cientistas, comparando com os relatos técnicos dos seus pares (*Cf.* MILLER 1998: 28).

No que concerne às fontes de informação utilizadas pelos jornalistas dos jornais profissionais de ciência, destaca-se a obtenção de "ideias para notícias diretamente das mesmas fontes que os cientistas utilizam: reuniões, jornais científicos e, claro, outros cientistas" (MILLER 1998: 28). Acerca dos jornalistas destes meios, Julie Miller defende que estes são, frequentemente, mais meticulosos e persistentes na cobertura noticiosa do que os jornalistas das publicações generalistas. Além disso, podem reportar a investigação em fases mais precoces do seu processo de desenvolvimento do que as publicações generalistas, pelo que os jornais profissionais de ciência constituem, muitas vezes, uma valiosa fonte de ideias e informação para outros jornalistas de ciência (*Cf.* MILLER 1998: 28).

Dado que os jornalistas destes meios escrevem para especialistas, a responsabilidade e a necessidade de rigor são maiores do que quando o destinatário é um público leigo:

> a exatidão é especialmente importante ao escrever para especialistas. Primeiro, porque eles podem detetar mais facilmente um erro. Em segundo lugar, eles muitas vezes esquecem onde leem um artigo e falham na distinção entre autores que são jornalistas de ciência e autores que são cientistas a relatar o seu próprio trabalho (MILLER 1998: 29).

No entanto, num jornal profissional de ciência, o jornalista não está pressionado a relacionar a história com o quotidiano das pessoas ou com uma grande questão filosófica, além de que pode assumir que o leitor sabe como a pesquisa científica funciona (*Cf.* MILLER 1998: 29).

Anteriormente, também já foram referidos os jornais médicos gratuitos[5], a que aludem Paula Rochon e colegas, como possuindo algumas semelhanças em relação aos jornais de informação médica. Alguns dos pontos em

5. Tradução livre de "*throwaway journals*".

comum são os seguintes: "caracterizam-se como jornais científicos que não contêm investigação original, são fornecidos sem custos e têm uma grande percentagem de publicidade em relação aos conteúdos editoriais e não são publicações de sociedades científicas" (ROCHON *et al.* 2002: 2853). Além disso, as grandes taxas de circulação e leitura sugerem que os jornais médicos gratuitos são mais lidos do que alguns jornais científicos, revistos pelos pares, nos mesmos assuntos (*Cf.* ROCHON *et al.* 2002: 2853). Uma das razões para isto será porque "embora com menos qualidade metodológica e descritiva, os artigos de revisão publicados nos jornais médicos gratuitos possuem características que são apelativas para os leitores médicos" (ROCHON *et al.* 2002: 2856).

Para terminar, e dado que os jornais de informação médica encontram-se estritamente ligada à indústria farmacêutica, convém reparar se existem algumas semelhanças entre os jornais de informação médica e a imprensa empresarial. Começando pela definição de João Moreira dos Santos, "o termo imprensa empresarial pretende abranger as publicações periódicas de carácter jornalístico editadas em benefício próprio por empresas de capitais públicos ou privados, cuja edição não representa a principal atividade" (SANTOS, J. 1995: 23). Neste ponto, não coincidem com os jornais de informação médica. Também os objetivos são distintos, dado que a imprensa empresarial, ao contrário dos órgãos de comunicação social, prossegue fins declaradamente assumidos, que vão muito para além da informação pura, e que podem passar por: melhorar a comunicação com os trabalhadores da empresa ou promover a sua integração, apoiar a promoção de produtos e serviços junto de clientes e revendedores, estabelecer o suporte de ações de influência junto de grupos de interesse ou contribuir para a melhoria da imagem da empresa ou do grupo (*Cf.* SANTOS, J. 1995: 24-25). Como se pode reconhecer, estas não são as características dos jornais de informação médica. No entanto, alguns objetivos da imprensa empresarial cumprem-se nas páginas dos jornais de informação médica, em favor da indústria farmacêutica.

Parte III

Os Jornais de Informação Médica em Portugal

Capítulo 9

CARACTERIZAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO

Neste capítulo, irão ser apresentados os objetivos principais e secundários que guiam esta pesquisa. Em seguida, serão apresentadas as perguntas de investigação, para as quais se procura, através da metodologia apresentada, dar resposta neste estudo. Acerca da metodologia utilizada, explicar-se-á o processo de seleção do universo e da amostra de análise, bem como cada um dos diversos métodos de investigação que foram seguidos.

9.1 Objetivos da investigação

Um dos objetivos desta investigação é caracterizar o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal. Esta caracterização visa a análise e compreensão de duas situações: o processo de produção jornalística e o produto daí resultante, isto é, os jornais. Em primeiro lugar, é descrito o contexto de elaboração destas publicações, incluindo: a História e evolução, a propriedade e edição, as fontes de lucro, a estrutura organizativa das empresas mediáticas, os princípios editoriais e as rotinas profissionais destes meios.

Em segundo lugar, contempla-se o produto jornalístico em si: os jornais de informação médica. Para tal, serão estudados, em pormenor, os conteúdos, discursos e formatos jornalísticos destes meios. Desta feita, saber-se-ão, por exemplo, quais os temas mais noticiados, deduzindo, portanto, quais os valores-notícia preponderantes. Além disso, também será percebido de que forma se cruza a linguagem jornalística com a linguagem especializada da área da medicina. A nível formal, o número de páginas dos jornais, as respetivas secções

e os géneros jornalísticos serão alvo da necessária quantificação, mas também interpretação qualitativa. Outro aspeto que não irá ser descurado é o papel assumido pela imagem, fotográfica ou não, nestes suportes informativos. Finalmente, é fulcral perceber de que forma se reflete nas páginas destes meios a relação entre os jornalistas e os atores sociais que assumem a função de fontes de informação: sejam eles os médicos, a indústria farmacêutica, as instituições de ensino e investigação, o Governo, a imprensa científica ou outros.

Outro dos objetivos desta investigação é compreender quais são as funções dos jornais de informação médica. Para atingir este objetivo, haverá uma reflexão assente em três vetores: os objetivos dos diretores, editores e jornalistas destes jornais; os jornais em si, através dos seus conteúdos; e a missão que lhes atribui a Indústria Farmacêutica, sustentáculo financeiro destas publicações.

O terceiro e último objetivo é procurar compreender as consequências da dependência económica destes meios em relação à Indústria Farmacêutica. Dado que a indústria farmacêutica é, através da publicidade, o principal meio de financiamento destes jornais, importa descobrir as implicações que isto acarreta. Neste sentido, buscar-se-ão pistas em três locais distintos: no processo de produção informativa, ou seja, em termos empresariais, organizativos e jornalísticos; nos conteúdos editoriais e publicitários dos jornais de informação médica; e nas próprias empresas do sector farmacêutico.

9.2 As perguntas de investigação

As perguntas de investigação que norteiam esta pesquisa estão diretamente associadas aos objetivos anteriormente apresentados. Sendo assim, apresentam-se agora as três questões centrais deste estudo, esmiuçando, igualmente, algumas das múltiplas questões que estão implícitas em cada uma delas.

a. Como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal?

A primeira pergunta de investigação é esta: como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal? Incluídas nesta questão central há várias interrogações que se colocam. Ao nível do processo de produção noticiosa surgem diversas questões. Algumas destas são relativas aos antecedentes destes meios: em que contexto surgiram e evoluíram estas publicações? Quais os principais marcos na sua História? Como se caracteriza a sua situação atual? A empresa jornalística levanta, igualmente, algumas perguntas: qual o seu sistema de propriedade? Quais os seus objetivos? De que forma se estrutura a organização destes jornais? Quais as suas fontes de lucro? Como se descreve a concorrência? Como se avalia o sector? Como se perspetiva o futuro? Relativamente ao processo de produção jornalística, em concreto, também se questiona: como se estruturam as redações? Quem são os autores dos textos publicados? Quais as principais rotinas jornalísticas nestes meios? Finalmente, uma questão que não encontra resposta apenas pela perspetiva dos jornalistas, mas também pelos resultados da análise dos jornais é a seguinte: de que forma se processam as relações com os atores sociais, como fontes de informação, ligados à área da Medicina? Enfim, procura-se perceber quais os agentes, meios e processos envolvidos na construção do discurso jornalístico nestes jornais.

Ainda nesta primeira questão central, mas passando do sistema de produção noticiosa para o nível do produto jornalístico, surgem outras interrogações. Desde logo, a primeira é relativa à linha editorial destes meios: quais são os seus princípios editoriais? Em termos de estrutura formal dos jornais, há que saber: qual o número de páginas? Que tipo de cadernos ou suplementos apresenta? Como está organizado em termos de secções? Em termos de características jornalísticas destes meios, importa responder às questões: quais os géneros jornalísticos predominantes? Que importância têm os artigos de opinião e quem os escreve?

De que forma se a linguagem jornalística incorpora a linguagem especializada da medicina? Pode-se falar num hibridismo da linguagem utilizada nestes jornais? Relativamente à utilização que é feita da imagem, em termos jornalísticos, surgem as perguntas: qual a dimensão quantitativa e qualitativa da fotografia nestes jornais? Que outro tipo de imagem, para além da fotográfica, está presente nestes títulos? São usadas infografias? Os assuntos tratados nestes jornais constituem um importante traço definidor dos mesmos. Assim, é inevitável questionar: quais os temas que fazem a primeira página destes jornais? Quais os temas que ocupam as restantes páginas destes jornais? Perante esta seleção temática, quais são os valores-notícia destas publicações? Voltando à questão dos atores sociais, já referida, outras problemáticas que se colocam são: qual ou quais as principais fontes de informação dos jornais de informação médica? De que forma são citados e tratados os diversos atores sociais nas notícias? De que forma podemos interpretar inclusão ou exclusão dos atores sociais do discurso? Em suma, há uma tentativa de compreender se os jornais de informação médica, não sendo publicações científicas, possuem características próprias, isto é, diferentes quer da imprensa generalista, quer da imprensa especializada em saúde para o público em geral.

b. Quais as funções dos jornais de informação médica?

A segunda questão central nesta investigação é esta: quais as funções dos jornais de informação médica? De modo a responder a esta questão ampla, é necessário encontrar respostas para questões mais específicas, por exemplo: quais as funções dos jornais de informação médica para os diretores dos mesmos? Quais os objetivos editoriais destas publicações? E quais os objetivos empresariais? Por outro lado, a indústria farmacêutica, que usufrui destes jornais para promover os seus produtos junto dos médicos, que valor lhes atribui? Será que uma das funções destes meios, quer através da publicidade, quer através dos conteúdos editoriais, é servirem informação para a prescrição médica? Ainda em termos de conteúdo, colocam-se outras interrogações pertinentes: os textos publicados têm uma função informativa? Terão funções de carácter formativo e científico? Constituirão estes jornais

uma mais-valia para os médicos do ponto de vista profissional, no exercício clínico ou na investigação? Além disso, numa perspetiva social e sociológica, as questões que se colocam são outras. Uma delas é a seguinte: será que estas publicações cumprem uma função social, ao beneficiarem a interação entre os médicos e a sociedade? Além disso, será que estes jornais reforçam o sentido de pertença à classe médica, contribuindo, assim para a socialização da classe profissional médica (a par das instituições de ensino médico, das unidades hospitalares, das associações profissionais, dos congressos e reuniões, entre outros)? De igual modo, será que fomentam a comunicação entre os médicos? Enfim, as questões irão incidir sobre as possíveis funções dos jornais de informação médica, quer do ponto de vista informativo como formativo, social e de informação para a prescrição.

c) Quais as consequências da dependência económica destas publicações em relação à indústria farmacêutica?

Eis que surge a terceira e última questão de investigação fulcral: quais as consequências da dependência económica destas publicações em relação à indústria farmacêutica? Ao nível do processo de produção jornalística as interrogações são várias: quais as consequências desta dependência na empresa jornalística? De que modo afeta a estrutura organizacional? Como se articulam os departamentos comerciais e redatoriais? Face a um mercado de forte concorrência, como se conjugam: a política editorial, os objetivos comerciais e outros interesses decorrentes da propriedade das publicações? Os diretores dos jornais, os editores e os chefes de redação assumem uma possível influência da indústria farmacêutica neste processo? Quanto ao produto jornalístico, procura-se observar os efeitos desta dependência económica em relação à indústria farmacêutica nos conteúdos dos jornais de informação médica. Neste sentido, questiona-se: de que forma se relacionam os conteúdos jornalísticos com os publicitários? É clara a distinção visual entre conteúdos editoriais e publicitários? E em termos textuais? Além disso, nos conteúdos editoriais, qual a importância da indústria farmacêutica como fonte de informação, comparativamente a outros atores sociais? São percetíveis condicionamentos da agenda jornalística por parte

da indústria farmacêutica? Qual a importância dada à publicidade, de acordo com o que se afere pela localização dos anúncios nos jornais? Qual o impacto, em termos quantitativos, da publicidade nestes meios? Quais os principais produtos e empresas anunciados? Finalmente, quanto à indústria farmacêutica, questiona-se: qual o papel dos jornais de informação médica nas estratégias de comunicação desta área? Qual a atitude das direções de comunicação das empresas farmacêuticas perante os jornais de informação médica?

9.3 Metodologia

A presente investigação cobre vários aspetos ligados aos jornais de informação médica editados em Portugal, incluindo: as empresas jornalísticas; os atores sociais que são ou não utilizados como fontes de informação; os conteúdos jornalísticos produzidos e os lucros provenientes da publicidade da indústria farmacêutica.

Como se pode depreender, ambiciona-se ir além do estudo do produto jornalístico. Na verdade, procura-se conseguir uma visão abrangente sobre jornais de informação médica, analisando os componentes económicos, empresariais, organizacionais, profissionais, legais e sociais desta realidade.

Sendo assim, esta pesquisa não se fica pelo estudo dos jornais de informação médica, como produto acabado, havendo uma grande preocupação em investigar o contexto de elaboração dos mesmos.

9.3.1 Universo e amostra da análise

Sendo os jornais de informação médica em Portugal o alvo desta investigação, irá agora explicar-se qual o universo da análise e a constituição da respetiva amostra. Em 2010, os jornais de informação médica publicados em Portugal eram quatro: os jornais "Tempo Medicina", "Jornal Médico de

Família" e "Notícias Médicas" e a revista "Semana Médica"[1]. A amostra selecionada para esta análise recai nos jornais "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família". Esta escolha justifica-se por três motivos principais:

- eram os meios mais lidos pela classe médica portuguesa, conforme já foi referido anteriormente;
- a maioria dos seus conteúdos editoriais eram peças jornalísticas (a "Semana Médica" tem um forte componente formativo e de artigos de revisão científica);
- possuiam uma edição *online*, que também será analisada sumariamente (o "Notícias Médicas" não tinha).

Como se conclui, a audiência das publicações foi o principal critério metodológico de seriação dos jornais. Este critério foi complementado pelos objetivos de cumprimento do objetivo da investigação ao nível da caracterização do jornalismo exercido nestes meios. Apesar desta uniformidade, ressalve-se que houve uma preocupação em procurar meios jornalísticos diferenciados, neste caso, pela propriedade dos meios. De facto, o "Jornal Médico de Família" embora sendo, tal como o "Tempo Medicina", publicado por uma equipa jornalística inserida numa empresa editorial, pertence a uma associação profissional médica. Aliás, é o órgão oficial da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral. Com todas estas características, julga-se ter conseguido a amostra representativa necessária para consumar os objetivos desta investigação sobre os jornais de informação médica. Assim, foram seguidas as principais regras de constituição do *corpus* – conjunto de documentos – para serem submetidos a procedimentos de análise de conteúdo, segundo Bardin: exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência (*Cf.* BARDIN 2009: 122).

Para a realização da análise quantitativa e qualitativa dos conteúdos destes dois jornais, restava selecionar o período temporal. Deste modo, decidiu-se que a análise recairia sobre todos os números do ano 2009 do "Jornal

1. Atualmente, em 2016, o "Tempo Medicina" e a "Semana Médica" apenas têm edições online, o "Notícias Médicas" deixou de ser publicado em 2012 e o "Jornal Médico de Família" deu lugar ao "Jornal Médico".

Médico de Família", que tinha periodicidade quinzenal, e as edições da respetiva semana do "Tempo Medicina", que era semanal. Sendo assim, dado que em Agosto nenhum dos jornais era publicado, a amostra é composta por vinte e duas publicações de cada um dos títulos em análise, o que perfaz um total de quarenta e quatro edições em estudo. Assim se chegou à amostragem apresentada na Tabela 5.

Tabela 4 - Jornais de informação médica: amostra de investigação

Ano 2009	
"Tempo Medicina"	**"Jornal Médico de Família"**
19 de Janeiro	16 de Janeiro
26 de Janeiro	31 de Janeiro
16 de Fevereiro	16 de Fevereiro
23 de Fevereiro	28 de Fevereiro
16 de Março	18 de Março
6 de Abril	1 de Abril
20 de Abril	17 de Abril
27 de Abril	30 de Abril
18 de Maio	15 de Maio
1 de Junho	31 de Maio
15 de Junho	15 de Junho
22 de Junho	30 de Junho
13 de Julho	15 de Julho
20 de Julho	30 de Julho
14 de Setembro	15 de Setembro
21 de Setembro	30 de Setembro
12 de Outubro	19 de Outubro
26 de Outubro	31 de Outubro
16 de Novembro	20 de Novembro
23 de Novembro	30 de Novembro
14 de Dezembro	15 de Dezembro
28 de Dezembro	31 de Dezembro

Dado que a amostra de análise engloba estas duas publicações, as entrevistas semiestruturadas aos diretores e chefes de redação, que como se verá a seguir também foram realizadas, decorreram junto dos profissionais destes meios. Por outro lado, para a realização de entrevistas semiestruturadas aos diretores de comunicação de empresas da indústria farmacêutica, enviaram-se pedidos para a concretização das mesmas através de diferentes meios: *email*, correio postal ou carta entregue pessoalmente.

Apesar da multiplicidade de formas de contacto e da abrangência do mesmo, dado que se enviaram pedidos de entrevista para a quase totalidade de empresas desta área em Portugal, a taxa de resposta foi diminuta. Deste modo, além das respostas negativas, das não-respostas e das desistências, houve apenas três empresas que responderam. No entanto, esta falta de colaboração é por si só significativa, como se verá mais adiante. Por outro lado, as informações obtidas junto dos profissionais das empresas que concederam entrevistas são muito úteis e fecundas para esta investigação.

9.3.2 Métodos de investigação

Neste ponto, irão ser descritos os métodos de investigação utilizados nesta investigação, mais concretamente: a análise de conteúdo, quantitativa e qualitativa, e as entrevistas semiestruturadas. Também se poderá referir a existência de pesquisa bibliográfica e documental, mas esta constitui, apenas e só, um ponto de partida para a verdadeira investigação, efetuada com os métodos anteriormente referidos.

Antes de explicar detalhadamente a fundamentação teórica, as etapas e os procedimentos cumpridos no emprego dos métodos de investigação, convém justificar a diversidade metodológica desta pesquisa. Começando pela teoria da notícia de Jorge Pedro Sousa, as notícias são influenciadas por seis forças: a ação pessoal; a ação social; a ação ideológica; a ação cultural; a ação do meio físico e tecnológico; a ação histórica (*Cf.* SOUSA 2000: 18-19). Passando para a ideia veiculada por Vasco Ribeiro, não se deve esquecer que "existem dentro das redações duas posições conflituantes: a das organizações noticiosas ao estabelecerem estratégias e objetivos editoriais; e a dos

jornalistas ao pretenderem agir com total autonomia" (RIBEIRO 2009: 41). Deste modo, "há, portanto, uma moldura ideológica a enquadrar a atividade do jornalista" (RIBEIRO 2009: 41). Para além disso, "os jornalistas desenvolvem a sua atividade noticiosa de acordo com os princípios e a cultura do meio de comunicação social que os enquadra" (RIBEIRO 2009: 48).

De igual modo, "as notícias também registam os constrangimentos organizacionais sobre os quais os jornalistas labutam. As decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícias (*newsmaking*) só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato – o da organização para a qual trabalham" (SOLOSKI 1993: 169). Sendo assim, é importante a "política editorial da empresa jornalística" (SOLOSKI 1993: 169). Em resumo: "as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a perceção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)" (SOLOSKI 1993: 169).

Como referem Jane Gregory e Steve Miller, "a análise de conteúdo é, em vários sentidos, uma técnica muito útil e proporciona informação confiável. Mas a análise de conteúdo da Ciência nos media não situa o produto mediático nem no seu contexto de produção, nem no seu contexto de receção" (GREGORY e MILLER, 2000: 120) De igual modo, David Deacon e colegas focam a importância de estudar tanto a codificação ("*encoding*") como a descodificação ("*decoding*") da mensagem (DEACON *et al.* 1999: 6). Seguindo a mesma corrente de pensamento, Jorge Pedro Sousa preconiza: "a análise do discurso, embora incida sobre o objeto delimitado pelas hipóteses e perguntas de investigação (texto), deve atender ao contexto do fenómeno estudado e às circunstâncias em que este ocorre, para que a interpretação dos resultados seja a mais correta" (SOUSA 2006: 662). Deste modo, para se interpretarem os resultados da análise do discurso jornalístico, é relevante ter-se em consideração: o contexto do órgão de comunicação que vai ser analisado; o contexto social, político e económico; o contexto direto do fenómeno e o conhecimento científico anterior (*Cf.* SOUSA 2006: 662).

Por outro lado, Rémy Rieffel acredita que "não basta descrever as características sociais dos jornalistas para se perceberem as especificidades desta profissão: impõe-se igualmente, o estudo das modalidades concretas de trabalho, dos métodos de seleção e de produção de informação" (RIEFFEL 2003: 136). O mesmo autor enumera três níveis de abordagem sociológica das práticas profissionais: a esfera subjetiva, ou seja, as expectativas e motivações dos jornalistas, a sua perceção de missão, e mesmo os seus valores partilhados, os princípios deontológicos alegados, e as normas profissionais em vigor; a esfera organizacional, isto é, compreender como se tecem as relações de trabalho no seio da empresa, perceber a margem de manobra de que cada jornalista dispõe em relação à organização interna e em relação aos condicionalismos externos (pressão dos anunciantes, influência das fontes de informação, etc.), avaliar o peso da concorrência e, finalmente, apreender os efeitos das rotinas profissionais na produção de informação; a esfera exterior, o que implica a análise das relações dos jornalistas com as suas fontes (a montante) e com o seu público (a jusante) (*Cf.* RIEFFEL 2003: 136-138).

A conjugação de diferentes métodos de investigação numa mesma pesquisa é aprovada e até sustentada por vários autores. De facto, tal como Gonçalo Pereira Rosa recorda, "a tradição interacionista contesta a adoção da análise de conteúdo como procedimento metodológico único nos estudos de sociologia do jornalismo (por exemplo Schlesinger (1987), Tuchman (1978-2002), ou Gans (1980)" (ROSA 2006: 61). Neste sentido, cita Schlesinger (1990) para contestar as investigações excessivamente mediacêntricas, isto é, apoiadas no centradas no jornalista, no jornal e nos materiais difundidos, esquecendo os restantes parceiros do processo noticioso e os materiais que nunca chegam a ver a luz do dia. Neste sentido, é fundamental observar o ponto de vista das fontes, a negociação entre estas e os jornalistas, os motivos que levam à escolha de uma informação em prejuízo de outra e até as razões que fundamentam a escolha de uma notícia para manchete e de outra para as últimas páginas (*Cf.* ROSA 2006: 61).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Jorge Pedro Sousa atenta que a análise de conteúdo pode ser aplicada isoladamente ou em conciliação com outros métodos, por exemplo: as entrevistas em profundidade e as entrevistas de grupo (*Cf.* SOUSA 2006: 677). De igual modo, Luc Albarello e colegas reforçam a importância da triangulação de dados, assegurando:

> para se assegurar da validade factual de uma informação importa "triangular" os dados recolhidos. A triangulação é um *modus operandi* para obter uma confirmação de um dado que consiste em multiplicar as fontes e os métodos de recolha (por exemplo, cruzar testemunhos sobre os mesmos factos, ou melhor testemunhos e dados factuais). É particularmente útil quando se visa obter informações factuais sobre uma realidade, e não apenas representações construídas de um ou de outro ator (ALBARELLO 2005: 151).

Em suma, "a solução ideal é obter indicadores independentes de uma mesma realidade, recolhidos em fontes diferentes por métodos diferentes" (ALBARELLO 2005: 151).

Vendo apenas alguns exemplos de investigadores desta área que optam pela diversidade metodológica, pode citar-se o exemplo do estudo realizado por Rita Espanha sobre a utilização da internet pelos médicos portugueses. A investigadora inclui, entre outros métodos, inquéritos aos médicos e análise de conteúdo de *sites* institucionais e de blogues com conteúdos na área da saúde (*Cf.* ESPANHA 2009: 11-13). Por outro lado, um estudo de David Deacon e colegas versou "a história natural de uma reportagem de ciência num jornal, seguindo a sua gestação na interação entre várias fontes individuais e institucionais e profissionais de jornalismo, através de detalhes da sua produção e depois da sua descodificação por indivíduos de diversos grupos sociais" (DEACON *et al*. 1999: 10). Para tal, conjugaram a análise de conteúdo de um artigo de Psicologia publicado num jornal diário generalista, entrevistas com as fontes citadas, com o jornalista que escreveu a notícia e com grupos focais, selecionados de acordo com variáveis de género, educação e emprego (*Cf.* DEACON *et al*. 1999: 10).

Numa outra perspetiva, Ana Paula Azevedo, num estudo comparativo sobre o jornalismo na área da saúde em Portugal e no Brasil complementou a análise de conteúdo (a peças jornalísticas de saúde publicadas no jornal português "Público" e no brasileiro "Correio Popular" durante o período de 1 de julho de 2008 a 31 de dezembro do mesmo ano) com a observação, durante três meses, do processo de produção noticiosa, desde o contato com a fonte, verificação da informação e redação da notícia até a sua edição e paginação, sob as diversas formas de pressão existentes no jornalismo, com o objetivo de ampliar a visão sociológica do trabalho jornalístico (*Cf.* AZEVEDO 2009: 29-31).

Apesar da diversidade metodológica, há um método central nesta pesquisa: a análise de conteúdo dos jornais de informação médica. Percebeu-se que este seria o melhor método para extrair conclusões válidas e conclusivas em relação a vários elementos da problemática em estudo. A análise de conteúdo não é, contudo, suficiente, para perceber o contexto de produção destes meios de comunicação. Daí ter sido complementada por métodos que permitissem contextualizar os conteúdos produzidos, explicando o respetivo processo. Aliás, Jorge Pedro Sousa considera que qualquer análise do conteúdo tem de se iniciar pela contextualização, para depois se poderem estabelecer inferências e interpretações. Estabelece, deste modo, três patamares de contextualização: o contexto do órgão de comunicação que vai ser analisado; o contexto do fenómeno a estudar e o conhecimento científico anterior (*Cf.* SOUSA 2006: 343-344). É o mesmo autor que explica: "a interpretação dos dados quantitativos obtidos implica a mobilização do conhecimento existente sobre o enunciador e as condições de enunciação" (SOUSA 2011: 303).

Nesta pesquisa, em concreto, realizaram-se entrevistas semiestruturadas com os diretores e chefes de redação dos jornais em estudo. Por outro lado, foram também efetuadas junto de responsáveis de comunicação da indústria farmacêutica, com o objetivo de compreender o papel dos jornais de informação médica, como componente da estratégia de comunicação destas empresas, nomeadamente através da publicidade.

Recapitulando, para dar resposta às questões de pesquisa, houve necessidade de diversificação metodológica. Assim, a investigação em curso inclui a análise das empresas jornalísticas (em termos organizacionais, económicos e de propriedade), das respetivas redações (princípios editoriais e rotinas jornalísticas), da fonte de lucro das publicações (a indústria farmacêutica) e dos conteúdos produzidos (quer em termos jornalísticos, quer pela publicidade, quer pela relação entre ambos).

Por fim, saliente-se que, na presente investigação, a receção dos meios não foi estudada, apenas os próprios meios e o respetivo contexto de produção. Em parte porque isto já é feito, em termos quantitativos, por empresas de estudos de mercado. Por outro lado, porque criando mais um foco de análise nesta investigação, haveria uma dispersão de recursos incompatível com o tempo e espaço disponíveis.

9.3.2.1 Análise de conteúdo

Um dos métodos utilizados nesta investigação é a análise de conteúdo dos jornais de informação médica. Antes de mais, é importante salientar que esta investigação está assente na linha de pensamento de Jorge Vala que, acredita que a análise de conteúdo permite muito mais do que uma mera descrição do conteúdo manifesto, defendendo: "a análise de conteúdo permite inferências sobre a fonte, a situação em que se produziu o material objeto de análise, ou até, por vezes, o recetor ou destinatários das mensagens" (VALA 1986: 104). Sendo assim, "a finalidade da análise de conteúdo será pois efetuar inferências, com base numa lógica explicitada, sobre as mensagens cujas características foram inventariadas e sistematizadas" (VALA 1986: 104). De igual modo, Bardin fala de três fases da análise de conteúdo: a pré-análise; a exploração do material; o tratamento de resultados, a inferência e a interpretação" (*Cf.* BARDIN 2009: 121)

É de frisar que a realização de análise de conteúdo permite cumprir vários objetivos desta investigação. De facto, este método possibilita a caracterização dos jornais de informação médica como produto jornalístico**.** Através da obtenção e interpretação de dados relativos ao conteúdo destes meios,

são descritas algumas características dos mesmos, tais como: o número de páginas, a autoria dos textos publicados, os géneros jornalísticos predominantes, a organização por secções, a existência de cadernos ou suplementos, os temas noticiados, os valores-notícia e o papel da imagem (fotográfica ou não).

Também é indispensável abordar o hibridismo discursivo, resultante da integração da linguagem especializada – científica e médica – em textos jornalísticos. Além disso, a análise de conteúdo permite compreender, em certa medida, o resultado da relação entre jornalistas e atores sociais envolvidos nesta área, tais como: médicos, indústria farmacêutica, doentes, associações de doentes, instituições de ensino e investigação, unidades hospitalares, políticos, publicações científicas e outros media. Para tal, verifica-se quais são os atores sociais utilizados como fontes de informação e, indo mais além, de que modo a relação entre estes e os jornalistas é traduzida em termos de conteúdo, quer pelos temas reportados, quer pela forma de tratamento dos mesmos. Neste sentido, faz-se uma análise crítica dos conteúdos produzidos, quer pelos jornalistas, quer pelos atores sociais, de modo a compreender o papel de ambos neste processo. Por fim, interpreta-se a inclusão ou exclusão de atores sociais do discurso, a preponderância de alguns sobre outros e a respetiva influência na agenda jornalística.

É igualmente com o auxílio deste método que se obtêm algumas respostas sobre as funções dos jornais de informação médica. Com base na análise dos conteúdos jornalísticos, científicos e publicitários, são escrutinadas as potenciais funções dos jornais de informação médica: informativas, sociais, formativas e de informação para a prescrição. Isto é conseguido pela análise dos vários géneros jornalísticos e outro tipo de textos presentes nestes jornais, bem como pelos temas dominantes e a forma de abordagem dos mesmos. Além disso, para aferir a função de informação para a prescrição, será fulcral detetar a preponderância das empresas farmacêuticas nos conteúdos editoriais e a respetiva presença publicitária nestas publicações.

Também a pergunta de investigação sobre as consequências, nos jornais de informação médica, da dependência económica em relação à indústria farmacêutica é respondida com o contributo da análise de conteúdo. Através deste método, é possível identificar os anunciantes e ver a dimensão quantitativa da publicidade presente nas publicações. Além disso, a localização dos anúncios nos jornais permite ver a importância que lhes é atribuída. Por outro lado, observa-se a ligação entre conteúdos editoriais e publicitários, não só em termos visuais, mas também em termos textuais, isto é, aferindo situações concretas em que conteúdos jornalísticos e publicitários se fundem ou confundem.

Sumarizando, nesta investigação, à semelhança do que é preconizado por Bardin, "a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente de receção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)" (BARDIN 2009: 40). Também de acordo com o que Bardin teoriza, estas inferências podem responder a dois tipos de problemas: o que é que levou a determinado tipo de enunciado, ou seja, as causas ou antecedentes da mensagem e quais as consequências que determinado enunciado vai provavelmente provocar, isto é, os possíveis efeitos das mensagens (*Cf.* BARDIN 2009: 41). Indo mais longe, Bardin defende que "este tipo de interpretação controlada que é, na análise de conteúdo, a inferência" (BARDIN 2009: 163) pode abranger: o emissor ou produtor de mensagem; o recetor, sendo que a mensagem se dirige a este indivíduo (ou conjunto de indivíduos) com a finalidade de agir (função instrumental da comunicação) ou de se adaptar a ele (ou a eles), pelo que o estudo da mensagem poderá fornecer informações relativas ao recetor ou ao público; a mensagem, no plano do código e da significação e o médium ou canal, como suporte material do código (*Cf.* BARDIN 2009: 164-166).

Revisão de literatura

De modo a justificar a validade científica da aplicação deste método de investigação, faz-se uma breve revisão de literatura acerca do mesmo. Recuando no tempo, regista-se que a análise de conteúdo nasceu nos Estados Unidos, no início do século XX, como um método quantitativo para analisar o conteú-

do de jornais. Mais tarde, "nos anos 50, houve um apaixonante debate entre procedimentos 'quantitativos' e procedimentos 'qualitativos'. Uns definiam a análise segundo o carácter 'quantitativo', enquanto outros defendiam a validade de uma análise 'qualitativa'" (BARDIN 2009: 140). Porém, como já foi referido, a análise de conteúdo é utilizada em termos quantitativos e qualitativos. Isto não contraria as ideias de Laurence Bardin, que define assim análise de conteúdo: "um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receção (variáveis inferidas) destas mensagens" (BARDIN 2009: 44). Assim, "a característica da análise de conteúdo é a inferência (variáveis inferidas a partir de variáveis de inferência ao nível da mensagem), quer as modalidades de inferência se baseiem ou não em indicadores quantitativos" (BARDIN 2009: 142).

De igual modo, seguindo a linha teórica de Jorge Vala sobre análise de conteúdo, pressupõe-se que "o material sujeito à análise de conteúdo é concebido como o resultado de uma rede complexa de condições de produção, cabendo ao analista construir um modelo capaz de permitir inferências sobre uma ou várias dessas condições de produção. Trata-se da desmontagem de um discurso e da produção de um novo discurso" (VALA 1986: 104).

Jorge Pedro Sousa afirma que "quando a análise do discurso é quantitativa, pode ser denominada análise de conteúdo. Quando é qualitativa, usualmente denomina-se análise do discurso" (SOUSA 2006: 661). É o mesmo autor que defende: "seja qualitativa ou quantitativa, uma análise do discurso é sempre, em essência, uma análise do discurso. Aliás, para se chegar à substância de um discurso, o mais útil é complementar a análise quantitativa com a análise qualitativa" (SOUSA 2006: 662).

Na presente investigação, a análise de conteúdo vai ao encontro dos objetivos de Maria do Rosário Dias, quando num estudo sobre a saúde nos media portugueses procurou: "uma técnica de análise qualitativa do discurso da

notícia que implementasse uma abordagem instrumental inovadora, proporcionando assim uma alternativa qualitativa aos métodos tradicionais de análise de conteúdo aplicados, normalmente, no tratamento dos meios de comunicação social" (DIAS 2005: 95). Tal como esta investigadora, no presente estudo, "a leitura científica do corpus da pesquisa, tal como a sua posterior análise e teorização, foi levada a efeito no âmbito de uma estratégia metodológica de tipo qualitativo, cruzada com parâmetros quantitativos" (DIAS 2005:96)

Nesta perspetiva, também se segue uma visão similar à de Luc Albarello e colegas: "assimila-se por vezes 'análise de conteúdos', 'análise de textos' e 'análise de discursos'. Os conteúdos, porém, não são nem textos nem discursos. São 'o que existe dentro' (ALBARELLO 2005: 157). Sendo assim, a ideia é "aproximar a ideia de 'conteúdo' da de 'sentido', de 'coisa que se exprime', que é 'objeto da análise de conteúdo'"(ALBARELLO 2005: 157).

A longa tradição de uso deste método em estudos jornalísticos concorre para a validade da sua aplicação nesta pesquisa: "a análise de conteúdo tem sido usada em múltiplas pesquisas com resultados relevantes no que respeita ao desvelar da natureza profunda, substantiva e estrutural de um discurso" (SOUSA 2011: 304). Então, este é um método válido "face ao historial de sucesso da análise de conteúdo, face aos objetivo equacionados para esta pesquisa e face às perguntas de investigação genéricas que a nortearam" (SOUSA 2011: 304).

Na verdade, "a análise de conteúdo é hoje uma das técnicas mais comuns na investigação empírica realizada pelas diferentes ciências humanas e sociais" (VALA 1986: 101). Como recorda Jorge Pedro Sousa, "a análise do discurso é um dos métodos científicos mais utilizados em ciências da comunicação. É muito empregue, por exemplo, para analisar os conteúdos de jornais e revistas, inclusivamente porque permite a obtenção de dados quantitativos que emprestam rigor à pesquisa" (SOUSA 2006: 663-664).

Entre as vantagens da análise de conteúdo, está o facto de que "pode ser utilizada em pesquisas que se reportam a qualquer dos níveis de investigação empírica, com a vantagem de em muitos casos funcionar como técnica não-obstrutiva" (VALA 1986: 105). Na verdade,

> um dos problemas com que se debate a investigação empírica, quando recorre aos indivíduos como fonte de informação, é saber que em tais condições as respostas são afetadas por um certo número de enviesamentos, pelo menos potenciais, decorrentes da consciência que os sujeitos têm de que estão a ser observados ou testados, dos constrangimentos associados ao papel de entrevistado ou respondente, da interação entrevistador-entrevistado, etc. (VALA 1986: 106).

Deste modo, "a análise de conteúdo tem exatamente como uma das suas vantagens o facto de poder exercer-se sobre material que não foi produzido com o fim de servir a investigação empírica" (VALA 1986: 106). Também entre vantagens deste tipo de pesquisa, está o facto de trabalhar com valores essencialmente quantificáveis, definidos por categorias estabelecidas e comprovadas em estudos similares, o que facilita o cruzamento de informações e a elaboração de tabelas e gráficos explicativos, além de permitir com facilidade a reavaliação e comprovação de todo o projeto ou parte dele (*Cf.* SOUSA 2006: 664).

A análise de conteúdo quantitativa visa:

> explicitar com objetividade a substância de um discurso, ou seja, procura encontrar as invariantes do discurso, as qualidades e estruturas que este possui e que são independentes dos sujeitos que o leiam. (...) Expor objetivamente a substância de um discurso permite ao analista tecer, posteriormente, inferências válidas e fiáveis sobre as relações entre esse discurso, enquanto fenómeno objetivo, e os fenómenos objetivos que lhe deram origem, bem como permite perspetivar os fenómenos que objetivamente provocou (SOUSA 2011: 304).

Ao permitir sistematizar e quantificar dados de uma forma que a análise qualitativa não é capaz, a análise de conteúdo fornece rigor à pesquisa (*Cf.* SOUSA 2011: 304).

No entanto, o método de análise de conteúdo não deixa de ter limites e inconvenientes. Entre estas restrições estão as seguintes: não permite estabelecer quais os efeitos de um discurso, pois o que observam os codificadores pode não coincidir com aquilo que as pessoas em geral observam; o facto de investigadores diferentes poderem fazer pesquisas com objetivos similares usando categorias diferentes dificulta a comparação de resultados e conclusões; a raridade dos fenómenos a estudar pode trazer por consequência a necessidade de se analisar uma quantidade exagerada de material; uma definição demasiado geral das categorias pode não dar sinal das diferenças entre elas enquanto uma definição demasiado pormenorizada pode impedir generalizações (*Cf.* SOUSA 2006: 677-678). É com consciência destas limitações que se tomam duas atitudes concretas nesta investigação: complementa-se análise quantitativa com uma análise qualitativa do conteúdo e cruzam-se os dados obtidos por este método com outros, tais como as entrevistas semiestruturadas.

"A análise qualitativa de um discurso procura apreciar as qualidades não quantificáveis do mesmo" (SOUSA 2006: 680). Além disso, "excertos representativos de um discurso podem ser empregues para justificar determinadas proposições e juízos que se possam fazer durante uma pesquisa qualitativa" (SOUSA 2006: 680). Tal como explica Jorge Pedro Sousa, numa análise qualitativa do discurso jornalístico impresso, o pesquisador deve seguir os mesmos passos estipulados para a análise quantitativa e os passos do processo científico em geral. A diferença é que a abordagem será qualitativa. É, assim, tarefa do pesquisador localizar, identificar, selecionar, recolher, descrever e analisar elementos de interesse para a sua pesquisa. Posteriormente, em função do objeto e dos objetivos da pesquisa (à partida delimitados pelas hipóteses e perguntas de investigação), parte-se para a análise qualitativa do discurso. Esta deve ser efetuada com base numa grelha de análise, definida pelo pesquisador em função de categorias de análise,

tendo em conta as hipóteses e perguntas de investigação oportunamente colocadas. No entanto, não se contabilizarão dados nas categorias. Apenas se apresentam os dados que servirão de base à interpretação (*Cf.* SOUSA 2006: 680-681). De modo a "manter a pesquisa dentro dos parâmetros da praticabilidade", deve-se "definir a grelha de análise e depois pesquisar nos discursos alguns exemplos ilustrativos de cada uma das categorias da grelha" (SOUSA 2006: 681).

Outro aspeto a ser tido em conta está relacionado com a análise não só do que é dito, como também do que não é dito e do explícito, bem como do implícito nos textos dos jornais de informação médica. De facto,

> o discurso jornalístico é moldado e marcado por decisões de inclusão, exclusão e hierarquização de informações. Há acontecimentos que nunca chegam a ser notícia, problemáticas que nunca surgem nas páginas dos jornais. As próprias notícias publicadas podem dizer muitas coisas, mas ignoram muitas mais. O analista do discurso tem de ter em atenção o dito e o não dito (SOUSA 2006: 710).

Além disso, "noutras ocasiões, o não dito pode indiciar relações de poder (as pessoas podem censurar-se quando sentem que estão a afetar quem tem poder sobre elas). Do mesmo modo, os discursos aproveitam muitas vezes outros discursos (por exemplo, quando se cita alguém está-se a integrar outro discurso num novo discurso, com novo enquadramento)" (SOUSA 2006: 711).

9.3.2.1.1 As categorias de análise

Depois de se já terem apresentado as perguntas de investigação, o universo e amostra de análise, é necessário avançar para as etapas seguintes. De facto, Jorge Vala enumera várias operações envolvidas na análise de conteúdo: definição dos objetivos e do quadro de referência teórico; constituição do *corpus*; definição das categorias; definição das unidades de análise ou unidades de registo – segmento (formal ou semântico) determinado de conteúdo que se caracteriza, colocando-o numa dada categoria; unidades de contexto – segmentos mais largos de conteúdo que o analista examina quando

caracteriza uma unidade de registo; e unidades de enumeração – unidade em função da qual se procede à quantificação); aferição da fidelidade e validade e quantificação (análise de ocorrências, análise avaliativa ou análise estrutural) (*Cf.* VALA 1986: 109). Por sua vez, Jorge Pedro Sousa preconiza que esta operação analítica implica que se "identifiquem os pontos substantivos de um discurso, classificando-os e contabilizando-os em categorias criadas *a priori* ou no decorrer do processo de análise (*a posteriori*)" (SOUSA 2011: 306).

Para ser possível chegar à análise dos dados e à interpretação dos resultados, é necessário fazer o tratamento dos dados obtidos através da análise de conteúdo, isto é, codificá-los. De acordo com Bardin, "a codificação corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras precisas – dos dados em bruto do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão" (BARDIN 2009: 129). Para codificar, é preciso proceder a três escolhas: "o recorte: escolha das unidades; enumeração: escolha das regras de contagem; a classificação e a agregação: a escolha das categorias" (BARDIN 2009: 129). No caso das unidades de registo e de contexto, Bardin refere que as unidades de registo mais utilizadas são a palavra, o tema, objeto ou referente (temas-eixo), o personagem, o acontecimento e o documento (*Cf.* BARDIN 2009: 131-132). Quanto à unidade de contexto, esta serve de "unidade de compreensão para codificar a unidade de registo e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às da unidade de registo) são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registo. Esta pode, por exemplo, ser a frase para a palavra e o parágrafo para o tema (BARDIN 2009: 133).

Ainda relativamente à definição de unidade de registo, Bardin atenta que "é necessário fazer a distinção entre a unidade de registo – o que se conta – e a regra de enumeração – o modo de contagem" (BARDIN 2009: 134). O mesmo autor acrescenta que "é possível utilizar-se diversos tipos de enumerações: a presença ou ausência, a frequência, a frequência ponderada, a

intensidade (quantitativo), a direção (qualitativo, por exemplo: favorável ou desfavorável), a ordem de aparição das unidades de registo, a coocorrência" (BARDIN 2009: 134-138).

Numa das investigações realizadas por Jorge Pedro Sousa, este optou pelas seguintes regras de enumeração: "a informação foi classificada por número de matérias, distribuídas por várias categorias definidas *a priori*. Porém, no caso particular dos atores das notícias e do protagonismo geográfico, categorizou-se a informação por número de referências, que constituíram a unidade de análise" (SOUSA 2011: 307). Por outro lado, "em alguns casos específicos, tomou-se como variável o número de linhas ocupadas pela informação, já que, por vezes, o número de matérias sobre determinados assuntos não coincide com a dimensão da cobertura dos mesmos" (SOUSA 2011: 307).

Voltando ao cerne desta fase da pesquisa – a categorização – Laurence Bardin define-a como:

> uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registo, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns desses elementos (BARDIN 2009: 145).

Segundo Bardin, o critério de categorização pode ser: semântico (categorias temáticas), sintático (verbos, adjetivos), lexical (sentido das palavras) ou expressivo (exemplo: diversas perturbações da linguagem) (BARDIN 2009: 145-146).

As categorias devem possuir determinadas qualidades que, para Bardin, são as seguintes: a exclusão mútua (cada elemento não pode existir em mais do que uma divisão); a homogeneidade (um único princípio de classificação deve governar a sua organização); a pertinência (adaptada ao material de

análise escolhido e pertence ao quadro teórico definido); a objetividade e a fidelidade; a produtividade (fértil em índices de inferências, hipóteses novas e dados exatos) (*Cf.* BARDIN 2009: 147-148). Enfim, "um sistema de categorias é válido se puder ser aplicado com precisão ao conjunto de informação e se for produtivo no plano das inferências" (BARDIN 2009: 57).

Para Jorge Pedro Sousa, "a definição de categorias é um dos pontos cruciais da análise quantitativa do discurso" (SOUSA 2006: 347). Esta categorização deverá ser a mais exaustiva possível, para que todos ou quase todos os elementos substantivos do discurso possam ser classificados (podendo criar-se uma categoria residual "outros casos" para aqueles casos que não podem ser categorizados). Além disso, terá que ser detalhada, pois a fiabilidade da pesquisa poderá ser diminuta se as especificações das categorias forem vagas e gerais. Por outro lado, pretende-se que seja sistemática, no sentido de que os conteúdos devem ser selecionados segundo regras explícitas e, se possível, segundo procedimentos já normalizados, implicando que cada elemento representativo, em função dos objetivos da pesquisa, tenha idênticas possibilidades de ser incluído na análise. Além disso, deve ser, tanto quanto possível, exclusiva, para que os elementos substantivos que se classificam numa categoria pertençam claramente a essa categoria e não a nenhuma outra (*Cf.* SOUSA 2006: 347-348).

Cumprir todos estes requisitos não é fácil, pelo que não se podem estabelecer categorias "definitivas" e embora, geralmente, se definam categorias *a priori*, frequentemente, à medida que se vai realizando a análise do discurso têm de se criar novas categorias (*a posteriori*) (*Cf.* SOUSA 2011: 348). Por outro lado, "as categorias podem não conter em si mesmas, nos seus traços definidores, todas as características substantivas dos elementos que aí foram classificados, ou seja, dito de outro modo, o estabelecimento de categorias é sempre uma operação limitada no seu alcance" (SOUSA 2011: 348).

Passando para o caso concreto da presente pesquisa, a definição das categorias de análise de conteúdo quantitativa e qualitativa foi feita com o intuito de responder às perguntas de investigação. Deste modo, nas páginas

seguintes são definidas e descritas as categorias de análise dos jornais de informação médica. Então, a organização e compreensão do material em análise nesta investigação baseia-se nas categorias das seguintes variáveis: dimensão do jornal; géneros jornalísticos; autores dos textos; secções; cadernos e suplementos; temas; valores-notícia; atores sociais utilizados como fontes de informação; publicidade e iconografia.

Dimensão do jornal

Nesta análise, a dimensão dos jornais é aferida pelo número de páginas de cada um. Deste modo será contabilizado o número de páginas de ambos os jornais em cada edição analisada, fazendo-se, igualmente, uma média do número de páginas de cada um. Sendo que o "Tempo Medicina" é semanal e o "Jornal Médico de Família" é quinzenal, terá que ser tida esta diferença de periodicidade na interpretação dos resultados obtidos a este nível.

Julgou-se ser pertinente aferir este dado, pois permite tirar algumas conclusões acerca dos jornais em análise. Um dos aspetos sobre os quais se pode concluir é sobre a relevância do jornal, isto é, quanto maior for o número de páginas maior é a quantidade de temas noticiados e publicidade conseguida para o mesmo, logo o jornal é mais valorizado. Por outro lado, também se poderá verificar a variabilidade ou constância no número de páginas dos jornais, o que denotará a existência, ou não, de estabilidade intrínseca às publicações ou a dependência de fatores externos.

Géneros jornalísticos

Os géneros jornalísticos constituem as formas de apresentação de determinados textos e imagens, que se inserem, assim, numa moldura que os classifica. Como afirma Jorge Pedro Sousa,

> os géneros jornalísticos correspondem a determinados modelos de interpretação e apropriação da realidade através de linguagens. A linguagem verbal escrita é a mais importante das linguagens usadas no jornalismo impresso. Mas não se pode ignorar a linguagem das imagens e a convergência estrutural de ambas as linguagens no design de imprensa (SOUSA 2005: 168).

O mesmo autor atenta em que "correntemente tipificam-se os principais géneros jornalísticos em notícia, entrevista, reportagem, crónica, editorial e artigo (de opinião, de análise, etc.). Porém, os géneros jornalísticos não têm fronteiras rígidas e, por vezes, é difícil classificar uma determinada peça, até porque, consideradas estrategicamente, todas as peças jornalísticas são notícias, especialmente se aportarem informação nova" (SOUSA 2005: 168). Além disso, "os géneros jornalísticos existem em determinados momentos e contextos sócio-histórico-culturais. Há, certamente, géneros jornalísticos que ainda não viram a luz do dia e outros que já não se praticam" (SOUSA 2005: 169). Por fim, atente-se: "a realidade não contém notícias, entrevistas, reportagens, etc. Sendo uma forma de interpretação apropriativa da realidade, os géneros jornalísticos são uma construção e uma criação. Obviamente que, uma vez criados, os géneros jornalísticos passam, também eles, a fazer parte da realidade, que, paradoxalmente, referenciam" (SOUSA 2005: 168-169).

No caso particular desta investigação, achou-se que a análise dos géneros jornalísticos poderia gerar dados interessantes sobre os jornais estudados. Na verdade, esta vertente da pesquisa pode contribuir para a caracterização dos meios, inclusivamente das suas peculiaridades como produto jornalístico, bem como para a respetiva atribuição de funções. Para tal, criaram-se as seguintes categorias: notícia, breve, reportagem, entrevista, crónica, publi-reportagem, artigo de opinião, artigo científico ou de revisão científica, editorial, *cartoon*, foto-legenda, fotorreportagem, coluna de citações, revista da imprensa.

Note-se que se inclui uma categoria que não corresponde a qualquer género jornalístico: o artigo científico ou de revisão científica. Isto porque, na leitura prévia destas publicações, detetou-se a existência deste tipo de textos, o que manifesta a peculiaridades destes meios. Enfim, a descrição das diferentes tipologias de géneros jornalísticos utilizadas na análise é feita na tabela subsequente.

Tabela 5 - Géneros jornalísticos

Notícia	Enunciado constituído pelo conjunto de dados essenciais sobre um ou vários acontecimentos com informação nova, atual e de interesse geral. Em termos de dimensão, a maioria das notícias não ultrapassa os dois mil caracteres, embora algumas possam chegar aos três mil e quinhentos caracteres.
Breve	Notícia sem assinatura, não ultrapassando, normalmente, os quinhentos caracteres, num estilo rápido, sintético e simples. Pode ou não aparecer em espaço reservado para as breves.
Reportagem	A reportagem tem normalmente por base uma notícia de atualidade, que é desenvolvida e aprofundada, para se saber mais sobre o como e o porquê dos acontecimentos. Assim, a tarefa da reportagem é indagar, descrever, relatar, interpretar, analisar e comparar, proporcionando ao leitor mais do que as simples aparências. Esta é a forma mais complexa de texto informativo, envolvendo características e metodologias de todos os outros géneros jornalísticos – admitindo a inclusão de registos noticiosos, declarações, descrições e análises – e um profundo trabalho de pesquisa e de contextualização da informação.
Entrevista	A entrevista, enquanto género jornalístico, corresponde à transposição das perguntas e respostas de um diálogo em que o jornalista procura obter informações de uma fonte de informação. Este modelo discursivo consiste na exposição das respostas dadas por um entrevistado às perguntas de um entrevistador. Nas entrevistas em "pergunta - resposta", a pergunta figura sempre no enunciado, antecedendo a resposta. A entrevista desenvolve-se através de uma sequência de perguntas e respostas, segmentadas, se necessário, em blocos temáticos. Nas entrevistas em "discurso indireto", aquilo que um entrevistado diz é inserido num texto mais amplo e contextual, onde podem ou não figurar as perguntas feitas pelo entrevistador.
Crónica	A crónica relata factos de interesse jornalístico que são interpretados e avaliados pelo seu autor. A matiz subjetiva e pessoal deste género jornalístico permite que ele possua uma estrutura textual mais diversificada, criativa e original e menos condicionada por constrangimentos editoriais. O texto deve ser comunicante, empático e imaginativo, mas não deve perder de vista os principais referentes do discurso jornalístico: as problemáticas, os acontecimentos e demais temas da atualidade. A atualidade deve constituir, simultaneamente, a motivação e o ponto de referência para a crónica.

Publi-reportagem	Resulta da publicação de artigos publicitários pagos, como sendo reportagens de carácter noticioso. Consideram-se como publi-reportagem os textos, imagens e outros elementos gráficos destinados a promover ou a publicitar um determinado produto, entidade ou serviço apresentados com as características formais da reportagem mas concebidos e realizados sem a liberdade editorial, a independência e o enquadramento ético-normativo que presidem ao exercício do jornalismo. Não é um verdadeiro género jornalístico, mas pretende fazer-se passar por tal, pelo que considerou-se pertinente inclui-lo nesta análise.
Artigo de opinião	Textos em que se procura, essencialmente, opinar, por vezes com intenção persuasiva, para convencer ou levar à ação, para converter e ganhar partidários. Os artigos de opinião visam contribuir mais para o debate de ideias e para a formação do público do que fornecer informação. Os acontecimentos e as problemáticas são sempre examinados, comentados, apreciados e avaliados numa perspetiva pessoal.
Artigo científico ou de revisão científica	O artigo científico consiste na divulgação original de dados resultantes de investigação científica, enquanto os artigos de revisão científica analisam e discutem trabalhos científicos já publicados, por exemplo, fazendo revisões bibliográficas.
Editorial	O editorial é um género jornalístico argumentativo onde, em princípio, se dá conta do posicionamento coletivo de um jornal sobre um determinado assunto da atualidade. Por isso, um editorial é da responsabilidade da direção do órgão jornalístico ou de alguém da sua inteira confiança. Além disso, o editorial pode ter características analíticas ou opinativas e tem por objetivo expressar as opiniões do meio sobre factos, eventos ou pessoas que, geralmente, constituem assuntos tratados no jornal. É elaborado em conformidade com o estatuto editorial do órgão jornalístico.
Cartoon	Desenho humorístico ou satírico que procura, geralmente, representar crítica e humoristicamente situações de atualidade e/ou os seus protagonistas, tendo por objetivo opinar e interpretar a realidade social, transmitindo sobre ela um determinado ponto de vista.
Fotolegenda	A fotolegenda, que também pode designar-se fotonotícia, é um género jornalístico que consiste na união entre uma fotografia e um texto, sendo que a imagem ocupa um lugar central. A notícia está na foto, sendo desenvolvida num texto breve que integra informações que a ajudem a compreender.
Fotorreportagem	O objetivo essencial das fotorreportagens é, através de fotografias, documentar e caracterizar desenvolvidamente uma situação e/ou as pessoas que a vivem. As fotorreportagens devem ter título, um texto introdutório (lead) e as fotografias. Estas tanto podem ter legendas – textos breves que servem para complementar cada foto com informações – como serem acompanhadas por pequenos textos que não se conjugam com uma imagem em particular.

Coluna de citações	Consta na transcrição de declarações de terceiros ou de excertos de textos interessantes, irónicos ou engraçados. Normalmente, às citações nada mais é acrescentado do que a fonte, uma pequena frase de contexto e a data.
Revista da imprensa	Consiste na recolha e transcrição de excertos daquilo que dizem os outros órgãos jornalísticos, sobre um ou vários temas. Geralmente, a transcrição faz-se colocando-se apenas a fonte e a data a seguir.

Pela análise dos géneros jornalísticos, percebeu-se que existem vários tipos de textos de opinião cuja presença, localização e quantidade nos jornais de informação médica indiciam a sua importância. Neste sentido, se são espaços nobres e valorizados, o seu conhecimento aprofundado pode revelar caraterísticas e funções dos jornais de informação médica. Sendo assim, procedeu-se a uma análise específica em relação aos textos de opinião, através das categorias abaixo descritas, ou seja, em relação aos respetivos autores e temas.

Tabela 7 - Textos de opinião

Autores	Quem são as pessoas que assinam os textos de opinião – incluindo aqui crónicas, editoriais e artigos de opinião – e qual a função que estas desempenham no jornal.
Temas	Quais os temas abordados nos textos de opinião, de acordo com as mesmas categorias utilizadas para caracterizar os "Temas".

Autores dos textos

Os textos publicados nos jornais podem ou não ser assinados. Enquanto a assinatura revela respeito pelo autor e responsabiliza o mesmo, a falta de assinatura descarta a responsabilidade individual e torna o processo de produção da informação menos transparente. Portanto, exceto no caso das notícias breves, que, por norma, não são assinadas, será mau sinal encontrar nestes meios peças jornalísticas não assinadas.

Além de se observar a assinatura ou não das peças jornalísticas, serão identificados os autores das mesmas. Verificar quais são os autores dos textos publicados permite tirar conclusões importantes acerca do processo de pro-

dução dos jornais em análise. Por um lado, pode observar-se o papel dos jornalistas nestes meios e até as respetivas condições profissionais, ao pesquisar na ficha técnica, se pertencem à redação ou são meros colaboradores.

Por outro lado, pode perceber-se qual a participação dos médicos na elaboração de conteúdos nestes jornais. Também se pode descobrir qual o papel, mais ou menos ativo, do diretor da publicação na mesma. Relativamente às rotinas profissionais, a existência de textos de agência noticiosa é igualmente reveladora. Então, tendo em mente estes objetivos, criaram-se as categorias de autores descritas na tabela seguinte.

Tabela 8 - Autores dos textos

Jornalistas da redação	Textos assinados por jornalistas que pertencem à redação do jornal, de acordo com ficha técnica do mesmo.
Jornalistas colaboradores	Textos assinados por jornalistas que colaboram com o jornal, aparecendo na ficha técnica.
Redatores médicos	Textos assinados por médicos que escrevem no jornal, de forma permanente, periódica ou ocasional, verificando a ficha técnica.
Agência noticiosa	Textos identificados como sendo provenientes de agência noticiosa.
Diretor	Textos assinados pelo diretor do jornal, de acordo com ficha técnica do mesmo.
Não assinado	Textos cujo autor não surge identificado.
Outros	Textos assinados por qualquer autor cujo nome não surge ficha técnica do jornal.

Secções

As secções dos jornais, isto é, as partes nos quais estes se dividem, também são analisadas. Esta análise dará origem a uma descrição das designações e tipo de conteúdos das secções dos dois jornais. Além disso, será estudada a dimensão quantitativa das várias secções, pelo número de páginas que ocupa em cada publicação. Os resultados obtidos através deste estudo qualitativo e quantitativo serão interpretados à luz das ilações que estes permitem fazer acerca das características destes meios.

Cadernos e suplementos

Além do corpo principal, estes jornais caracterizam-se pela existência de cadernos e suplementos. Acerca destes cadernos e suplementos serão analisados os seguintes parâmetros: os nomes, os tipos de conteúdos, a periodicidade e a dimensão. A análise dos dois primeiros itens indicados – nomes e conteúdos – dão um importante contributo para a caracterização do produto jornalístico. Por outro lado, a periodicidade permite saber, entre outras coisas, se os cadernos ou suplementos são fixos e o resultado de uma política editorial bem definida ou ocasionais, surgindo por oportunidade temática ou comercial. Em relação à dimensão, isto é, o número de páginas dos suplementos, isto permite perceber a importância que lhes é atribuída.

Temas

Tal como alerta Jorge Pedro Sousa, "os discursos jornalísticos incidem sobre o real, sendo assim que se concretiza a sua função informativa. Mas os discursos jornalísticos apresentam também determinados enquadramentos ou molduras para os temas, ou seja, determinadas organizações do discurso, capazes de direcionar a construção de significados" (SOUSA 2006: 353). Deste modo, "o tema de um discurso respeita à relação que esse discurso estabelece com a parcela da realidade a que se refere. Uma vez estabelecido o fenómeno a estudar, o analista do discurso deve atentar nos temas e subtemas dos discursos que abordam esse fenómeno" (SOUSA 2006: 354). Então, "os temas, os subtemas e a forma como são abordados definem os macro-enquadramentos e micro-enquadramentos dos discursos" (SOUSA 2006: 354).

Na presente investigação, a análise dos temas dos jornais de informação médica permite obter vários dados pertinentes: o contexto em que são produzidos, os objetivos, a linha editorial, os condicionalismos, as limitações, os valores-notícia, as funções que cumprem, a perspetiva que assumem sobre a realidade, entre outras coisas. Daí ter sido fundamental o processo de definição dos temas, apresentados na tabela subsequente. Estes foram utilizados para classificar os assuntos reportados nestas publicações em dois níveis: nos jornais, em geral, e nas primeiras páginas, em particular.

Tabela 9 - Temas

Política da Saúde	Textos centrados em decisões, declarações e acontecimentos de índole política, a nível nacional ou internacional, que estão diretamente ligados à área da Saúde.
Atualidade socioprofissional	Textos em que se dá conta da atualidade relacionada com a Medicina enquanto profissão. Neste caso, o médico é visto como profissional, isto é, pertencendo a uma classe profissional com determinadas especificidades.
Atualidade clínica	Textos em que se dá conta da atualidade relacionada com a prática da Medicina nas unidades de saúde.
Gestão das Unidades de Saúde	Textos centrados em toda e qualquer problemática ligada à gestão, administração e organização das unidades de saúde.
Atualidade científica	Textos centrados em resultados da investigação científica em Ciências Médicas ou outras áreas relevantes para a Medicina. Estas novidades científicas podem surgir pelos dados apresentados em congressos ou conferências, pela revisão de artigos de publicações científicas, entre outros.
Atualidade sobre formação médica	Textos centrados no ensino graduado e pós-graduado em Medicina e na formação médica contínua, quer em Portugal, quer no estrangeiro.
Patologias	Textos centrados em determinadas patologias, incluindo, por exemplo, a sua descrição, prevenção, o seu diagnóstico e o tratamento, entre outras coisas. As patologias não são todas iguais: tanto podem já estar identificadas como serem novas, tanto podem ser doenças crónicas como agudas, entre muitas outras cambiantes.
Fármacos e Terapêuticas	Textos centrados na apresentação de novos medicamentos ou terapias; na descoberta de novas potencialidades, perigos ou efeitos secundários nefastos de medicamentos ou terapias já existentes, bem como quaisquer outros factos ou acontecimentos ligados a fármacos e terapêuticas.
Tecnologias e equipamentos médicos	Textos centrados em novidades, dados ou acontecimentos ligados às tecnologias e equipamentos utilizados pelos médicos na prática clínica.
Atualidade nacional (não médica)	Textos centrados em questões da atualidade nacional que não estejam ligadas à Medicina.
Atualidade internacional (não médica)	Textos centrados em questões da atualidade internacional que não estejam ligadas à Medicina.

Personalidades ligadas à Medicina	Textos centrados em individualidades ligadas à Medicina, tais como médicos dedicados à investigação, docência, estudo ou à prática clínica, outros profissionais de saúde, diretores ou gestores de unidades de saúde, entre outros.
Personalidades ligadas à Indústria Farmacêutica	Textos centrados em individualidades ligadas à Indústria Farmacêutica, tais como: dirigentes, gestores, farmacêuticos, responsáveis pela comunicação e marketing, diretores de comunicação, delegados de informação médica, entre outros.
Personalidades com determinada patologia	Textos centrados em individualidades portadoras de determinada doença, sejam eles cidadãos anónimos ou conhecidos.
Instituições de formação e investigação em Medicina	Textos centrados em dados ou acontecimentos relativos a universidades, institutos de ensino e centros ou unidades de investigação, todos na área da Medicina.
Unidades de Saúde	Textos centrados em dados ou acontecimentos relativos a locais de prestação de cuidados de saúde, desde hospitais, centros de saúde, clínicas privadas, entre outros.
Instituições e empresas da área farmacêutica	Textos centrados em dados ou acontecimentos de empresas ou instituições da área farmacêutica: fabricantes, distribuidores, farmácias, associações profissionais (por exemplo, a APIFARMA, Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica), entre outros.
Doente e utentes e associações de doentes, utentes ou familiares dos mesmos	Textos centrados em doentes e utentes ou em determinada associação destes ou dos respetivos familiares, quer pelo seu historial, pelas pessoas a ela ligadas, pelas suas atividades regulares, por algum evento específico, por uma tomada de posição, ou qualquer outra ação ou declaração.
Congressos médicos de âmbito científico	Textos centrados nos assuntos, protagonistas e públicos de congressos médicos de âmbito científico.
Associações e reuniões médicas de âmbito profissional	Textos centrados nas associações e reuniões ou congressos (assuntos, protagonistas, públicos) médicos de âmbito profissional.
Associações e eventos médicos de âmbito sindical	Textos centrados nas associações sindicais e seus eventos, como por exemplo: reuniões ou manifestações sindicais.
Eventos médicos de âmbito social	Textos centrados nas atividades e protagonistas de eventos médicos de âmbito social, como por exemplo: reuniões de confraternização, festas de Natal, entre outros.
Eventos médicos de âmbito cultural	Textos centrados nas atividades e protagonistas de eventos médicos de âmbito cultural, como por exemplo: lançamento de livros da autoria de médicos, exposições de pintura realizada por médicos, concertos com a participação de médicos, entre outros.

História da Medicina	Textos centrados em elementos constituintes da História da Medicina: instituições, personalidades, utensílios e equipamentos médicos, fármacos e tratamentos, publicações científicas, entre muitos outros.
Questões jurídicas e legais na área médica	Textos centrados na esfera jurídico-legal relativa à Medicina, que podem ir desde a apresentação de casos concretos à simples atualização da legislação existente.
Questões jurídicas e legais na área farmacêutica	Textos centrados na esfera jurídico-legal relativa à Indústria Farmacêutica, que podem ir desde a apresentação de casos concretos à simples atualização da legislação existente.

Valores-notícia

A investigação sobre valores-notícia ou critérios de noticiabilidade começou em Galtung e Ruge em 1965, sendo muito vasta e complexa. O objetivo inicial era o estudo do processo de seleção de informação que faz com que determinados factos se transformem em notícias, mas, a dada altura, os pesquisadores perceberam que nem todos os critérios de noticiabilidade estão apenas ligados aos acontecimentos, mas também a outros fatores do processo jornalístico de produção de informação. Por outro lado, assumiram o caráter volátil de determinados critérios, que podem variar de empresa para empresa e de época para época (*Cf.* SOUSA 2011: 105).

Nelson Traquina segmenta os valores-notícia nos seguintes grupos: os de seleção, intrínsecos ao acontecimento (morte; notoriedade; proximidade; relevância ou importância; novidade; fator tempo - atualidade, cabide noticioso; notabilidade; surpresa; conflito ou controvérsia; e infração e escândalo); os de seleção contextual, que atuam no processo de produção das notícias (disponibilidade; equilíbrio do noticiário; potencial de cobertura em imagem; concorrência; dia noticioso); e finalmente os valores-notícia de construção, que atuam sobre a seleção dos elementos do acontecimento que figurarão na notícia (amplificação - hiperbolização do acontecimento e das suas consequências; relevância - capacidade de mostrar como o acontecimento é importante; potencial de personalização; potencial de dramatização; consonância - ou potencialidade de enquadrar um acontecimento em enquadramentos anteriores) (*Cit. in* SOUSA 2011: 105).

Por sua vez, Jorge Pedro Sousa considera que a noticiabilidade, a seleção e a hierarquização informativa de acontecimentos e dados sobre os mesmos passam por: influências pessoais do jornalista; um pendor social, sobretudo relacionado com a postura social da organização noticiosa; um pendor ideológico, visível no destaque noticioso dado às figuras do poder político e económico e um pendor cultural, resultante das culturas profissional, de empresa e do meio (*Cf.* SOUSA 2005: 34-35). Finalmente, o autor ainda refere "critérios associáveis a uma ação do meio físico e tecnológico" (SOUSA 2005: 35).

Embora existam várias listas de critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, há muitas críticas em relação ao seu determinismo. Desde modo assume-se que os critérios de noticiabilidade não são rígidos nem universais, tendo uma natureza esquiva, opaca, por vezes contraditória, que funciona em todo o processo de fabricação/ construção das notícias, dependendo da forma de operar da organização noticiosa (*Cf.* SOUSA 2000: 102). Apesar de todas estas limitações, é inegável que "há mecanismos que se sobrepõem à subjetividade jornalística. Entre eles estão os critérios de noticiabilidade (ou de valor-notícia), que são aplicados pelo jornalista, conscientemente ou não, no momento de avaliar os assuntos que têm valor como notícia" (SOUSA 2005: 30).

Nesta investigação, em concreto, assume-se que o valor-notícia é um conceito que referencia a qualidade de uma informação que a torna jornalisticamente interessante e passível de se tornar notícia. Partindo deste pressuposto, analisaram-se as primeiras páginas dos dois jornais em foco, para descobrir quais são os valores notícia em destaque nestas publicações, conforme a descrição na tabela abaixo.

Tabela 10 - Valores-notícia

Atualidade	O que interessa é o facto de ser um acontecimento recente ou uma informação tornada pública num momento próximo da publicação.
Novidade	É valorizado o facto de a informação ser sobre algo que não existia ou não era do conhecimento público.
Proximidade	Quanto mais próximo ocorrer um acontecimento, mais probabilidade tem de se tornar notícia. A proximidade é entendida de forma geral: geográfica, social, cultural e psicoafectiva.
Relevância	O que mais importa é o impacto do acontecimento, seja pela sua dimensão, pelo número de pessoas envolvidas, pela sua intensidade ou pelas suas consequências.
Proeminência social dos sujeitos envolvidos	A informação é veiculada devido a ser relativa a figuras públicas, pessoas poderosas, influentes ou famosas.
Insólito	O foco da informação é algo original e raro, desde que seja significativo.
Imprevisibilidade	O trabalho noticioso incide sobre algo surpreendente e inesperado.
Conflitos pessoais ou institucionais	Colocam-se em evidência confrontos pessoais ou institucionais de ideias, opiniões, ideologias, pontos de vista e tomadas de posição relativas aos mais variados assuntos.
Negatividade	Informação associada a acontecimentos com uma carga negativa, tais como crimes, mortes, acidentes e violência.
Personalização	As ocorrências que possam ser retratadas como ações de indivíduos.
Interesse humano	Informação que é poderosa pelas suas qualidades humanas, isto é, pela sua capacidade de apelar aos sentimentos dos seres humanos, gerando interesse e atracão dos públicos.

Além de fornecer dados relevantes para a caracterização do jornalismo exercido nestes meios, esta análise permitirá responder à seguinte questão: será que os valores-notícia destes jornais são os que se atribuem à atividade jornalística nos meios de comunicação social para o público em geral? De facto, a peculiaridade destes jornais levou a estabelecer categorias previamente sem descartar a hipótese de criar outras numa fase posterior, tendo em conta a possibilidade de existirem valores-notícia que não se enquadrassem nas categorizações habituais.

Atores sociais utilizados como fontes de informação

Dado o impacto social da medicina na sociedade, são múltiplos os atores sociais envolvidos nesta temática. Neste sentido, para esta análise, houve a necessidade de proceder à seleção das categorias dos atores sociais que os jornais de informação médica utilizam como fontes de informação. Isto significa que procurou classificar-se as várias entidades que originaram os dados que os jornalistas citaram nas suas peças jornalísticas.

Um dos problemas ligados a esta temática reside na própria definição de fonte de informação. Tal como adverte Jorge Pedro Sousa, "torna-se difícil definir o que é uma fonte de informação, exceto no seu contorno: 'lugar' de onde procede a informação. Existem até fontes de diferentes naturezas: pessoas, organizações, documentos, órgãos de comunicação social, etc." (SOUSA 1998: 151).

É de destacar que, dada a complexidade da relação entre jornalistas e fontes de informação, esta é uma das áreas mais abordadas nos estudos jornalísticos, quer no âmbito teórico, quer ao nível da investigação, muitas vezes baseada em estudos de caso. Como resultado, existem, por um lado, inúmeras teorias sobre fontes de informação e, por outro lado, diversas formas de classificar as fontes de informação.

Na presente investigação, procedeu-se à identificação dos atores sociais utilizados como fontes de informação em cada um dos jornais. Para além disso, analisaram-se as formas de citação destas mesmas fontes de informação, isto é, se foi através de discurso direto, indireto ou misto. Também foram analisadas as fórmulas de tratamento, ou seja, utilização ou não de título académico a preceder os respetivos nomes, em todas as peças publicadas. Com todas estas vertentes de análise, será possível responder a algumas perguntas que norteiam esta pesquisa: nomeadamente, relativas à relação entre os jornalistas destes meios e as atores sociais na área da saúde e ainda sobre as consequências da dependência económica destas publicações em

relação à indústria farmacêutica ao nível do produto jornalístico. Mesmo em relação às funções dos jornais de informação médica, esta análise também prestará informações que podem ser decisivas.

Na tabela seguinte, apresentam-se e descrevem-se as categorias de fontes de informação criadas no âmbito desta investigação. É importante destacar que além das categorias criadas antes da análise, no decorrer da mesma foi necessário criar novas categorias de fontes de informação que numa leitura prévia não tinham sido detetadas. Deste modo, percebeu-se que a diversidade de fontes de informação citadas era maior do que aquela que inicialmente se previra para estes meios, ao mesmo tempo que muitas das categorias prévias acabaram por ter poucos ou nenhuns registos de ocorrência.

Tabela 6 - Atores sociais usados como fontes de informação

Dirigentes de Instituições de Ensino Médico	Pessoas que são citadas pelos cargos diretivos que ocupam em universidades ou institutos onde é lecionada Medicina a nível de graduação e/ou pós-graduação.
Docentes de Instituições de Ensino Médico	Pessoas que são citadas pelas funções que exercem como docentes em universidades ou institutos onde é lecionada Medicina a nível de graduação e/ou pós-graduação.
Estudantes de Instituições de Ensino Médico	Pessoas que são citadas como estudantes em universidades ou institutos onde é lecionada Medicina a nível de graduação e/ou pós-graduação.
Diretores ou Gestores de Unidades de Saúde (Públicas e Privadas)	Pessoas que são citadas como diretores ou gestores de hospitais, clínicas privadas, centros de saúde ou outros locais de prestação de cuidados de saúde.
Médicos Clínicos de Unidades de Saúde (Públicas e Privadas)	Pessoas que são citadas como médicos que desempenham funções clínicas em locais públicos ou privados de prestação de cuidados de saúde.
Profissionais de Saúde não médicos	Profissionais da área da Saúde que, não sendo médicos, desempenham funções clínicas em locais públicos ou privados de prestação de cuidados de saúde, por exemplo: enfermeiros, psicólogos, podologistas, fisioterapeutas, nutricionistas, técnicos de radiologia, técnicos de análises clínicas, informáticos de saúde, entre outros.

Utentes de Unidades de Saúde (Públicas e Privadas)	Pessoas que são citadas como utentes, isto é, utilizadores (ou até mesmo clientes, de acordo com uma perspetiva de mercado) de hospitais, clínicas privadas, centros de saúde ou outros locais de prestação de cuidados de saúde.
Dirigentes de Instituições ou Grupos de Investigação em Ciências Médicas	Pessoas que são citadas pelos cargos diretivos que ocupam em unidades ou grupos de investigação na área da Medicina.
Investigadores de Instituições ou Grupos de Investigação em Ciências Médicas	Pessoas que são citadas pelas funções de investigação científica que realizam em unidades ou grupos de investigação na área da Medicina.
Programas ou grupos de trabalho específicos em determinada área da Saúde com tutela do Governo	Citações (gerais ou individuais) de programas tutelados pelo Ministério da Saúde, nomeadamente pela Direção Geral de Saúde ou o Alto Comissariado da Saúde.
Programas ou grupos de trabalho específicos em determinada área da Saúde sem tutela do Governo	Citações (gerais ou individuais) de programas ou grupos de trabalho que unem médicos, investigadores, empresas, universidades e várias entidades públicas e privadas.
Associações Profissionais na área da Medicina	Citações (gerais ou individuais) de associações de médicos, com objetivos que podem passar, entre outros, pela socialização da classe profissional, pela consolidação da ética e deontologia profissional, pela monitorização da formação médica e pela regulação do ato médico. A mais representativa associação profissional médica portuguesa é a Ordem dos Médicos.
Associações Sindicais na área da Medicina	Citações (gerais ou individuais) de associações que têm como principal objetivo a defesa dos interesses e direitos dos médicos como trabalhadores. Em Portugal, dois exemplos são o SIM (Sindicato Independente dos Médicos) e a FNAM (Federação Nacional dos Médicos).
Sociedades Científicas na área da Medicina	Citações (gerais ou individuais) de associações de médicos de determinadas especialidades médicas visando, de um modo geral, reunir os médicos que se dedicam particularmente a este ramo, estreitando as relações e a cooperação científicas, o que permite estimular a investigação e, assim, aumentar e melhorar a produção científica nessa área.
Doentes com determinada patologia	Pessoas que são citadas por serem afetadas por determinada doença.

Familiares de doentes com determinada patologia	Pessoas que são citadas por serem familiares de doentes.
Associações de Doentes e Familiares de Doentes	Citações individuais ou coletivas de associações que reúnem doentes ou familiares de doentes com múltiplos objetivos, tais como: sensibilizar e alertar para determinada doença; apoiar e informar os doentes e familiares; exercer pressão para a obtenção de determinados bens ou direitos junto das forças políticas e económicas; promover a investigação sobre a doença.
Organização Mundial de Saúde	Citações de documentos ou membros da Organização Mundial de Saúde (OMS), uma instituição especializada das Nações Unidas, cujo objetivo é atingir a nível internacional a melhor qualidade de saúde possível.
Cidadão comum ou grupos de cidadãos (unidos sem ser por motivos de saúde)	Citações de indivíduos ou grupos de indivíduos que, como elementos da sociedade, e não pelo facto de terem algum problema ou profissão na área da saúde, trazem informação para a peça jornalística.
Economistas	Pessoas que são citadas devido à atividade profissional na área da Economia.
Sociólogos	Pessoas que são citadas devido à atividade profissional na área da Sociologia.
Governo e outras personalidades e estruturas Políticas	Pessoas que são citadas por exercerem funções políticas na área da Saúde (incluindo o Ministério da Saúde e Administração Central e Regionais de Saúde) ou noutras áreas, quer no Governo, na Presidência da República, na Assembleia da República, em órgãos autárquicos e noutras estruturas políticas ou partidárias.
INFARMED	Citações de documentos ou de dirigentes do INFARMED – Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde. Este é um instituto público integrado na administração indireta do Estado, ligado ao Ministério da Saúde. Tem por missão regular e supervisionar os sectores dos medicamentos, dispositivos médicos e produtos cosméticos e de higiene corporal.
Indústria Farmacêutica	Declarações das empresas ou instituições da área farmacêutica – fabricantes, distribuidores, farmácias, associações profissionais (por exemplo, a APIFARMA, Associação Portuguesa da Indústria Farmacêutica) – ou citações de pessoas que exercem funções de gestão ou comunicação em empresas ou instituições da área farmacêutica – dirigentes, gestores, farmacêuticos, responsáveis pela comunicação e marketing, diretores de comunicação, delegados de informação médica, entre outros.

Investigadores, profissionais ou docentes ou na área das Ciências Farmacêuticas	Citações de pessoas dedicadas à investigação ou à docência na área farmacêutica, bem como indivíduos que desempenham funções como farmacêuticos em qualquer instituição ou empresa.
Congressos médicos de âmbito científico ou profissional	Citações dos organizadores dos congressos ou do respetivo programa.
Meios de comunicação social para o público em geral	Citações de informação publicada em meios de comunicação social destinados ao público em geral.
Meios de comunicação especializados para profissionais médicos	Citações de informação publicada em meios de comunicação de carácter especializado e destinados exclusivamente aos médicos.
Jornais ou revistas científicas e estudos científicos	Citações de informação publicada em jornais e revistas de carácter científico ou de outras publicações ou apresentações de estudos científicos. É de salientar que a maior parte destes estudos são apoiados/financiados pela Indústria Farmacêutica. Mais: muitos deles são específicos em relação à molécula específica de determinado fármaco.
Agências noticiosas	Citações de dados provenientes de empresas jornalísticas especializadas em divulgar informação para os meios de comunicação social, como por exemplo a Lusa, em Portugal.
Juristas e publicações de âmbito jurídico ou legal e documentos ou personalidade de ética	Citações de juristas ou dados provenientes de documentos com carácter legal, por exemplo o Diário da República.

Em relação às formas de citação, a pesquisa foi direcionada para a forma como os jornalistas apresentam o que as fontes de informação dizem, isto é, de que modo fazem as citações nos textos jornalísticos. Daqui se poderão retirar algumas conclusões, dado que, normalmente, "o recurso a citações em discurso direto torna mais fluida a narrativa, mais atraente o texto, mais leve a leitura e, sobretudo, mais credível o texto" (SOUSA 2006: 363). Por outro lado, "o discurso indireto responsabiliza mais o jornalista pela forma como enuncia o que a fonte diz. É o que acontece na paráfrase" (SOUSA 2006: 363). Além disso, "em certas ocasiões, ocorrem no discurso jornalís-

tico formas híbridas entre o discurso direto e o indireto" (SOUSA 2006: 363) que, neste estudo, surgem incluídas na categoria "discurso misto", como se pode verificar na tabela abaixo.

Tabela 12 - Formas de citação dos atores sociais usados como fontes de informação

Discurso Direto	O jornalista reproduz as declarações das fontes sob a forma de citações – entre aspas.
Discurso Indireto	O jornalista utiliza as suas próprias palavras para reconstituir aquilo que a fonte disse – sem aspas.
Discurso Misto	Texto jornalístico em que se conjugam as citações (discurso direto), com as paráfrases (discurso indireto).

Finalmente, quanto às fórmulas de tratamento das fontes de informação, interessa verificar se a referência é apenas ao nome e apelido ou se estes são precedidos pelo título académico, como descrito na tabela seguinte. Na maioria dos meios jornalísticos, as normas de estilo apontam para a não colocação dos títulos académicos, pelo que, para a caraterização dos jornais de informação médica, é importante analisar a observância ou não desta regra.

Tabela 7 - Fórmulas de tratamento dos atores sociais usados como fontes de informação

Não utilização de títulos académicos	Não colocação da designação Professor(a)/ Prof.(ª), Doutor(a)/ Dr.(a), Engenheiro(a)./ Eng.º(ª) ou outros títulos académicos antes do nome do sujeito referido ou citado.
Utilização de títulos académicos	Colocação da designação Professor(a)/ Prof.(ª), Doutor(a)/ Dr.(a), Engenheiro(a)./ Eng.º(ª) ou outros títulos académicos antes do nome do sujeito referido ou citado.

Publicidade

Dado que a publicidade é a principal fonte de receita dos jornais de informação médica e sendo que uma das perguntas de investigação é mesmo relativa à consequência desta dependência nestes meios, é imprescindível uma análise desta dimensão: a publicidade. Embora a análise da publicidade nos jornais de informação médica pudesse ser, por si só, merecedora de uma análise completa, dado que este não é o tema central da investigação,

houve necessidade de cingir a pesquisa aos pontos considerados fundamentais. Desta forma, surgiram as seguintes variáveis relativas à publicidade: a tipologia de anunciantes, a colocação dos anúncios no jornal, o tamanho dos anúncios, a publicidade na primeira página, a relação quantitativa entre publicidade e peças jornalísticas e as situações discursivas de cruzamento entre conteúdos editoriais e publicitários. Para todas estas variáveis foram criadas categorias de análise, como se verá seguidamente.

Em relação à identidade dos anunciantes, as categorias criadas abrangem não só as empresas da área farmacêutica, mas outros potenciais interessados em publicitar os seus produtos ou serviços nas páginas dos jornais de informação médica. Todas estas categorias são enumeradas e definidas no quadro abaixo.

Tabela 14 - Publicidade: anunciantes

Medicamentos específicos	Publicidade a um determinado medicamento.
Grupo de medicamentos da mesma empresa farmacêutica	Publicidade a um grupo de medicamentos produzido por determinada empresa farmacêutica, tendo em comum: serem destinados à mesma patologia ou ao mesmo público-alvo; pertencerem à mesma categoria terapêutica ou apenas serem um sector dessa mesma empresa (por exemplo, medicamentos genéricos).
Empresa farmacêutica	Publicidade a determinada empresa farmacêutica, numa perspetiva abrangente e institucional.
Equipamentos e utensílios médicos	Publicidade a equipamentos e utensílios que os médicos utilizam na prática clínica.
Prestação de serviços na área médica	Publicidade à prestação de serviços aos quais os médicos podem recorrer na prática clínica.
Livros e publicações na área médica	Publicidade a livros ou outras publicações (periódicas ou não) na área da Medicina.
Congressos e eventos na área médica	Publicidade a congressos científicos ou profissionais na área da Medicina.
Ensino médico	Publicidade a instituições de ensino (público ou privado), cursos de graduação ou pós-graduação na área da Medicina e formações específicas, de curta ou longa duração, também na área médica.

Unidades de Saúde	Publicidade a hospitais e outras unidades saúde, públicas e privadas, incluindo aluguer ou venda das mesmas e anúncios de emprego.
Associações médicas	Publicidade a Associações Profissionais, Sindicais e Sociedades Científicas, desde que sejam da área da Medicina.
Causas e campanhas de solidariedade dirigidas aos médicos	Publicidade a causas ou campanhas de solidariedade, envolvendo especificamente os profissionais de Medicina.
Produtos, serviços e empresas fora da área médica	Publicidade a qualquer produto, serviço ou empresa que não estejam relacionados especificamente com a área da Medicina.
Autopromoção	Publicidade ao próprio jornal, à respetiva edição *online* ou a outras publicações do grupo editorial a que pertence.

O estudo da colocação dos anúncios no jornal é igualmente pertinente e levou à categorização: exposta na tabela seguinte. A sua análise permite obter inferir sobre a importância que é dada à publicidade nestas publicações, pois sabe-se que existem localizações privilegiadas para os assuntos considerados mais relevantes e que, por isso, se querem destacar.

Tabela 15 - Publicidade: colocação dos anúncios no jornal

Primeira página	Anúncios colocados na primeira página.
Páginas ímpar	Anúncios colocados nas páginas ímpares.
Páginas pares	Anúncios colocados nas páginas pares.
Última página	Anúncios colocados na última página.

Relativamente à disposição dos anúncios colocados na primeira página do jornal, a sua análise tem o mesmo objetivo: perceber o valor que é dado à publicidade pelos editores do jornal. Neste caso, criaram-se categorias para definir as várias possibilidades de colocação de anúncios naquela que é a montra do jornal e onde só cabem as matérias mais merecedoras de destaque.

Tabela 16 - colocação dos anúncios na primeira página do jornal

Topo superior da página	Anúncios colocados na parte superior da página.
Topo inferior da página	Anúncios colocados na parte inferior da página.
Centro da página	Anúncios colocados no centro da página.

Para analisar a dimensão dos anúncios nestas publicações, utilizou-se como unidade de medida a página de jornal, criando-se as categorias descritas na tabela seguinte. Também esta vertente permite concluir acerca da importância da publicidade para estes jornais.

Tabela 17 - Publicidade: tamanho dos anúncios em relação à página do jornal

Duas páginas inteiras	Anúncios que ocupam duas páginas inteiras do jornal.
Entre uma e duas páginas	Anúncios que ocupam entre uma e duas páginas do jornal.
Página inteira	Anúncios que ocupam uma página inteira do jornal.
Meia página	Anúncios que ocupam meia página do jornal.
Entre um quarto de página e meia página	Anúncios que ocupam entre um quarto de página e meia página do jornal.
Menor que um quarto de página	Anúncios que ocupam menos que um quarto de página do jornal.

Esta medição também foi realizada nos anúncios que surgem colocados na primeira página de cada jornal, com a diferença que a categoria de medida maior é a página inteira, como se pode constatar na tabela seguinte. Tal como nos casos anteriores, podem tirar-se conclusões sobre a importância da publicidade para estes meios.

Tabela 18 - Publicidade: tamanho dos anúncios em relação à primeira página do jornal

Página inteira	Anúncios que ocupam uma página inteira do jornal.
Meia página	Anúncios que ocupam meia página do jornal.
Entre um quarto de página e meia página	Anúncios que ocupam entre um quarto de página e meia página do jornal.
Menor que um quarto de página	Anúncios que ocupam menos que um quarto de página do jornal.

Na quantificação da relação entre os conteúdos editoriais e publicitários dos jornais, contou-se e comparou-se o número de páginas. Assim, foram contabilizadas as páginas de publicidade e as páginas de conteúdos editoriais de cada um dos dois jornais. Como resultado, obtiveram-se percentagens reveladoras do impacto publicitário nestes meios.

Por forma a colmatar as lacunas que uma observação meramente quantitativa possui, realizou-se uma breve incursão pela análise qualitativa da relação entre conteúdos editoriais e publicidade. Deste modo, procuraram-se nos jornais estudados alguns exemplos para as situações discursivas cujas categorias se descrevem na tabela seguinte.

Tabela 9 - Conteúdos editoriais *vs.* publicidade

Problemas de "Vizinhança"	Colocação de publicidade junto de textos com conteúdos relacionados.
Fronteiras	Distinção entre conteúdos editoriais e publicitários: Em termos visuais e gráficos A separação de matérias pode ser feita usando-se vários elementos gráficos, tais como os espaços em branco, os filetes separadores, a cor, as molduras, os recortes, fundos heterogéneos, entre outros. Em termos textuais Por vezes, há um aproveitamento indevido dos formatos jornalísticos para atingir objetivos não informativos, como, por exemplo, comerciais ou de marketing. Neste sentido, interessa pesquisar a existência de textos publicitários camuflados sob a aparência de peças jornalísticas.

Referências Diretas e Cruzadas	Considera-se referência direta a indicação do nome de determinados compostos e medicamentos. A referência cruzada é relativa, por exemplo, à alusão aos laboratórios farmacêuticos que são patrocinadores de eventos noticiados, bem como várias campanhas de divulgação e ações de rastreio de determinadas doenças, em que surge, de forma indireta a alusão a determinado produto ou serviço.

Iconografia

A imagem é um dos aspetos essenciais dos meios impressos, pelo que, além dos textos, é crucial, numa análise de um produto jornalístico, ter em conta esta realidade. Deste modo, é evidente a necessidade de abordar, mesmo que de um modo sintético, alguns aspetos aqui designados de uma forma ampla por iconografia, incluindo, assim, as várias tipologias de imagem. Isto porque, tal como afirma Jorge Pedro Sousa, "a fotografia é o principal veículo de informação não textual que se encontra nos jornais e revistas. Mas podem-se encontrar outras imagens no discurso jornalístico, como sejam os desenhos ilustrativos de pessoas e acontecimentos, os infográficos e os *cartoons* jornalísticos" (SOUSA 2006: 372).

Para conhecer o tipo de imagens que estes jornais utilizam nas suas páginas, procedeu-se à análise da dimensão iconográfica destes meios. Para tal, criaram-se as categorias de imagens descritas na tabela seguinte e procedeu-se à respetiva identificação nos jornais em análise.

Tabela 20 - Iconografia

Fotografia	Modelo de captação de imagens fotográficas destinado a fazê-las chegar a um público, através de publicações mediáticas. Representa uma componente básica do estilo informativo e gráfico do jornal.
Infografia	Estratagemas gráficos envolvidos na exposição de informação complexa, através da conjugação do texto com vários elementos visuais. Os infográficos, além do texto, podem integrar diversos componentes visuais: tabelas; gráficos de barras, circulares ou lineares; diagramas; gráficos retilíneos ou curvilíneos; organigramas; mapas; fotografias; ícones; símbolos, entre outros.
Gráficos	Representações visuais de dados ou valores numéricos, facilitando a compreensão dos mesmos.

Cartoons	Desenho humorístico ou satírico que procura, geralmente, representar crítica e humoristicamente situações de atualidade e/ou os seus protagonistas, tendo por objetivo opinar e interpretar a realidade social, transmitindo sobre ela um determinado ponto de vista.
Ilustrações	Desenhos utilizados para acompanhar, explicar ou pormenorizar informação escrita.

Dado que a fotografia é o elemento iconográfico predominante nestes jornais, procedeu-se a uma análise mais detalhada da mesma. Um dos pontos que se considerou pertinente estudar foi relativo aos temas – locais, indivíduos ou coisas – representados nas fotografias, pois podem dar pistas importantes para qualquer uma das três principais perguntas de investigação. Aliás, como refere Jorge Pedro Sousa, "não podemos considerar os sujeitos actantes nas fotografias como fontes de informação no sentido tradicional do termo, embora aportem informação (conotações) para o recetor" (SOUSA 1998: 152). Sendo assim, enquadraram-se os sujeitos e objetos fotografados nas categorias referidas na tabela seguinte.

Tabela 10 - Fotografia: sujeitos e objetos fotografados

Atores sociais entrevistados, citados ou referidos no texto	Fotografias de pessoas específicas.
Instituições ou locais referidos no texto	Fotografias de instalações específicas.
Médicos em ambiente hospitalar, consultas e outros atos médicos	Fotografias que representem médicos em ambiente hospitalar, uma consulta ou outro ato médico, como, por exemplo, a realização de um exame de diagnóstico.
Profissionais de saúde não médicos	Fotografias que representem enfermeiros, psicólogos ou outros profissionais de saúde no exercício da prática clínica.
Operações e outros atos cirúrgicos	Fotografias de operações ou quaisquer intervenções cirúrgicas.
Audiências de congressos, reuniões e outros eventos médicos	Fotografias do público de congressos, reuniões e outros eventos médicos.

Produtos culturais (livros, pinturas, escultura, música) de e/ou para médicos	Fotografias de quadros, esculturas, músicos, livros incluídos na temática médica ou escritos por médicos.
Utentes e/ ou doentes com determinada patologia	Fotografias de utilizadores (identificados ou anónimos) de hospitais, clínicas privadas, centros de saúde ou outros locais de prestação de cuidados de saúde e/ou fotografias de indivíduos ou grupos de indivíduos (identificados ou anónimos) que sejam afetados por determinada doença.
Logótipos e símbolos da Indústria Farmacêutica	Fotografias de logótipos e símbolos de empresas da área Farmacêutica.
Medicamentos	Fotografias de medicamentos específicos (embalagem e/ou conteúdo) ou indiferenciados.
Equipamentos e utensílios médicos	Fotografias de objetos utilizados habitualmente pelos médicos na prática clínica.
Imagiologia médica	Imagens fotográficas provenientes de meios tecnológicos de recolha de dados imagéticos do interior do corpo humano, utilizados como auxiliares no diagnóstico médico, como por exemplo: radiologia, ecografia, tomografia axial computorizada, ressonância magnética, entre outros.
Jornais, revistas ou outros documentos escritos	Fotografias de jornais e revistas, sejam publicações científicas, profissionais ou para o público em geral ou outros documentos em formato impresso.
Corpo Humano	Fotografias de parte ou totalidade do corpo humano.
Pessoas indiferenciadas	Fotografias de indivíduo ou grupo de indivíduos, indefinidos e anónimos.
Objetos não ligados à prática médica	Fotografias de quaisquer objetos não incluídos em nenhuma das categorias anteriores e não ligados à prática médica.
Cartazes de eventos médicos	Fotografias de cartazes de programas de eventos médicos.
Logótipos e símbolos de Associações Médicas	Fotografias de logótipos e símbolos de associações profissionais, sindicais ou científicas da área médica.

A dimensão da fotografia é reveladora de opções editoriais pertinentes para os objetivos desta investigação, pelo que, utilizando como unidade de medida a página do jornal, criaram-se as categorias abaixo relatadas.

Tabela 22 - Fotografia: dimensão em relação às páginas do jornal

Menor que um quarto de página	Fotografias que ocupam menos que um quarto de página.
Entre um quarto de página e meia página	Fotografias que ocupam entre um quarto de página e meia página.
Superior a meia página	Fotografias que ocupam mais do que meia página.
Página inteira	Fotografias que ocupam uma página inteira.

De igual modo, a localização da fotografia na página diz muito sobre a importância que lhe é atribuída, pelo que também foi analisada. As três categorias estabelecidas para caraterizar a localização das fotografias estão apontadas na tabela que se segue.

Tabela 23- Fotografia: localização das fotografias em cada página do jornal

Topo superior da página	Fotografias colocadas na parte superior da página.
Topo inferior da página	Fotografias colocadas na parte superior da página.
Centro da página	Fotografias colocadas no centro da página.

Também o estudo da localização da fotografia no jornal pode fornecer dados pertinentes sobre o seu valor, nomeadamente na primeira e na última página, o que também foi estudado.

9.3.2.2 Entrevistas semiestruturadas

A entrevista semiestruturada é um método de investigação a partir do qual se recolhe o testemunho do entrevistado, utilizando um guião da entrevista, isto é, um conjunto flexível de tópicos a abordar e questões a colocar, de modo a obter respostas para determinadas perguntas de pesquisa. Apesar de o entrevistador ter as perguntas previamente preparadas, a ordem das mesmas pode ser alterada, algumas podem nem ser colocadas, outras podem surgir durante a entrevista e há ainda a possibilidade de aprofundar algumas dessas questões.

Sendo uma ferramenta apropriada para reunir com um número limitado de entrevistados-chave, esta adequa-se perfeitamente à presente investigação, tal como se verá na explicação acerca do uso de entrevistas semiestruturadas ou semi-diretivas como um dos métodos de pesquisa. Antes disso, porém, será efetuada uma breve revisão de literatura sobre este método, de modo a perceber-se em que consiste e quais as suas vantagens e limitações. Depois irá explicar-se detalhadamente a aplicação deste método nesta investigação em concreto.

Revisão de literatura

As entrevistas semiestruturadas (ou semi-diretivas) baseiam-se num guião elaborado pelo entrevistador, mas permitem que o entrevistado tenha alguma liberdade para desenvolver as respostas de uma forma flexível e aprofundada. Como explica Jorge Pedro Sousa:

> estruturam-se em torno de núcleos temáticos que devem ser desenvolvidos metodicamente até se esgotarem. (...) A entrevista em profundidade pode, inclusivamente, não se limitar exclusivamente aos tópicos preparados. Várias questões podem surgir com o decorrer da entrevista (SOUSA 2006: 378).

Por seu turno, Áurea Conde regista:

> na entrevista semiestruturada, o investigador tem uma lista de questões ou tópicos a ser cobertos (guião de entrevista), mas a entrevista em si permite uma relativa flexibilidade. As questões podem não seguir exatamente a ordem prevista no guião e poderão, inclusivamente, ser colocadas questões que não se encontram no guião, em função do decorrer da entrevista. Mas, em geral, a entrevista seguirá o que se encontra planeado (CONDE 2008).

Neste sentido, a entrevista semidiretiva responde a duas exigências que podem parecer contraditórias: "o informante tem a possibilidade de discorrer sobre suas experiências, a partir do foco principal proposto pelo pesquisador; ao mesmo tempo que permite respostas livres e espontâneas

do informante, valoriza a atuação do entrevistador" (LIMA *et al.* 1999: 131). Assim, permite que o próprio entrevistado estruture o seu pensamento em torno do objeto perspetivado, porém, a definição do objeto de estudo elimina do campo de interesse diversas considerações do entrevistado e exige intervenções do entrevistador para o aprofundamento de alguns pontos (*Cf.* RUQUOY 2005: 87).

Em suma, as principais caraterísticas da entrevista semiestruturada, são as seguintes: há um guião previamente preparado com linhas orientadoras da entrevista; diversos participantes respondem às mesmas questões; não exige uma ordem rígida nas questões; adapta-se a entrevista ao entrevistado e há um elevado grau de flexibilidade na exploração das questões e permite introduzir novas questões. Entre as mais-valias normalmente associadas a este método de investigação estão, precisamente: a sua flexibilidade e adaptação, a capacidade de aprofundar determinados assuntos, a oportunidade de questionar e a riqueza interpretativa.

Por tudo isto, atribuem-se várias vantagens a este método de investigação. Na verdade, a entrevista "coloca o entrevistador em contacto direto com o inquirido e permite que o primeiro retire conclusões, não só sobre os elementos discursivos da resposta, mas também sobre a espontaneidade do inquirido, os temas que mais lhe custaram responder e meios encontrados por estes para tornear perguntas incómodas" (ROSA 2006: 62).

"A interação entre o entrevistador e o entrevistado favorece as respostas espontâneas" (BONI e QUARESMA 2005). Tal sucede devido a "uma abertura e proximidade maior entre entrevistador e entrevistado, o que permite ao entrevistador tocar em assuntos mais complexos e delicados, ou seja, quanto menos estruturada a entrevista maior será o favorecimento de uma troca mais afetiva entre as duas partes" (BONI e QUARESMA 2005).

Entre os principais benefícios das entrevistas semiestruturadas, contam-se os seguintes: "a possibilidade de acesso a uma grande riqueza informativa (contextualizada e através das palavras dos atores e das suas perspetivas);

a possibilidade do/a investigador/a esclarecer alguns aspetos no seguimento da entrevista, o que a entrevista mais estruturada ou questionário não permitem" (CONDE 2008).

Contudo, este método tem as suas limitações, uma das quais é destacada por Danielle Ruquoy. Esta alerta que a entrevista semiestruturada pode originar "ilusão da transparência", isto é, "o que as pessoas afirmam sobre as suas práticas não é suficiente para revelar as lógicas que as subentendem" (RUQUOY 2005: 88). "Embora a entrevista permita aceder às representações dos sujeitos (quer se trate de opiniões, de aspirações ou de perceções), só de forma imperfeita dá informações sobre as suas práticas" (RUQUOY 2005: 88), explica.

Valente de Oliveira afirma que o entrevistado pode distorcer as respostas exagerando-as ou salientando aspetos menos importantes, pelo que não é razoável esperar obter numa entrevista com uma pessoa, toda a informação necessária dessa pessoa (*Cf.* OLIVEIRA 2000). Além disso, o mesmo autor aponta outras possíveis limitações deste método: a entrevista centra-se sobre o que indivíduo faz e não avalia as relações do indivíduo com o seu grupo; as eventuais ideias pré-concebidas do entrevistador podem distorcer a análise dos resultados da entrevista; a entrevista assume que o trabalho de um indivíduo é invariante no tempo (*Cf.* OLIVEIRA 2000). Como conclui, "a informação recolhida é incompleta, contém contradições e ambiguidades" (OLIVEIRA 2000).

Já para outros autores, como é o caso de Rui Fernandes, entre as maiores dificuldades encontra-se "a preparação do entrevistador. Neste tipo de entrevista, o entrevistador deve estar muito bem preparado e identificado com a temática e todos os seus envolvimentos, de modo a ter a capacidade de reagir intervindo, melhorando, aperfeiçoando, explorando outras vias de obter informação, recorrendo à alteração, acrescento ou redução de questões" (FERNANDES 2009).

Igualmente assinalado como um problema está o caráter restritivo da quantidade de sujeitos que é possível entrevistar, devido ao tempo e alguns custos envolvidos, podendo-se questionar a eventual representatividade dos entrevistados, particularmente para grupos sociais e beneficiários. Como comenta Jorge Pedro Sousa, "o elevado tempo que se despende a realizar entrevistas em profundidade leva a que estas geralmente se utilizem apenas quando as amostras de pessoas a entrevistar são pequenas ou então que se utilizem mais como fator de confirmação e esclarecimento de certos dados do que como método isolado de obtenção de informações" (SOUSA 2006: 379).

Quanto à análise dos dados recolhidos, os principais problemas encontrados são relativos às tarefas árduas e ambíguas que esta implica: a transcrição das entrevistas, a interpretação das mesmas, a eventual construção de categorias, a busca do material empírico relevante e a interferência da subjetividade. Por tudo isto, a informação deve ser verificada, pelo que as entrevistas, geralmente, são combinadas com outras ferramentas analíticas. Então, de modo a garantir a validade e fiabilidade dos dados obtidos através da entrevista, o normal é fazerem-se triangulações, isto é, encontrar convergência noutras fontes de informação, quer com diferentes investigadores, quer com diferentes métodos. A propósito, Jorge Pedro Sousa observa que "normalmente, a entrevista em profundidade usa-se em articulação com outros métodos" (SOUSA 2006: 379). "A entrevista em profundidade pode ser usada no contexto de um estudo de caso sobre a produção de informação num determinado jornal" (SOUSA 2006: 379), exemplifica. Então, a entrevista assume, na maioria das vezes, uma função complementar em relação a outros métodos, que, no caso da presente investigação, passa, principalmente, pela análise de conteúdo.

Quais são, então, as aplicações deste método? De um modo geral, a entrevista permite recolher diferentes tipos de informação: factos e informações para verificação de factos, opiniões e perspetivas, análises e sugestões. Neste sentido, Jorge Pedro Sousa declara que a sua principal vantagem "reside na

possibilidade de se obterem informações pormenorizadas e aprofundadas sobre valores, experiências, sentimentos, motivações, ideias, posições, comportamentos, etc. dos entrevistados" (SOUSA 2006: 378).

Para Valente de Oliveira, as entrevistas são particularmente adequadas para obter: opiniões, o que é útil pois estas podem revelar problemas críticos escondidos nos factos; impressões gerais sobre o sistema atual, o que pode ajudar, por exemplo, a compreender a cultura de uma organização; objetivos pessoais e organizacionais; procedimentos ou processos informais (*Cf.* OLIVEIRA 2000).

Depois de abordados todos estes aspetos relativos à entrevista semiestruturada ou semi-diretiva, veja-se quais são os procedimentos principais para a sua aplicação. Pode afirmar-se que existem três etapas: a preparação da entrevista, a aplicação da entrevista e o tratamento e interpretação dos dados obtidos na entrevista. Começando pela fase que antecede a entrevista, "o entrevistador deve preparar-se para a mesma, assegurando-se que está bem informado sobre a temática em investigação, para que possa colocar questões relevantes e manter o controlo sobre a entrevista" (FERNANDES 2009). Depois, deve definir-se a "dimensão e natureza da amostra, bem como ao método para selecionar os entrevistados adequados aos objetivos da investigação", bem como "pensar no local onde decorrerão as entrevistas" (FERNANDES 2009).

Na segunda fase, da aplicação da entrevista, há também cuidados especiais a ter em conta. Devem criar-se "condições favoráveis ao conforto dos entrevistados e iniciar a entrevista com tópicos de adaptação e introdução à mesma, manifestando sensibilidade, interesse e respeito pelas respostas dos entrevistados" (FERNANDES 2009). Por outro lado, como refere Jorge Pedro Sousa, "as entrevistas em profundidade devem ser registadas em vídeo ou áudio, com consentimento do entrevistado, para posterior registo, categorização e interpretação dos dados recolhidos. Os dados recolhidos devem ser registados, sistematizados e categorizados para posterior análise e interpretação" (SOUSA 2006: 379).

Igualmente importante é o reforço da explicação do propósito da entrevista, sendo decisivas as capacidades do entrevistador. Este deve ter um conhecimento profundo dos tópicos e problemas contemplados na entrevista. Além disso, deve dominar a técnica de entrevista, ou seja: saber ouvir e manter o ritmo da conversa, ser reativo, aprofundar os assuntos desejados, controlar o curso da entrevista. Igualmente importante é linguagem utilizada pelo entrevistador, bem como a forma como coloca as perguntas e de que forma estabelece a sequência das mesmas.

Aplicação das entrevistas semiestruturadas na investigação

As entrevistas semiestruturadas surgem nesta investigação com dois objetivos diferentes: propiciar dados pertinentes sobre os jornais de informação médica e auscultar a perspetiva das empresas da área farmacêutica acerca destes e outros meios de comunicação. Sendo assim, foram ouvidos três grupos de entrevistados: diretores dos jornais de informação médica, chefes de redação dos jornais de informação médica e diretores de comunicação ou outros responsáveis por esta área de empresas do setor farmacêutico.

Havendo consciência do interesse desta informação qualitativa, complementar a outros dados quantitativos entretanto obtidos durante a investigação, passou-se para idealização de questões, agrupadas em blocos temáticos, a serem colocadas na entrevista tendo em conta a base teórica da investigação e as informações já recolhidas. Além do referido caráter complementar, também houve uma perspetiva exploratória, para obter informação nova. Em ambos os casos, pretendeu-se que as entrevista fornecessem materiais suscetíveis de auxiliar o processo de investigação.

O passo seguinte seria identificar, selecionar e contatar os entrevistados. Ao nível dos jornais de informação médica, a tarefa não causou grandes problemas, dado que nenhum dos visados – diretores e chefes de redação à data (2010) – recusou a entrevista. Neste caso, resultaram três entrevistados: José Antunes, diretor do jornal "Tempo Medicina", Teresa Mendes, chefe de redação do jornal "Tempo Medicina" e Miguel Múrias Mauritti, diretor do

"Jornal Médico de Família" e que respondeu também às questões relativas ao chefe de redação, pois assumiu que embora não constasse na ficha técnica, esta também era a sua incumbência.

Relativamente aos entrevistados da área farmacêutica, o processo foi muito mais complicado. Após uma pesquisa completa dos contatos das empresas da área farmacêutica em Portugal, procedeu-se ao pedido de entrevista para as mesmas, explicando minuciosamente o objetivo da mesma. A forma privilegiada de contato inicial foi o correio eletrónico - *email*, mas dada a baixa taxa de resposta, enviaram-se novamente os pedidos por correio postal e, nalguns casos, a investigadora deslocou-se a Lisboa e deixou, por mão própria, o requerimento e respetivo guião da entrevista nalgumas destas empresas.

Como balanço final, obtiveram-se: três respostas positivas; uma refutação declaradamente negativa; algumas respostas confirmando disponibilidade, mas depois adiando e cancelando sucessivamente e, a maioria, não dando qualquer réplica. Desta forma, acabaram por ser três os entrevistados representantes da área da comunicação das empresas farmacêuticas com representação em Portugal: João Gil, *Business Development Manager* da *Abbott*; João Pereira, Assessor de Comunicação da *Roche Farmacêutica* e Fernando Santos, responsável pela área cardiovascular da companhia *Bayer*.

Apesar do reduzido número de pessoas entrevistadas a nível das empresas farmacêuticas, é aqui invocado o seguinte pressuposto:

> nos estudos qualitativos interroga-se um número limitado de pessoas, pelo que a questão da representatividade, no sentido estatístico do termo, não se coloca. O critério que determina o valor da amostra passa a ser a sua adequação aos objetivos da investigação, tomando como princípio a diversificação das pessoas interrogadas e garantindo que nenhuma situação importante foi esquecida. Nesta ótica, os indivíduos não são escolhidos em função da importância numérica da categoria que representam, mas antes devido ao seu carácter exemplar (RUQUOY 2005: 103).

Neste caso, a disponibilidade dos entrevistados, a qualidade das informações obtidas nas entrevistas realizadas e a necessidade de limitar temporalmente a fase de execução das entrevistas fazem com que estas três entrevistas cumpram plenamente os objetivos pretendidos.

Antes da entrevista, os entrevistados foram colocados totalmente a par dos propósitos da mesma e do que se faria com os dados. Além disso, também se informou os entrevistados sobre o tempo de duração previsto para a realização da entrevista, de modo a acordar uma data e hora para a realização da mesma. Quanto ao local das entrevistas, estas foram conduzidas nos locais de trabalho dos protagonistas, para maior comodidade e disponibilidade dos mesmos. Por outro lado, as entrevistas foram gravadas em áudio, com a devida autorização dos entrevistados, para posterior transcrição e análise da informação obtida. Então, em seguida, descrevem-se as três tipologias de entrevistas realizadas

Diretores dos jornais de informação médica

As entrevistas aos diretores dos jornais de informação médica permitem obter respostas para muitas questões desta investigação, nomeadamente quanto à História e evolução das publicações, desde as origens à situação atual e dando uma perspetiva do futuro. Além disso, facultam o conhecimento destas empresas jornalísticas, isto é, os respetivos objetivos comerciais e editoriais, a estrutura organizativa, as fontes de lucro, a concorrência e o enquadramento setorial. Finalmente, facilitam a compreensão das funções que estas publicações pretendem cumprir junto do público-alvo, os médicos, bem como é sentida pelos diretores a dependência económica destas publicações em relação à indústria farmacêutica.

Em suma, as questões que fazem parte do guião da entrevista surgem agrupadas em sete blocos temáticos: historial do jornal, princípios editoriais, a redação, jornal como empresa, o público-alvo, financiamento do jornal, perspetiva setorial.

Chefes de redação dos jornais de informação Médica

Quanto às entrevistas aos chefes de redação dos jornais, estas viabilizam um maior conhecimento dos processos de produção jornalística nos jornais de informação médica. Assim, é escrutinada a estrutura da redação, bem como as principais rotinas jornalísticas, em particular, a política de agendamento e respetivos constrangimentos internos e externos à organização. Também em destaque estão as relações entre os jornalistas e os atores sociais que assumem o papel de fontes de informação. Além disso, é dada a visão destes profissionais acerca da articulação entre conteúdos editoriais e publicitários nos respetivos meios e a opinião dos jornalistas sobre a possível influência da indústria farmacêutica no trabalho desenvolvido. Por último, é explicada a função informativa, ou outras, dos jornais de informação médica.

Estes temas levantam perguntas que são agrupadas em quatro blocos temáticos: rotinas profissionais, estrutura organizacional, relação com fontes de informação e o produto jornalístico.

Profissionais de comunicação da indústria farmacêutica

Relativamente às entrevistas aos profissionais de comunicação da indústria farmacêutica, estas dão uma imagem do papel que os jornais de informação médica representam nas estratégias de comunicação destas empresas. Sendo assim, permitem aferir a postura das empresas da área farmacêutica como fontes de informação destas publicações, assim como a importância que atribuem à colocação de publicidade nas mesmas. Também é possível obter a visão destes profissionais sobre a função de informação para a prescrição dos jornais de informação médica, além de outras utilidades que estes possam ter junto dos médicos. Além de permitirem obter pistas para estes objetivos nucleares da investigação, aproveitou-se a entrevista para a colocação de questões relativas à comunicação da indústria farmacêutica em geral e ao papel social da mesma, dado que tal poderia ter utilidade para uma secção específica deste livro, o que veio a acontecer, como já se pôde verificar em páginas anteriores.

Em síntese, o guião da entrevista aglomera as questões em quatro blocos temáticos: investimento em comunicação, o valor da imprensa médica, os públicos-alvo e outros papéis da indústria farmacêutica.

Capítulo 10

OS JORNAIS DE INFORMAÇÃO MÉDICA: AS PUBLICAÇÕES "TEMPO MEDICINA" E "JORNAL MÉDICO DE FAMÍLIA"

Depois de explicitados os objetivos, os métodos de investigação e os antecedentes científicos que presidiram à operacionalização desta pesquisa, chegou a altura de se apresentarem os resultados obtidos. Sendo assim, neste capítulo apresentam-se respostas para a seguinte pergunta de investigação: como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal?

Os pontos subsequentes constituem, no seu conjunto, as vertentes dos jornais de informação médica que são considerados relevantes para a respetiva caracterização. Considera-se que a conjugação das informações recolhidas em todas estas frentes permite uma compreensão abrangente, aprofundada, sólida, completa e fundamentada sobre os jornais de informação médica.

10.1 História e evolução das publicações

Partindo do princípio que o conhecimento do passado é importante para a compreensão do presente, serão dados a conhecer os momentos mais importantes da História destas organizações jornalísticas. É de destacar que as informações apresentadas foram alcançadas através de entrevistas com os diretores dos jornais em 2010, complementadas, quando possível, por alguma pesquisa documental.

10.1.1 Origens

Como é que surgiu cada uma destas publicações? É o que observaremos de seguida, começando pelo caso do "Tempo Medicina", seguido da História do "Jornal Médico de Família".

"Tempo Medicina"

O jornal "Tempo Medicina" era, inicialmente, um suplemento do jornal semanário de informação geral "Tempo". Criado em 1975, o "Tempo" era um semanário da direita, dirigido por Nuno Rocha, cuja publicação cessou em 1990. O primeiro título a ser distribuído pela Vasp, empresa dedicada à distribuição de publicações fundada em 1975, acabaria por ser o semanário "Tempo", a este se juntando três meses mais tarde o "Expresso".

É em 1982 que no semanário "Tempo" se decide criar um suplemento de saúde, chamado "Tempo Medicina", que só mais tarde ganharia autonomia. De facto, entre 1984 e 1985 o núcleo duro de pessoas que fazia o suplemento comprou o título e constituiu a empresa Impremédica, que ainda existe e edita atualmente o jornal. Então, quando João Barroca, médico, assumiu a direção ficou clara a opção de fazer um jornal só para médicos. O diretor do "Tempo Medicina", José Antunes, médico, embora não tenha estado desde o início nessa publicação, ingressa nesse período como chefe de redação. Depois, foi, durante vários anos, diretor adjunto, acabando por tornar-se diretor em 1998, sendo que entre 2004 e 2005 teve como diretor adjunto o jornalista Diamantino Cabanas.

"Jornal Médico de Família"

Relativamente ao "Jornal Médico de Família", Miguel Mauritti, entrevistado pela investigadora, relatou: "o jornal foi criado em 1988 pelo médico Falcão Tavares, com o objetivo de difundir informação sobre os cuidados de saúde primários, dirigido aos sócios da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral (APMCG)" (MAURITTI 2010). A ligação ao projeto surge em 1999, quando Miguel Mauritti recebe um convite da Direção da APMCG, relançar o jornal, que entretanto havia cessado.

Nessa altura, o diretor era jornalista, mas também desenvolvia projetos editoriais. Como recordou, depois de elaborado o projeto para a publicação, perguntaram se não se importava de acompanhar a produção do primeiro número e assim fez. Ficou depois para o segundo, terceiro e acabou por ficar sempre à frente do jornal. Houve também, como realçou, particular cuidado com os aspetos legais, ou seja, com a lei da imprensa e com o estatuto do jornalista, pois "o jornal sendo um jornal órgão oficial da APMCG, tinha de ter um estatuto editorial que lhe permitisse ter independência editorial em relação à associação, isto é, não podia haver qualquer interferência" (MAURITTI 2010).

10.1.2 Etapas na evolução

A História destas publicações não é linear, sendo marcada por algumas etapas evolutivas que marcam e determinam o seu percurso até à atualidade. Observe-se o que se passou em cada um destes meios, de acordo com os seus diretores, dado que, tanto um, como outro, tinham estado presentes em todo o seu trajeto até à data.

"Tempo Medicina"

Relembrando a evolução do jornal "Tempo Medicina", José Antunes destacou: "de 1989 a 1995 o jornal passou por uma fase de afirmação: começámos a mostrar que era possível fazer diferente, nomeadamente do 'Notícias Médicas', mais antigo, cobrindo os acontecimentos de uma forma mais viva e atual. Segue-se uma fase em que se inicia a ida a congressos europeus, que até há bem pouco tempo, mais nenhum jornal médico português fazia. A partir de 1995 viveu-se uma fase de consagração, de determinação de equipas no jornal e formação de uma massa crítica" (ANTUNES 2010).

Outra fase considerada importante pelo diretor corresponde às mudanças ocorridas entre 2004 e 2005. De facto, em 2004, houve uma remodelação geral do jornal, com um novo estilo gráfico e editorial. Este último aspeto consiste em escrever menos em cada reportagem e de uma forma mais leve. Uma outra alteração a assinalar é que, em Janeiro de 2005, o jornal, que sempre foi semanal, passou a ser bissemanal. Isto porque o "jornal tinha

muitas páginas e, segundo estudos realizados, os médicos não teriam tempo e apetência para ler tantas páginas", além de que "houve mercado para isso" (ANTUNES 2010). Isto foi possível durante dois anos, mas "depois passou outra vez para semanário, porque o mercado começou a rarear e a ser mais complicado" (ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

O diretor do "Jornal Médico de Família", quando questionado sobre os marcos mais importantes na História do jornal até ao momento, não especifica nenhum momento em concreto. Pelo contrário, transmite a ideia de uma adaptação constante do jornal às necessidades do público-alvo: os médicos. Então, como admitiu, "todos os anos existem mudanças, quer no aspeto gráfico, quer em relação à geração de conteúdos e necessidades específicas do público-alvo" (MAURITTI 2010). Isto justificava-se, segundo o diretor do jornal, por estudos de audiência quantitativos e qualitativos que o meio desenvolvia. Assim, aplicavam-se "testes de leitura e inquéritos, para perceber se os textos são ou não extensos, se os médicos leem ou se não querem ler tanto, enfim, o que é que os médicos gostam" (MAURITTI 2010). Portanto, "nós ajustamos a produção jornalística às necessidades específicas implícitas e explícitas do público-alvo" (MAURITTI 2010), revelou Miguel Mauritti.

10.1.3 Situação em 2010

Em relação à situação vivida pelas duas publicações em análise, os diretores dão perspetivas diferentes, mas ambos abordam as lógicas de mercado e consequentes linhas editoriais que pautam as suas atuações.

"Tempo Medicina"

Acerca do momento que vivia o meio por si dirigido, José Antunes afirmou que sempre pretendeu "fazer o mesmo tipo de jornal, ou seja, a ideia editorial global é que o público-alvo são os médicos portugueses, com o que têm em comum, ou seja, a licenciatura em Medicina, e depois com o que têm de diferente" (ANTUNES 2010). Aliás, o diretor considerava que as diferenças geográficas, institucionais, culturais e individuais do público-alvo eram muitas, pelo que estes "pouco têm em comum, a não ser, de facto, a

licenciatura e o exercício da Medicina" (*Cf.* ANTUNES 2010). Perante este público-alvo, o objetivo do "Tempo Medicina" era "levar-lhes semanalmente uma visão do que acontece em saúde, sendo que a maior parte desta informação é elaborada por jornalistas e fotojornalistas" (ANTUNES 2010). Acerca destes últimos, José Antunes admitiu ser o único meio neste sector com fotojornalistas. Em termos de conteúdos, acrescentou que se destacam tanto entrevistas como acontecimentos que interessem aos médicos (ANTUNES 2010).

O diretor realçou que "os jornais mudaram muito, sendo que o "Tempo Medicina" não é exceção, pelo que este "começou por ser um jornal com mais detalhe na descrição das coisas e hoje em dia, dá uma abordagem mais sintética, pela rama, como toda a gente dá" (ANTUNES 2010). Aliás, como admitiu, o desenvolvimento com maior detalhe era feito na edição *online* do jornal, que tinha esta como "função principal, embora também se deem ali algumas notícias, que se sabem em primeira mão" (ANTUNES 2010). A propósito revelou que "a edição on-line era seguida por jornalistas especializados em saúde" e que estes anteriormente não citavam devidamente esta fonte de informação, mas que "ultimamente já citam" (ANTUNES 2010).

Finalmente, o jornal tinha uma outra vertente, que era considerada "importante e que é a componente de *reporting* de questões científicas" (ANTUNES 2010). Como explicou, neste caso, quem escreve são "apenas os redatores médicos". Contudo, "excecionalmente, os jornalistas estão habilitados a fazer esse *reporting* técnico, dado que se utilizam muitos conceitos médicos, compreensíveis apenas por jornalistas que trabalham há muito tempo na área, como é o caso do João Paulo Oliveira" (ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Em relação ao "Jornal Médico de Família", Miguel Mauritti começou por elucidar que "o jornal era distribuído por correio e tem cerca de 9 mil e 500 envios quinzenais" (MAURITTI 2010). Como explicou, "há cerca de 5 mil e 700 médicos de clínica geral em Portugal, pelo que os restantes exemplares eram enviados para instituições de saúde e universidades" (MAURITTI

2010). Além disso, o diretor aludiu à existência de "um outro tipo de distribuição que funciona muito bem, em articulação com a página na internet do jornal" (MAURITTI 2010). Conforme explicou, existia uma *mailing-list* para a qual era enviada a *newsletter* do jornal, sendo que esta representava um conjunto mais vasto do que a edição em papel. Por outro lado, havia um universo de três mil pessoas para informar por SMS, dependendo da relevância da informação, relatou o diretor.

Em relação aos conteúdos do "Jornal Médico de Família", Miguel Mauritti disse o seguinte: "tem notícias que interessam aos médicos. A maioria da informação interessa principalmente aos profissionais de saúde e nada ao resto da população" (MAURITTI 2010). Como elucidou, por um lado, havia uma abordagem técnica que interessa a um grupo específico e em determinadas circunstâncias. Por outro lado, tinha notícias que obviamente podiam não interessar somente a médicos, mas o jornal só é distribuído a profissionais de saúde (*Cf.* MAURITTI 2010). Então, "se maioritariamente são transmitidas informações que só interessam a profissionais de saúde, é certo que algumas dessas notícias também são difundidas pelos órgãos abertos à população em geral" (MAURITTI 2010).

10.1.4 Perspetivas de futuro em 2010

"Tempo Medicina"

Acerca do futuro do "Tempo Medicina", José Antunes considerava que "do ponto de vista editorial, o jornal continua a ter sentido, mantém uma lógica de existência inequívoca". Porém, como admitia, "será sempre condicionado pelo mercado que vier aí, do ponto de vista do investimento dos anunciantes, neste caso, da indústria farmacêutica". Além disso, revelava que estavam a "procurar encontrar oportunidades de mercado, algumas com um certo sucesso, mas não era fácil" (ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Acerca do futuro, Miguel Mauritti considerava muito gravosas as recentes regulamentações relativas à publicidade a medicamentos e admitia que "o jornal sobrevive porque tem parceiros institucionais que o ajudam"

(MAURITTI 2010). Referiu ainda "estar na calha um programa diário para a RTP na área do aconselhamento em saúde, generalista" (MAURITTI 2010). Quanto a uma eventual substituição das edições em papel pelas versões *online*, o diretor afirmou não acreditar nessa possibilidade, prevendo: "as pessoas continuam a querer receber as edições em papel. É inevitável que daqui a uns anos isto mude, mas ainda não é por agora" (MAURITTI 2010).

10.1.5 Após o estudo

Em 2016, a realidade destas publicações já não é mesma de quando se realizou o estudo, em 2010. No caso do "Tempo Medicina", este apenas possui uma edição mensal, em papel, e a edição online (em http://www.tempomedicina.com) foi reforçada e é uma forte aposta. No caso do "Jornal Médico de Família", este sofreu mais alterações. A periodicidade da publicação em papel passou de quinzenal a trimestral. Além disso, passou a ser administrado pela própria associação médica, da qual continua a ser o órgão oficial. Entretanto, Miguel Mauritti e outros jornalistas desta publicação saíram, sendo os responsáveis, desde 2013, por um novo jornal de informação médica: "O Médico". Este, além de ter uma edição impressa mensalmente, tem uma presença online bastante activa (em http://www.jornalmedico.pt).

10.2 Jornais de informação médica como empresas

É importante perceber a estrutura dos jornais de informação médica enquanto empresas. Isto porque a empresa mediática e o grupo a que eventualmente pertence exercem influência sobre a atividade do jornalista e, como é evidente, no produto por estes desenvolvido. Daqui resulta uma relação de tensão dado que, tal como atenta Ana Lopes, "os jornalistas entendem agir de acordo com o direito à informação que a sua deontologia reconhece aos cidadãos, enquanto a direção procura responder às expectativas dos clientes – os anunciantes e os leitores – mas também os diversos atores sociais que gravitam à volta da empresa" (LOPES 2006: 7). Na verdade, "as notícias tornam-se simultaneamente um género e um serviço; o

jornalismo tornou-se um negócio e um elo vital na teoria democrática e os jornalistas ficaram empenhados num processo de profissionalização que procurava maior autonomia e estatuto social" (LOPES 2006: 25).

Neste sentido, apresentar-se-á a de seguida vertente empresarial dos jornais de informação médica. Serão, assim, descritos: os objetivos de cada um destes jornais enquanto empresas; a estrutura da organização, incluindo a propriedade, que produz os jornais; as fontes de receita destas publicações; o modo como é encarada a concorrência e a perspetiva que os diretores destes jornais têm sobre o setor em que se inserem.

10.2.1 Objetivos

É fundamental perceber quais são os objetivos empresariais destas publicações, pois, como se sabe,

> a missão do jornalista pode chocar com os objetivos da empresa. E isso acontece quando por exemplo surgem conflitos entre a cultura da empresa e a deontologia profissional, sendo que normalmente é a primeira que tende a impor-se, o que significa que a lealdade perante a empresa é, segundo uma abordagem empírica, mais forte que o apego às organizações profissionais de jornalistas (LOPES 2006: 8).

"Tempo Medicina"

José Antunes, diretor do jornal "Tempo Medicina" revelava: "há um esforço para que o jornal seja interessante para que os médicos o leiam e, ao mesmo tempo, que a indústria farmacêutica tenha interesse em lá pôr publicidade" (*Cf.* ANTUNES 2010). No final, como admitiu, pretende obter-se lucro, e poder com isso reinvestir boa parte do dinheiro, nomeadamente em modernização tecnológica (*Cf.* ANTUNES 2010). "O jornal tem mercado enquanto objeto editorial e, para mim, uma coisa precede a outra", disse José Antunes. Como explicou, considerava o jornal um projeto editorial com interesse para os leitores, mas que o mercado pode ou não apoiá-lo. No en-

tanto, sublinhou: "não vai deixar de ser um projeto editorial com os valores que estão professados e com práticas normais, que passam pelas regras da profissão jornalística" (ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Para explicar os objetivos do jornal que dirigia, Miguel Mauritti fez uma contextualização, explicando quais considerava serem as principais finalidades das várias publicações destinadas aos médicos existentes em Portugal. Sendo assim, para este diretor, "há vários tipos de motivação em termos de imprensa médica em Portugal" (MAURITTI 2010). E enumerou:

> há revistas científicas, com o objetivo de difundir conhecimento científico para a formação médica contínua; há revistas para progressão na carreira, onde se tem que publicar artigos para a evolução profissional e estas até são as que mais existem mais em Portugal (praticamente todos os serviços hospitalares têm uma publicação deste género); existem publicações meramente promocionais, em que da primeira à última linha o que lá vem é pago por alguém, pelo que não são órgãos de comunicação social, mas sim suportes publicitários, e há, finalmente, os jornais generalistas puros, nos quais se insere o Jornal Médico de Família (MAURITTI 2010).

10.2.2 Estrutura da organização

O conhecimento da estrutura destas organizações é importante, na medida em que "a competência de todo o jornalista manifesta-se e constrói-se no seio das limitações impostas por uma estrutura de interdependências com a hierarquia, os colegas, as fontes, e que nenhum devaneio sobre a liberdade do sujeito pode dissipar num passe de mágica" (NEVEU 2005: 55). De facto, como acrescenta ainda Érik Neveu, "para transformar os contributos de serviços e de profissionais muito diversos num conjunto coerente e organizado, a produção diária ou semanal de uma publicação requer uma coordenação de nível superior numa hierarquia organizacional e na rigidez de sequências temporais" (NEVEU 2005: 56).

"Tempo Medicina"

O jornal "Tempo Medicina" era e ainda é propriedade de uma empresa editora especializada na área médico-farmacêutica sedeada em Lisboa: a Impremédica. Esta, além de editar o jornal "Tempo Medicina", ainda elabora outros produtos, tais como: separatas, *newsletters*, livros de reportagem, traduções e literaturas. Além da redação, que será vista em pormenor mais adiante, o jornal tem: conselho científico, departamento comercial, secretariado, serviços administrativos e secção de grafismo e paginação. Quanto à impressão e a distribuição, estas realizam-se com a colaboração de empresas externas à editora. A direção da publicação cabe, como já foi referido, a José Antunes, cuja formação de base é medicina, embora ocupe esta função a tempo inteiro e que, à data da análise, tinha como diretor adjunto o jornalista Paulo Martins, cargo que já não existia em 2011.

"Jornal Médico de Família"

O "Jornal Médico de Família" é um órgão oficial da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral. Esta organização tem fins científicos, culturais e sociais de aperfeiçoamento científico, técnico, organizativo, ético e humano da prática médica da Clínica Geral/Medicina Familiar. Para a prossecução dos seus fins, uma das atribuições da associação era a "edição de uma Revista e/ou um Jornal e de obras científicas no domínio da Clínica Geral/Medicina Familiar", pelo que o presidente da associação assumia também a função de presidente/ diretor-geral do jornal. No entanto, o jornal, cujo diretor era o jornalista Miguel Mauritti, pertencia à empresa editora VFBM – Comunicação, localizada em Lisboa. Além da redação, a publicação contava com os seguintes departamentos: fotografia; ilustrações; publicidade; secretariado e assinaturas. À semelhança do outro jornal em análise, a impressão e a distribuição realizavam-se com a colaboração de empresas externas à editora.

10.2.3 Fontes de lucro

Sendo os jornais de informação médica analisados produzidos por empresas mediáticas, interessa saber quais são as fontes de lucro que justificam e financiam esta existência. Neste sentido, irá ver-se o que acontece em cada uma das publicações.

"Tempo Medicina"

No caso do "Tempo Medicina", embora este tivesse o preço de capa simbólico de cinco cêntimos e uma assinatura anual de cinquenta euros, este valor só era cobrado em situações excecionais, dado que normalmente o jornal era enviado gratuitamente por correio para os médicos que constavam da base de dados do mesmo. Então, com uma tiragem de cerca de 15 mil exemplares, o jornal vivia da publicidade, o que valorizava a importância do departamento comercial e dos contatos deste com as empresas do principal setor nesta área: a indústria farmacêutica. Além desta, José Antunes referiu que há alguns antes procuraram "outras fontes de financiamento, outros anunciantes, tendo havido, por exemplo publicidade das áreas automóvel e bancária, mas acabou por ser pouco relevante" (*Cf.* ANTUNES 2010).

Além dos lucros da publicidade, o diretor explicou que também existia "comercialização de conteúdos feitos sempre por redatores médicos" (ANTUNES 2010). Isto acontecia em "*reportings* assumidamente comerciais, em caderno próprio, conforme a lei de imprensa e códigos de ética e deontológicos vigentes" (*Cf.* ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Com uma tiragem média mensal enviada pelos correios de 15 mil exemplares, o jornal embora apresentasse o preço de capa de dois euros avulso, o diretor revelou: "as assinaturas são todas gratuitas" (MAURITTI 2010). Deste modo, percebe-se que a publicidade era a principal fonte de lucro do jornal. Em relação aos anunciantes, "a indústria farmacêutica não é a única, mas representa cerca de 90 por cento da publicidade" (*Cf.* MAURITTI 2010).

Além disso, o jornal tinha parceiros institucionais, que surgiam quase sempre na primeira página da edição impressa e também na *online*, sendo quatro ou cinco empresas farmacêuticas.

Quando questionado sobre a possibilidade de alargamento a outro tipo de anunciantes, Miguel Mauritti admitiu que "nunca se procurou e que o mercado das agências de publicidade nem sequer sabe da existência deste tipo de jornais, mas nos últimos tempos, há uma tendência para inverter isso", devido ao "contexto de crise" (*Cf.* MAURITTI 2010). Aliás, como acrescentou, o jornal apresentava uma grande vantagem para os anunciantes: "o nosso público é todo específico. Sabemos quanto ganham e quem são os nossos leitores" (MAURITTI 2010).

10.2.4 A concorrência

Como se viu no capítulo 8, na Parte II, mais precisamente na secção dedicada às publicações médicas em Portugal, são muitos os meios impressos editados neste campo especializado destinado aos médicos. Na referida secção, foram descritos detalhadamente os vários tipos de publicações existentes, dando mesmo exemplos concretos de cada um deles. Ficou também evidente que a enorme quantidade de meios impressos destinados aos médicos, apesar da sua diversidade, faz com que qualquer um deles possa ser encarado como potencial concorrente, dado que todos disputam a atenção destes profissionais de saúde. Apesar disto, os meios existentes em 2010 inseridos na categoria específica de jornais ou revistas de informação médica foram os seguintes: "Tempo Medicina", "Jornal Médico de Família", "Semana Média" e "Notícias Médicas". Então, neste ponto, mais do que saber quem era a concorrência, pois tal já foi visto anteriormente, interessa perceber de que modo os diretores dos dois jornais em análise a encaravam.

"Tempo Medicina"

Para José Antunes, os principais concorrentes do meio que dirige, "olhando ao modelo editorial, eram: o 'Notícias Médicas', em termos de leitores médicos em geral, e o 'Jornal Médico de Família' (embora seja, um quinzenário, e um órgão oficial da APMCG), em termos dos Clínicos Gerais e

Médicos de Família" (ANTUNES 2010). Porém, acrescentou que olhando para o mercado, a visão seria mais larga em termos de concorrência (*Cf.* ANTUNES 2010). Acerca dos órgãos oficiais de grupos, sociedades médicas ou instituições, o diretor frisou ainda: "a perspetiva editorial deste jornal é absolutamente independente e, durante anos, tenho combatido, em termos de mercado, com órgãos oficiais" (ANTUNES 2010). E rematou: "eu tenho o problema de não ser um órgão oficial mas tenho a vantagem de não ser um órgão oficial" (ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

O diretor do "Jornal Médico de Família" considerava que "a concorrência é composta por todos os meios que atuam no sector" (MAURITTI 2010). Aliás, dividiu a concorrência no setor da imprensa médica em quatro grupos: as revistas científicas para a formação médica contínua; as revistas em que se publicam artigos para progressão na carreira; as publicações promocionais e os órgãos de comunicação social, sendo aqui que Miguel Mauritti diz que se insere o jornal que dirige (*Cf.* MAURITTI 2010). As principais críticas em relação à concorrência foram para as publicações meramente promocionais, em que o patrocinador das mesmas não é referido claramente, o que faz com que constituam veículos publicitários disfarçados de meios de comunicação social (*Cf.* MAURITTI 2010). Deu como exemplo as publicações "Mundo Médico" e o suplemento "Saúde Pública", que acompanhavam o semanário "Expresso" (*Cf.* MAURITTI 2010). A possibilidade de o leitor não perceber que está perante artigos com objetivos publicitários foi um dos principais problemas apontados por Miguel Mauritti (*Cf.* MAURITTI 2010).

10.2.5 O setor

Já foi referida no ponto anterior a existência de dados detalhados sobre o setor dos jornais de informação médica no capítulo 4 da Parte II, na secção dedicada às publicações médicas em Portugal. Além disso, como também já foi destacado, este setor é quase totalmente dependente do apoio financeiro da indústria farmacêutica, pelo que será conveniente rever o capítulo 2 da Parte II, onde se abordam: as dimensões económica e social da indústria

farmacêutica em Portugal, as políticas de comunicação que desenvolve e os condicionalismos legais existentes. Apesar de estar traçado um esboço do setor, o quadro só fica completo se se souber a perspetiva dos diretores dos jornais, pois são os protagonistas do mesmo.

Um aspeto que foi considerado crítico para o setor dos jornais de informação médica foi um regulamento do Infarmed de 2008 que determina, entre outros pontos, que a informação relativa às características dos medicamentos seja publicada junto ao anúncio. Tal regulamento foi alvo de contestação por parte dos diretores deste tipo de publicações, que o consideram muito pernicioso para o setor.

"Tempo Medicina"

Para o diretor do "Tempo Medicina", os jornais de informação médica portugueses estavam, em 2010, numa situação "muito difícil. Em pré-ruptura" (ANTUNES 2010). Além disso, identifica os principais problemas ou dificuldades: "a enorme baixa de investimento publicitário, em consequência de vários fatores, e a crescente redução da importância social do médico na sociedade portuguesa" (ANTUNES 2010). Entre os motivos que levaram à diminuição dos gastos com publicidade nestes meios, além das questões económicas e de mercado da indústria farmacêutica, José Antunes apontou o dedo à apertada legislação da promoção dos produtos farmacêuticos, destacando o já referido regulamento, publicado em 2008 pelo Infarmed (*Cf.* ANTUNES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Do mesmo modo, o diretor do "Jornal Médico de Família" afirmava: o setor "está a morrer, claramente" (MAURITTI 2010). Miguel Mauritti foi mais longe e previu que esta área editorial estaria "em vias de se extinguir devido ao regulamento sobre publicidade a medicamentos aprovado pelo INFARMED em 2008, que está a levar ao encerramento de alguns jornais" (MAURITTI 2010). "Nós sobrevivemos porque temos parceiros institucionais que ajudam o jornal", admitia o diretor.

10.3 Jornais de informação médica como produtos jornalísticos

Neste ponto, entra-se no núcleo duro da questão: como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal? Para responder a esta pergunta, irão ser apresentados os resultados diretamente relacionados com a vertente jornalística destes meios. Neste âmbito, há três componentes a ter em linha de conta. Assim, em primeiro lugar, serão referidos os princípios editoriais destes jornais. Depois, será analisado o produto jornalístico em si, isto é, a estrutura formal (número de páginas, cadernos e suplementos, organização por secções), os géneros jornalísticos, os temas, os valores-notícia, a linguagem, a iconografia e a edição *online*. Por último, será estudado o processo de produção jornalística nos jornais de informação médica, mais concretamente: a estrutura da redacção, os autores dos textos, as rotinas profissionais e a relação entre jornalistas e atores sociais como fontes de informação.

10.3.1 Princípios editoriais

A propósito dos princípios editoriais, Warren Breed considera que o jornalista se conforma mais facilmente com as normas da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais (*Cit. in* LOPES 2006: 38). Para Breed, o que inicialmente promove o conformismo é a socialização do jornalista no que respeita às normas do seu trabalho, ou seja, não é dito ao jornalista, recém-chegado à sala de redação, qual é a política editorial da empresa. A aprendizagem das normas editoriais, segundo Breed, é interiorizada à medida que o jornalista adquire experiência e aprende a antever aquilo que dele esperam, a fim de obter recompensas e evitar fracassos (*Cit. in* LOPES 2006: 38). Observe-se, então, quais são os princípios editoriais dos dois periódicos em foco nesta investigação.

"Tempo Medicina"

Os princípios editoriais do jornal "Tempo Medicina" eram (e ainda são) os seguintes:

a. Entendemos que as publicações de natureza informativa gerais ou especializadas devem ser independentes do poder político e do poder económico, porque só assim cumprem a sua função perante a sociedade onde existem. Não concebemos, portanto, as publicações informativas como um instrumento ou um meio ao serviço de determinados objetivos, por mais louváveis que estes sejam, mas como instituições autónomas, através das quais os cidadãos possam, em liberdade e pluralismo, procurar o esclarecimento de que necessitam para o exercício das suas opções.
b. 'Tempo Medicina' considera-se apto para exercer essa função porque não pertence ao Estado, nem a um partido político, nem a qualquer grupo económico, e, apesar das muitas vicissitudes por que tem passado, nunca perdeu nem renunciou à sua capacidade de crítica.
c. No exercício dessa capacidade de crítica, temos e teremos presentes os limites que nos são impostos pela deontologia de Imprensa e pelas éticas profissionais, (jornalística e médica), mas só esses.
d. Sabemos, por exemplo, que é indispensável, em cada momento, distinguir entre as notícias – que deverão ser, tanto quanto possível, objetivas, circunscrevendo-se à narração, à relacionação e à análise dos factos – e as opiniões que deverão ser assinadas por quem as defende, claramente identificáveis e publicadas em termos de pluralismo.
e. Sabemos, por exemplo, que a seleção do material a publicar, a sua colocação nas diversas páginas, a colunagem dos respetivos títulos, devem obedecer a critérios de inserção baseados na importância efetiva de cada peça e não nas convicções de quem as escreve, escolhe ou pagina.
f. Atribuímos prioridade absoluta à coerência que nos tem permitido sermos nós próprios.

No jornal editado no dia 14 de Novembro de 2005, o diretor do jornal, José Antunes, publicou a seguinte nota editorial, intitulada "Um simples ajustamento", do qual se retira o ponto principal: "a partir deste número, as edições do 'Tempo Medicina' reservarão um caderno às reportagens re-

sultantes das iniciativas específicas da IF sendo que estas observarão as indicações para o uso das palavras 'seguro' e 'novo'. O nome, óbvio, do novo caderno será 'Terapêutica Médica'".

"Jornal Médico de Família"

Quanto ao "Jornal Médico de Família", do seu estatuto editorial constava o seguinte:

> O Jornal Médico de Família é um órgão de informação geral e médica, editado pela VFBM – Comunicação Lda., dirigido aos médicos especialistas em Medicina Geral e Familiar e outros profissionais de Saúde, que desenvolvam atividade na área dos cuidados de saúde primários.
>
> O Jornal Médico de Família é o órgão oficial da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral, assumindo-se como veículo privilegiado de informação para os seus associados, bem como para todos os especialistas em Medicina Geral e Familiar.
>
> O Jornal Médico de Família orienta-se por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política ou económica, estabelecendo as suas opções editoriais sem hierarquias prévias, inclusive em relação às entidades que o patrocinam ou que de qualquer forma patrocinam ou apoiem a Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral.
>
> O Jornal Médico de Família é um órgão de informação concebido, escrito e produzido por jornalistas profissionais, no respeito dos direitos e deveres previstos na Constituição da República, na Lei de Imprensa e no Código Deontológico dos Jornalistas.
>
> O Jornal Médico de Família distingue, muito claramente, a informação da opinião, reservando-se, ainda assim, o direito de relacionar, interpretar e emitir opinião sobre quaisquer factos ou acontecimentos, sempre no respeito da Lei e dos deveres inscritos no Código Deontológico dos Jornalistas.

> O Jornal Médico de Família, tendo presente que a liberdade de expressão, a diversidade das ideias e o pluralismo das convicções são elementos fundadores e estruturantes de uma sociedade democrática, aceita para publicação opiniões, sugestões, críticas e comentários dos leitores e de outras entidades, mesmo que contrários à Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral, desde que respeitem o espírito do presente estatuto e da dignidade pessoal e institucional.
>
> O Jornal Médico de Família responde apenas perante os seus leitores.

Enfim, pareceu mais profícuo a transcrição completa dos princípios editoriais das duas publicações ao invés de destacar os principais pontos. Isto porque considera-se mais pertinente, a este nível, uma perspetiva de conjunto do que uma visão de pormenor.

10.3.2 Estrutura formal

A nível da estrutura formal dos jornais, serão apresentados os resultados decorrentes da análise de três aspetos: o número de páginas, os cadernos e suplementos e a organização por secções.

10.3.2.1 Número de páginas

O número de páginas do jornal "Tempo Medicina" oscilava entre as dezasseis (16) e as quarenta e oito (48), sendo notória a variação neste valor ao longo do ano analisado. Registe-se ainda que a média do número de páginas do jornal é trinta e três (33).

O número de páginas do "Jornal Médico de Família" era igualmente irregular ao longo do ano, sendo o valor mínimo de vinte e quatro (24) e o máximo de cinquenta e seis (56). A média de páginas do jornal, nesta análise, é de quarenta (40). Este valor é superior à média do "Tempo Medicina", o que não será de estranhar pelo facto de este ser, na altura, semanal (atualmente é mensal), ao passo que o "Jornal Médico de Família" era quinzenal (atualmente é trimestral).

10.3.2.2) Cadernos ou suplementos

A existência de suplementos ou cadernos é um dos traços definidores dos jornais de informação médica. Mais do que causas estéticas, temáticas ou formais das publicações, a existência destes suplementos é motivada pela necessidade legal de separação de conteúdos que digam mais diretamente respeito a produtos e serviços farmacêuticos. Desta forma, tanto podem abordar temas específicos, normalmente com o apoio de empresas farmacêuticas, sendo de caráter ocasional ou esporádico, como serem mais abrangentes e terem uma presença regular nas publicações. Observe-se, então, que suplementos acompanham cada um dos jornais analisados no ano 2009 e quais são os seus conteúdos, periodicidade e dimensão.

"Tempo Medicina"

No "Tempo Medicina" encontraram-se três suplementos: "Ecos", "Terapêutica Médica" e "Terapêutica Médica Suplemento". O suplemento "Ecos" teve sempre quatro páginas, sendo composto por: notícias, breves e reportagens assinadas por jornalistas, sobre conclusões de congressos e outras reuniões médicas, em que muitas vezes se funde a linguagem científica com a jornalística. Das vinte e duas edições analisadas, este suplemento apenas apareceu em três datas (19/1, 27/4 e 22/06).

Quanto ao suplemento "Terapêutica Médica", este tem conteúdo assumidamente "redactorial" (pago), utilizando uma conjugação de linguagem científica e jornalística e fazendo referência a produtos da Indústria Farmacêutica. Os textos aparecem sob o formato de reportagens, notícias e breves acerca de: estudos, ensaios clínicos, patologias e novos tratamentos ou medicamentos e resultados apresentados em congressos. Todos este temas aparecem em peças não assinadas, mas surge a designação "redactorial". Em termos de periodicidade, este suplemento aparece em dezassete das vinte e duas edições analisadas (não foi publicado em: 15/6, 20/7, 12/10, 23/11 e 28/12). Finamente, em relação à dimensão, este caderno preenche entre um mínimo de quatro e um máximo de dezasseis páginas, numa média global de seis páginas e meia.

Também com conteúdo "redactorial", o "Terapêutica Médica Suplemento" difere do suplemento anterior pelo facto de se dedicar apenas a um conteúdo específico, seja um evento, um estudo, uma patologia, uma empresa farmacêutica ou um medicamento. Em formato de grande reportagem, e ocupando sempre quatro páginas, mescla linguagem científica com jornalística, fazendo alusão a determinados produtos farmacêuticos. No ano em análise, foram publicados suplementos em sete edições, sendo que em três delas surgiram duas diferentes, o que perfaz um total de dez cadernos. Alguns dos temas publicados foram, por exemplo: "Lançamento Priligy – primeiro tratamento específico para a ejaculação prematura", "Osteoporose – novas opções terapêuticas, avaliação do risco, tipo de fracturas", "Hipertensão" e "Fórum Sistema Nervoso Central".

"Jornal Médico de Família"

No "Jornal Médico de Família", encontraram-se dois suplementos durante o ano em estudo. Um dos suplementos, "Molécula", aparece em todas as edições (exceto em duas: 30/7 e 20/11), fazendo parte do conteúdo habitual do jornal. Descrito como "suplemento de atualidades sobre o medicamento, investigação e desenvolvimento e fármaco-economia", este é composto essencialmente por breves e notícias curtas que, em vários casos, podem classificar-se como "publi-reportagens", nomeadamente quando os temas passam pelo lançamento de novos medicamentos, informações sobre fármacos já existentes ou a participação da indústria farmacêutica em livros, campanhas ou simpósios. Além disso, também inclui entrevistas, com investigadores ou outros profissionais ligados às empresas ou instituições da área farmacêutica, bem como artigos de revisão científica. Finalmente, quanto à dimensão deste suplemento, o número de páginas oscila entre as quatro e as oito, sendo que a média geral é de seis páginas.

Com um cariz meramente eventual, surgiu, em todo o ano, apenas mais um suplemento, designado: "Fatores de Risco Cardiovascular e AVC". Este constituiu um suplemento de 4 páginas, editado a 15 de Dezembro, e referente

na sua totalidade a uma patologia e respetivos tratamentos por determinado fármaco, mais concretamente: a "prevenção, fatores de risco e eficácia terapêutica do clopidrogel."

10.3.2.3 Organização por secções

Recordando o que Érik Neveu afirma acerca das rubricas ou secções, "estas funcionam, antes de mais, como uma ferramenta de perceção da realidade. As rubricas funcionam como filtro em função das definições implícitas e explicitas que os jornalistas fazem dos 'seus' objetos" (NEVEU 2005: 62). Neste ponto, irão analisar-se quais são as designações e conteúdos das diferentes secções dos jornais bem como a dimensão quantitativa de cada uma, isto é, o número de páginas que ocupam.

"Tempo Medicina"

O jornal "Tempo Medicina" apresentava as seguintes secções: "Destaque", "Actual", "Em Foco", "Registo", "Opinião", "A Saber", "Reuniões e Congressos", "Entrevista", "Agenda", "Editorial", "Reportagem", "Carta ao Diretor", "Última" e também, por vezes, secções para determinados eventos médicos específicos.

Na secção "Destaque", sempre com uma página em cada edição, cujos conteúdos merecem chamada de primeira página, os temas são de atualidade polémica ou alguma novidade terapêutica. A secção "Actual", com uma média de quatro páginas, é aquela que ocupa maior parte do jornal, sendo composta por notícias diversas. O "Editorial" também marca presença em todas as edições, ocupando cerca de um terço de página, bem como a "Última", feita de notícias e breves, posicionada na última página do jornal. Também presente em todos os jornais analisados está a secção "A Saber", com uma página, em que aparecem várias rubricas, embora nem sempre todas na mesma edição: "Foto da semana", uma fotolegenda; "Ponto de Vista", um artigo de opinião da chefe de redação ou editor; "Lá por fora", um artigo de opinião da chefe de redação ou editor sobre acontecimento ligado à medicina no estrangeiro; "TM sugere", sugestões de livros ligados à Medicina, campanhas de solidariedade, atividades culturais, entre outros. A secção

"Registo" também surge em todas as edições, ocupando uma ou duas páginas com breves e uma coluna de citações retiradas de vários meios de comunicação social generalistas sobre temas ligados à medicina. Além disso, esta mesma secção também engloba, por vezes, a rubrica "Perplexidades", que constitui um artigo de opinião de diretor do jornal, do editor ou da chefe de redação sobre um assunto da atualidade e ainda, quando se justifica, "TM errou", para eventuais correções de erros em notícias de edições anteriores. Além disso, a secção "Cartas ao Diretor" aparece em três dos vinte e dois jornais estudados, duas vezes na secção "Opinião" e uma outra na "Última".

Artigos de opinião de médicos e outros elementos externos à publicação surgem na secção "Opinião", em sensivelmente todos os números do jornal (exceto dois) e enchem uma média de uma página e meia por edição. Ocupando o mesmo espaço, a secção "Agenda" está, de igual modo, quase sempre presente (salvo duas vezes), englobando breves e notícias sobre congressos a decorrer no futuro e, nalgumas ocasiões, também um calendário com "Reuniões em Portugal" e "Reuniões no Estrangeiro". O espaço dedicado aos eventos organizados não acaba aqui, pois existe ainda a secção "Reuniões e Congressos", com notícias e reportagens sobre congressos. Marcando presença em treze dos vinte e dois jornais analisados, esta rubrica ocupa uma média de três páginas e meia. "Em foco" é um espaço preenchido em catorze números do jornal, contendo entrevistas ou reportagens sobre temas em destaque, ocupando, em média, pouco mais do que uma página.

Entre as secções que aparecem com menos frequência está a "Entrevista", apenas presente em seis jornais e ocupando uma página e meia, em média. Com o mesmo espaço médio, a "Reportagem" apenas figura em três edições. Finalmente, as secções criadas para determinados eventos específicos incluem notícias sobre determinado acontecimento, com antevisões ou reportagens sobre o mesmo. Neste âmbito surgem, por quatro vezes, secções com duas páginas intituladas "SNS 30 anos" e uma ocasião o "III Congresso da Comunidade Médica Portuguesa", com direito a cinco páginas.

"Jornal Médico de Família"

As secções nas quais se dividia o "Jornal Médico de Família" eram mais numerosas do que as que compunham o "Tempo Medicina" e incluiam: "Profissão", "Nacional", "Polémica", "Breves", "Opinião", "Crónica", "Análise", "Entrevista", "Agenda", "Vai acontecer", "Editorial", "Reportagem", "APMCG", "Cromo da quinzena", "Passatempo", "Actualidade", "Pontos de Vista" e ainda secções para determinados eventos médicos específicos.

O espaço mais valorizado em termos qualitativos e quantitativos é o "Nacional", estando presente em todas as edições do jornal e ocupando a maior parte do jornal, mais concretamente uma média de cerca de oito páginas e meia. Esta secção, que contém notícias de atualidade profissional médica a nível nacional, reporta acontecimentos ligados ao quotidiano dos médicos em vários locais por todo o país. Outra secção que marca sempre presença no jornal é a "Crónica", embora ocupe menos páginas: uma média de duas. Em termos de conteúdos, esta é preenchida por crónicas de colaboradores constantes da ficha técnica do jornal e apenas uma das vezes aparece um artigo escrito por um elemento, embora sendo médico, externo ao jornal. Outra das secções mais importantes da publicação é o "Cromo da quinzena", composto por um *cartoon* complementado com artigo de opinião do diretor da publicação. Aparece em todas as edições, exceto em três datas (31/5; 15/12; 31/12), enquanto em termos de dimensão e ubiquação, preenche cerca de dois terços da última página.

"Profissão" é uma das secções que aparece com bastante frequência neste jornal, ou seja, em dezassete de vinte e duas publicações. Abrangendo notícias e reportagens acerca de questões profissionais que afetam todos os médicos portugueses, ocupa uma média de cerca de três páginas. As "Breves" surgem em dezasseis jornais e em média correspondem a duas páginas. Quanto à "Reportagem", que como o próprio nome indica se dedica à publicação de reportagens, ocorre em doze edições e o espaço médio ocupado é de quase oito páginas. Já a "Entrevista", que aparece em oito números, abrange uma média de três páginas. Por sua vez, a "Agenda", que consiste num calendário de congressos, ocupa normalmente um terço de

página e surge em onze edições. Uma antevisão mais detalhada de determinado evento médico compete à secção "Vai acontecer", mas esta só figura num dos jornais.

Sendo este jornal um órgão oficial da Associação Portuguesa de Médicos de Clínica Geral (APMG), é normal que haja uma secção com notícias e reportagens sobre a mesma, que se denomina "APMG". Está patente em oito das vinte e duas publicações e preenche, em média, quase três páginas. Já o "Editorial", surge apenas por três vezes, tal como acontece com a "Opinião", com artigos de opinião, que ocupa cerca de uma página. Ainda com a mesma frequência surge a secção "Análise", que engoba conteúdos tão diversos como um artigo de revisão científica, uma reportagem sobre a Gripe A e uma crónica, abrangendo uma média de três páginas.

Com duas presenças registadas estão as secções: "Polémica", com notícias polémicas às quais se dedicam, em ambos os casos, duas páginas; "Passatempo, com uma página; "Carta ao Diretor", que uma vez é designada por "Correio dos Leitores" e que enquanto uma delas surge na página 2, a outra surge na secção "Crónica". A presença única sucede em duas secções: "Actualidade", com reportagem de uma página sobre planos de contingência das USF para a Gripe A e "Pontos de Vista", onde se encontram três páginas de opiniões de médicos portugueses e espanhóis sobre a Gripe A.

Por fim, quanto às secções para determinados eventos médicos específicos, contendo notícias, antevisões ou reportagens sobre os mesmos, há seis, detendo um espaço médio de sete páginas e são as seguintes: "I Congresso Nacional de Saúde Pública"; "Fórum Nacional da Missão para os Cuidados de Saúde Primários"; "Especial-Propostas partidos políticos para a saúde"; "De A a Z", uma fotorreportagem de congresso da APMG; "Uma viagem pelo país real!", uma reportagem sobre a Unidade de Saúde Familiar de Farol; "Antevisão", relativa ao "26º Encontro Nacional de Clínica Geral"; "19ªs Jornadas de MGF de Évora"; "II Fórum Nacional de Saúde" e "Unidades Locais de Saúde (ULS) e Agrupamentos de Centros de Saúde (ACES)".

10.3.3 Géneros jornalísticos

Neste momento, apresentam-se os géneros jornalísticos utilizados nos jornais "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família". A Notícia é o género predominante em ambos os meios, mas com uma maior percentagem (59,2%) no "Jornal Médico de Família" do que no "Tempo Medicina"(37,4%). Seguem-se as Breves, com 27,1% no "Tempo Medicina" e 15,9% no "Jornal Médico de Família".

As diferenças começam na Crónica, com 9%, e no Artigo de Opinião, com 6,5% a serem o terceiro e quarto géneros jornalísticos mais utilizados no "Tempo Medicina", enquanto no "Jornal Médico de Família" estes lugares são ocupados pela Reportagem, que representa 8,8% (contra os 5,4% do "Tempo Medicina") e a Crónica, com 5,6%.

A entrevista e a fotolegenda têm valores aproximados nos dois meios. De facto, a fotolegenda representa 4,1% no "Tempo Medicina" e 3,3% no "Jornal Médico de Família". Em relação à entrevista esta representa 2,2% dos géneros jornalísticos utilizados no "Tempo Medicina" e 3% no "Jornal Médico de Família". Por outro lado, o Editorial representa um valor considerável para o "Tempo Medicina" (4,1%), mas muito reduzido para o "Jornal Médico de Família" (0,3%). De modo semelhante, as Colunas de Citações apresentam o mesmo valor no "Tempo Medicina" (4,1%), enquanto são inexistentes no "Jornal Médico de Família".

O *Cartoon* é um género jornalístico ausente do "Tempo Medicina", mas com 2,6% de presenças no "Jornal Médico de Família". A Foto-reportagem também é um género jornalístico que só surge no "Jornal Médico de Família", embora com um valor muito baixo: 0,3%. A Revista da Imprensa não surge em qualquer uma das publicações.

10.3.3.1 Outros tipos de textos

Além dos géneros jornalísticos atrás mencionados, encontraram-se outros tipos de textos nestas publicações, mais concretamente: publi-reportagens e artigos científicos ou de revisão científica. Em seguida, apresentarão as caraterísticas e exemplos de cada um deles nos dois jornais analisados.

Publi-reportagem

Neste estudo, qualquer texto que resultasse da publicação de artigos publicitários pagos, como sendo reportagens de carácter noticioso, foi classificado como publi-reportagem. Consideram-se publi-reportagens os textos, imagens e outros elementos gráficos destinados a promover ou a publicitar um determinado produto, entidade ou serviço, apresentados com as características formais da reportagem mas concebidos e realizados sem a liberdade editorial, a independência e o enquadramento ético-normativo que presidem ao exercício do jornalismo. Enfim, são publi-reportagens todos os artigos pagos e com fins comerciais que se assemelham propositadamente dos formatos e conteúdos jornalísticos, mas cujo objetivo principal não é informar com verdade, atualidade, isenção, rigor e independência, logo, não são jornalismo.

No jornal "Tempo Medicina", encontraram-se duas publi-reportagens no corpo do jornal, sendo uma delas publicada na edição de 21 de Setembro de 2009, com a indicação do nome de determinado medicamento. Outro caso surgiu com uma falsa capa do jornal, de cariz publicitário, com quatro páginas, na edição do dia 14 de Setembro de 2009. Além disso, nos suplementos "Terapêutica Médica" e "Terapêutica Médica Suplemento", em que se assume que o conteúdo é "Redactorial", são apresentados estudos e ensaios clínicos, em reportagens, notícias e breves. Neste caso, utiliza-se uma conjugação de linguagem científica, com jornalística, fazendo-se referência a determinados produtos da Indústria Farmacêutica.

Por outro lado, no "Jornal Médico de Família", o suplemento "Molécula" é composto essencialmente por breves e notícias curtas que, em vários casos, poderiam ser apelidadas de publi-reportagens. Na verdade, versam essencialmente sobre: lançamento de novos medicamentos, dados sobre fármacos já existentes, participação de empresas farmacêuticas em lançamento de livros ou simpósios, entre outos. Além disso, também inclui entrevistas com profissionais do setor farmacêutico.

Artigo científico ou de revisão científica

O artigo científico consiste na divulgação original de dados resultantes de investigação científica, enquanto os artigos de revisão científica analisam e discutem trabalhos científicos já publicados, por exemplo, fazendo revisões bibliográficas.

Encontram-se dois artigos de revisão científica no corpo principal do jornal "Tempo Medicina". Escritos por médicos, os textos focaram as problemáticas da ansiedade (21 de Setembro de 2009) e a perturbação disfórica pré-menstrual (14 de Setembro de 2009). Quanto aos suplementos, o "Terapêutica Médica" apresenta alguns estudos e ensaios clínicos que, apesar de todas as condicionantes já referidas, cumprem em parte uma função de revisão científica, para além dos aspetos publicitários e jornalísticos. Por outro lado, no suplemento "Ecos", surgem notícias e breves, assinadas por jornalistas, sobre conclusões de congressos, em que, muitas vezes, se funde a linguagem científica com a jornalística.

No "Jornal Médico de Família", aparecem três textos de revisão científica, sobre diversos temas, no corpo principal do jornal. Além disso, o suplemento "Molécula" inclui igualmente artigos de revisão científica, destacando-se dois sobre a "Doença Venosa", assinados por médicos e publicados nas edições de 30 de Abril e 15 de Maio de 2009.

10.3.3.2 O valor da opinião

Ao perceber-se a importância dos textos de opinião sob vários formatos e géneros jornalísticos, para ambos os jornais, achou-se pertinente fazer uma análise mais aprofundada deste aspeto. Neste sentido, estudaram-se os autores dos textos do opinião, ou seja, quem são as pessoas que os escrevem – sejam crónicas, editoriais ou artigos de opinião – e qual a função que estas desempenham no jornal. Além disso, também se procurou averiguar quais os temas abordados nos textos de opinião.

"Tempo Medicina"

No jornal "Tempo Medicina", em relação aos autores dos textos, verificou-se uma presença, em quase todas as edições de elementos de relevo no jornal: o diretor, José Antunes; o editor, João Paulo Oliveira e Teresa Mendes, chefe de redação. Note-se, no entanto, que muitas vezes o editorial, que em princípio caberia ao diretor, não surge assinado. Ainda ligados ao jornal, surgem textos do colaborador José Caetano Neto.

Para além destes, surgem artigos escritos por autores que não constam da ficha técnica, como é o caso dos seguintes: Rui Cernadas, médico; José Manuel Silva, Presidente do Conselho Regional do Centro da Ordem dos Médicos; Carlos Arroz, do Sindicato Independente dos Médicos (SIM); Mário Neves, da Federação Nacional dos Médicos (FNAM); Carlos Costa Almeida, Presidente da Associação Portuguesa de Médicos de Carreira Hospitalar; Cipriano Justo, médico e professor universitário; Dinis da Gama, diretor de serviço e professor catedrático da Faculdade de Medicina de Lisboa; Paulo Costa, médico; António Gentil Martins, ex-presidente da Ordem dos Médicos e da Associação Médica Mundial; Carlos Pereira Alves, professor de cirurgia; António Bento, ex-médico Interno dos HCL; Jorge Silva, do SIM; Carlos Mesquita, cirurgião dos HUC e ex-diretor dos Serviços de Urgência e presidente do Colégio de Competência em Emergência Médica da O.M. José Manuel Silva; Presidente do Conselho Regional do Centro da Ordem dos Médicos; José Ponte, Diretor do Curso de Medicina da Universidade do Algarve; Nuno Morujão, médico; Francisco Pavão, Presidente da Associação Nacional de Estudantes de Medicina no Estrangeiro; João Rodrigues, médico de família e ex-membro da Missão para os Cuidados de Saúde Primários.

Em relação aos temas abordados nestes espaços de opinião, estes divergem um pouco conforme a secção em que se encontram, isto é, se estão numa rubrica específica, escrita por profissionais do jornal, como é o caso do "Ponto de Vista", "Perplexidades", "Editorial" ou "Lá por fora", ou em áreas livres, cujos autores são independentes em relação ao meio onde escrevem. Por exemplo, no caso da rubrica "Ponto de Vista", foram tratados temas muito diversos, por exemplo, ligados ao jornalismo, à política, à sociedade e à

medicina. No caso das "Perplexidades", estas opinaram essencialmente sobre notícias ligadas à saúde, mas também algumas questões políticas. Já o "Editorial" é centrado em exclusivo em temáticas médicas, que, por norma, fazem notícia no respetivo número do jornal. Finalmente, o "Lá por fora" dirige-se essencialmente para questões ligadas à saúde, mas no estrangeiro.

Quanto aos assuntos tratados pelos vários convidados a escreverem artigos de opinião para o "Tempo Medicina", estes privilegiam as problemáticas médicas. No entanto, são muito diversos, passando por: aspetos ligados à política da saúde, alterações na gestão hospitalar, a reforma dos cuidados de saúde primários, as condições profissionais e carreiras médicas, o ensino e a formação médica em Portugal e no estrangeiro, a interação entre médicos e empresas farmacêuticas, as reivindicações sindicais, as orientações da Ordem dos Médicos e a investigação clínica.

"Jornal Médico de Família"

Os textos de opinião, no caso do "Jornal Médico de Família" são assinados, na sua grande maioria, por pessoas com alguma ligação ao jornal. Assumem lugar de relevo alguns dos redatores médicos do jornal – Rui Cernadas, Acácio Gouveia e Jorge Nogueira – e o diretor do mesmo, Miguel Múrias Mauritti. Por duas vezes, também surgem artigos de Luís Pisco, presidente da APMG e diretor-geral da publicação. São apenas quatro os textos escritos por médicos – José Augusto Simões, Armando Brito de Sá, Rui Nogueira e Lúcio Meneses de Almeida – que não são colaboradores permanentes do jornal. É de salientar que Rui Cernadas escreve nas duas publicações analisadas.

Em relação aos temas debatidos, estes passam por: questões ligadas ao quotidiano da prática clínica dos médicos (por exemplo: o sistema de identificação biométrica, a triagem de Manchester, as urgências, a prescrição, as tecnologias); a situação profissional dos médicos (por exemplo: as carreiras médicas, a falta de médicos, os médicos estrangeiros em Portugal, a possibilidade de desemprego médico); as políticas da saúde; o impacto da crise económica na saúde e sociedade; assuntos ligados à Associação

Portuguesa de Médicos de Clínica Geral (APMCG); a formação em Medicina em Portugal e no estrangeiro; os cuidados de saúde primários, as unidades de saúde familiares (USF) e os Agrupamentos de Centros de Saúde (ACES); questões ligadas à Medicina Geral e Familiar; a relação médico-doente; a gestão hospitalar; determinadas patologias (por exemplo: Gripe A, SIDA); questões sociais em interação com a medicina (por exemplo: termas, ruído noturno, despenalização do aborto, sexualidade e religião, a tristeza dos portugueses).

10.3.4 Temas

Os temas tratados por cada um dos jornais correspondem à forma como a realidade é encarada por estes em termos jornalísticos. Na verdade, a seleção de alguns acontecimentos em detrimento de outros para serem notícia é o que traça, verdadeiramente, o perfil editorial de uma publicação jornalística. Neste sentido, irão ser vistos os temas de primeira página em cada uma destas publicações, seguindo-se uma análise dos temas noticiados nos dois jornais, na sua globalidade.

10.3.4.1 Temas de primeira página

Na primeira página, são colocados os temas que são considerados mais relevantes e apelativos para o público-alvo. Daí que saber quais são os assuntos de capa tenha interesse para a caraterização destes produtos jornalísticos. No caso do "Tempo Medicina", a Atualidade Sócio-Profissional domina a primeira página (22,1%), seguida de perto pela Política da Saúde (20,5%). As Questões Jurídicas e Legais na área da medicina ocupam o terceiro lugar, com 12,4%, seguidas da Atualidade Clínica, com 9,1%. Ainda nos temas mais noticiados encontram-se a Gestão das Unidades de Saúde e as Unidades de Saúde, ambos com 5,2%, seguindo-se a Atualidade sobre Formação Médica (3,9%), Personalidades Ligadas à Medicina (3,6%) e Eventos Médicos de Âmbito Sindical (3,3%).

Entre os temas menos chamados à primeira página estão: as Instituições de Formação e Investigação em Medicina (2,3%); a Atualidade Científica (1,6%); os Fármacos e Terapêuticas, Instituições e empresas da área farma-

cêutica, Reuniões Médicas de âmbito profissional e Questões jurídicas e legais na área farmacêutica (cada uma com 1,3%); Tecnologias e equipamentos médicos, Patologias, Personalidades ligadas à Indústria Farmacêutica, Congressos Médicos de Âmbito Científico e História da Medicina (cabendo a cada um destes 1%) e, finalmente, a Atualidade Internacional (não médica) e os Eventos médicos de âmbito cultural (ambos com 0,3%).

No caso do "Jornal Médico de Família", o tema dominante é a Atualidade Sócio-Profissional, com 19,9%, seguida das Unidades de Saúde, com 15,5%, e a Política da Saúde, com 9,7%. Entre os temas mais noticiados, estão ainda: Instituições e empresas da área farmacêutica (6,5%), Atualidade sobre formação médica (5,4%), Questões jurídicas e legais na área médica (5,4%), Atualidade Clínica (5,3%) e Gestão das Unidades de Saúde (4,9%). Seguem–se os Fármacos e Terapêuticas e as Personalidades ligadas à Medicina (ambas com 3,7%) e as Instituições de Formação e Investigação em Medicina (3,2%). Os Congressos médicos de âmbito científico (2,6%), a Atualidade científica (2,3%) e as Tecnologias e equipamentos médicos (2,3%) já estão entre os menos reportados. Abaixo destes ficam apenas: as Patologias (1,6%), Personalidades ligadas à Indústria Farmacêutica (1,1%), Questões jurídicas e legais na área farmacêutica e Eventos médicos de âmbito social (ambos com 0,5%) e Atualidade nacional (não médica), Personalidades com determinada patologia, Associação de doentes ou de familiares de doentes, Eventos médicos de âmbito sindical, Eventos médicos de âmbito cultural e História da Medicina (cada um com 0,2%).

Ao estabelecer-se uma comparação entre os temas de primeira página das duas publicações, uma das conclusões a que se chega é que a atualidade socioprofissional é o tema mais importante para ambos os jornais. No entanto, o segundo lugar dos assuntos mais noticiados é ocupado pela política da saúde no caso do "Tempo Medicina" e pelas unidades de saúde para o "Jornal Médico de Família".

Alguns dos temas que se destacam pelo facto de serem muito mais merecedores de espaço na primeira página do "Tempo Medicina" do que no "Jornal Médico de Família" são: a atualidade clínica, os eventos médicos de âmbito sindical e as questões jurídicas e legais na área da medicina. Pelo contrário, o "Jornal de Médico de Família" faz sobressair alguns tópicos bem mais do "Tempo Medicina", como é o caso dos seguintes: instituições e empresas da área farmacêutica, reuniões médicas de âmbito profissional, fármacos e terapêuticas, congressos médicos de âmbito científico e tecnologias e equipamentos médicos.

Há assuntos que surgem equilibrados em termos de presença nas primeiras páginas destes dois jornais. É o que acontece tanto com a gestão das unidades de saúde, como com as personalidades ligadas à medicina e as ligadas à indústria farmacêutica, todas muito similares nos dois meios. Além disso, podem verificar-se pequenas diferenças na valorização que é dada a outros conteúdos. Finalmente, é de realçar a maior diversidade de temas na primeira página do "Jornal Médico de Família", o que será devidamente interpretado mais adiante.

10.3.4.2 Temas do jornal

Os temas noticiados dizem muito sobre as funções que cada jornal pretende ter junto da classe médica, na medida em que a presença de determinados temas (e não outros) implica uma ação de seleção de acontecimentos. Desta forma, a análise dos assuntos que mereceram ser reportados é esclarecedora acerca da política editorial das publicações.

No jornal "Tempo Medicina", os Fármacos e Terapêuticas (15%) lideram os temas noticiados. Seguem-se a Política da Saúde e os Congressos médicos de âmbito científico, ambos com 11,8%. Ainda dentro dos assuntos mais focados, estão a Atualidade sócio-profissional (11,3%), a Atualidade clínica (9%) e as Patologias (7,7%).

Num nível inferior de importância, encontram-se a Atualidade científica (6,5%), as Unidades de Saúde (4,2 %) e a Atualidade sobre formação médica (4%). Abaixo destes temas ficam colocados temas como a Gestão das unida-

des de saúde (2,9%), Eventos médicos de âmbito sindical (2,7%), Reuniões médicas de âmbito profissional (2,1%), Questões jurídicas e legais na área médica (1,6%) e Associações de doentes ou de familiares de doentes (1,2%).

Por fim, os tópicos menos tratados são: as Questões jurídicas e legais na área farmacêutica e as Personalidades ligadas à Medicina (ambas com 0,9%); a História da Medicina (0,7%); as Tecnologias e equipamentos médicos e as Personalidades ligadas à Medicina (ambas com 0,5%); a Atualidade nacional (não médica) e os Eventos médicos de âmbito cultural (ambos com 0,3%); a Atualidade internacional (não médica) e as Instituições de formação e investigação em Medicina (ambas com 0,1%).

No caso do "Jornal Médico de Família", há um tema predominante, com grande distância em relação aos restantes: as Unidades de Saúde (22,6%). Entre os assuntos mais abordados, seguem-se as Instituições e empresas da área farmacêutica (10,9%), a Política da Saúde (8,9%), os Fármacos e terapêuticas (8,6%), a Atualidade Sócio-Profissional (8,5%), a Atualidade Clínica (7,7%) e a Atualidade sobre formação médica (5,3%).

Passando para tópicos menos reportados, enumerem-se os seguintes: Congressos médicos de âmbito científico (4,2%), Reuniões médicas de âmbito profissional (3,9%), Gestão das unidades de saúde (3,3%), Associações de doentes ou de familiares de doentes (2,7%), Patologias (2,6%) e Questões jurídicas e legais na área farmacêutica (2,2%).

No final das preferências estão: Atualidade científica (1,7%), Personalidade ligadas à Medicina (1,4%), Questões jurídicas e legais na área médica (1,3%), Personalidade ligadas à indústria farmacêutica (1%), Atualidade nacional (não médica) (0,8%), Tecnologias e equipamentos médicos (0,7%), História da Medicina (0,6%), Eventos médicos de âmbito sindical (0,5%), Eventos médicos de âmbito cultural e social (ambos com 0,4%) e Instituições de formação e investigação em Medicina (0,1%).

Ao confrontar os temas noticiados por cada um dos jornais, pode perceber-se claramente as semelhanças e diferenças entre ambos. As diferenças entre os dois jornais começam logo pelos temas aos quais dão mais importância. Assim, enquanto no "Tempo Medicina" os Fármacos e Terapêuticas são o tema mais noticiado, no "Jornal Médico de Família" este lugar é ocupado, com grande distanciamento em relação aos outros assuntos, pelas questões ligadas às Unidades de Saúde.

Há outras matérias às quais o "Tempo Medicina" dá bastante mais atenção do que o "Jornal Médico de Família", como é o caso dos Congressos Médicos de âmbito científico, a Atualidade científica, as Patologias e os Eventos médicos de âmbito sindical. Por outro lado, o "Jornal Médico de Família" destaca-se, em relação ao outro jornal, pela maior atenção às áreas relativas às Instituições e empresas da área farmacêutica, Associação de doentes os familiares de doentes, Reuniões médicas de âmbito profissional e Questões jurídicas e legais na área farmacêutica.

Nalguns assuntos, há algum equilíbrio na importância atribuída aos mesmos, embora o "Tempo Medicina" os valorize um pouco mais do que o "Jornal Médico de Família", como acontece com a Política da Saúde, a Atualidade sócio-profissional e a Atualidade clínica. Outros temas, menos reportados, têm uma valorização muito semelhante, como por exemplo, a Gestão das unidades de saúde, as Questões jurídicas e legais na área médica, a História da Medicina, entre outros.

10.3.5 Os valores-notícia

De acordo com uma análise das primeiras páginas dos dois jornais, definiram-se os valores-notícia das duas publicações. O objetivo de perceber quais são os critérios de noticiabilidade é conseguir obter mais um traço definidor destes jornais. Isto porque, apesar das suas limitações, os valores-notícia guiam o jornalista – quer por este ser membro de uma classe profissional com determinado código de conduta ética e deontológica, quer por pertencer a certa empresa mediática, quer por pensar no público-alvo daquilo que produz.

Antes de passar aos dados obtidos na análise dos jornais, será interessante verificar quais é que, para os chefes de redação, são os valores-notícia, dos jornalistas que coordenam. De acordo com a chefe de redação do "Tempo Medicina" à data da análise, Teresa Mendes: "o principal valor notícia é o que interessa aos médicos, dar-lhes aquilo que eles querem" (MENDES 2010). Como explicou a jornalista, no "Tempo Medicina" consideram que os médicos querem um bocadinho de tudo, como qualquer leitor, portanto apresentam cobertura de reuniões e congressos científicos, aos quais muitos não têm oportunidade de ir (*Cf.* MENDES 2010). A mesma destacou que "as três componentes principais são: a atualidade, as reuniões e os congressos, havendo ainda um espaço para outros saberes, como sugestão de livros e exposições" (MENDES 2010). Em todo o caso, destacou que "um valor comum é a saúde" e que "a atualidade tem a mesma importância que a atualização científica", enquanto "os acontecimentos sociais como as eleições, os juramentos de Hipócrates, também são um momento alto para os médicos" (MENDES 2010). Relativamente ao facto de o jornal "fazer eco das políticas de saúde", a chefe de redação referiu que o jornal "o jornal está cada vez mais a acompanhar os acontecimentos políticos" e isto porque "vive-se uma fase em que a medicina e a política estão muito relacionadas", ou seja, "a saúde está muito politizada" (MENDES 2010).

Na análise dos valores-notícia da primeira página do "Tempo Medicina", obtiveram-se os três principais critérios de noticiabilidade: Atualidade (23,2%), Relevância (18,5%) e Novidade (18,2%). Seguem-se os Conflitos pessoais ou institucionais (14,6%) e, todos com 6,6%, os seguintes: Negatividade, Personalização e Proeminência Social dos Sujeitos Envolvidos. Por fim, surge a Proximidade, com 4,6%.

Quanto ao "Jornal Médico de Família", Miguel Mauritti revelou que apesar de na ficha técnica constar outro nome como chefe de redação, ele é que assumia essa função, pois, no seu entender "há papeis que numa redação pequena não faz sentido haver" (MAURITTI 2010). Sendo assim, coube-lhe falar sobre os critérios de noticiabilidade do jornal. A este propósito, afirmou: "jogamos com notícias que interessam e que só nós damos" (MAURITTI

2010). Além disso, reforçou: "nós procuramos dar notícias que interessem aos médicos", sobre a sua área, sobre o desenvolvimento profissional, as carreiras médicas, a situação laboral, entre outros assuntos (Cf. MAURITTI 2010). Finalmente, destacou que as questões políticas são "extremamente importantes, porque têm impacto direto no exercício profissional, na carreira e na remuneração" (MAURITTI 2010) dos médicos.

Analisando os valores-notícia da primeira página do "Jornal Médico de Família", observa-se uma predominância da Atualidade, com 24,9%, da Novidade, com 18,3%, da Proximidade, com 17,6% e Relevância, com 13,1%. Seguem-se os Conflitos Pessoais ou Institucionais, com 6,9%, Proeminência Social dos Sujeitos Envolvidos, com 6%, Personalização, com 5,8%, e Negatividade, com 5,2%. Os últimos lugares cabem ao Interesse Humano, com 1,9% e à Imprevisibilidade, com 0,4%.

Uma comparação entre os valores-notícia de cada jornal, demonstra as semelhanças e as diferenças entre ambos. A Atualidade é o valor-notícia mais importante para os dois. A Novidade tem um valor elevado e ao mesmo nível para ambos os jornais, sendo superada pela Relevância, no caso do "Tempo Medicina". Aliás, este último valor notícia é muito superior neste jornal em relação ao "Jornal Médico de Família", onde, pelo contrário existe um muito maior destaque para a Proximidade. Estas discrepâncias também ocorrem quanto aos Conflitos pessoais ou institucionais, bastante superiores no "Tempo Medicina", enquanto a Imprevisibilidade e o Interesse humano são mais fortes no "Jornal Médico de Família". Relativamente próximos entre os jornais, estão critérios como a Proeminência Social dos Sujeitos Envolvidos, a Negatividade e a Personalização, mas sempre um pouco mais valorizados no "Tempo Medicina". O Insólito não é um valor-notícia seguido por nenhum dos jornais em análise, pelo menos em termos de destaque de primeira-página.

10.3.5.1 Análise qualitativa global da primeira página

Aproveitando o facto de se ter analisado tanto os temas como os valores notícia da primeira página, achou-se por bem proceder a uma análise qualitativa global da primeira página, focada em quatro vertentes: temas, títulos, fotografias e publicidade.

Relativamente aos temas, no "Tempo Medicina" acontece que as questões socioprofissionais (incluindo aspetos políticos ou sindicais) dominam os temas centrais da primeira página. Os outros temas com chamada na primeira página diversificam mais, passando não só pelos assuntos profissionais, que mesmo assim predominam, como também por novidades clínicas e variados eventos médicos.

Por outro lado, no "Jornal Médico de Família", as questões: profissionais, especialmente ligadas à Medicina Geral e Familiar e Clínicos Gerais; institucionais (USF e hospitais) e clínicas (por exemplo Gripe A), dominam os Temas centrais da primeira página. Determinados eventos (congressos) na área da Medicina Geral e Familiar são também de grande importância, chegando, por duas vezes, a ocupar a totalidade da primeira página. Na barra lateral esquerda, salientam-se: temas debatidos em espaços de opinião; questões ligadas à proximidade (várias USF de todo o país); assuntos profissionais; eventos; reportagens; entrevistas e ainda o espaço do suplemento "Molécula", que está diretamente ligado a produtos, serviços, estudos ou eventos da Indústria Farmacêutica.

No que concerne aos títulos, no "Tempo Medicina" os temas centrais têm na sua maioria títulos essencialmente informativos ("As prioridades para a Saúde"), também há alguns títulos baseados em citações de determinadas fontes de informação ("Saúde Pública: 'Vai ter visibilidade como nunca teve'") e outros títulos curtos e mais apelativos ("Em suspenso", "Consentimento pouco informado", "Insatisfação"). Os outros temas com chamada na primeira página (que podem ser entre três ou cinco) são apresentados com títulos de um modo dominante informativos e também incluem várias vezes citações das fontes de informação.

No "Jornal Médico de Família", os títulos de destaque na primeira página possuem um forte pendor apelativo e emotivo. Numa linguagem informal, bastante pontuação (pontos de exclamação e reticências são uma constante nos títulos), chama-se a atenção para os temas em destaque, acompanhando sempre os títulos com um breve desenvolvimento das notícias, semelhante a uma entrada. Alguns exemplos de títulos são os seguintes: "Falta de respeito pela MGF!", "Médicos trabalham... no vazio legal", "Intempérie fez estragos: USF... Por água abaixo!", "Temos o primeiro Doutor... Em Coimbra!", "DGS dispensa atestados... Se a Educação deixar!"). Não deixam de existir, porém, títulos mais informativos (por exemplo: "Governo e sindicatos chegaram a acordo") e de citação (" 'A Saúde Pública está demasiado burocratizada' "). Numa coluna lateral esquerda, sempre presente (exceto nas edições especiais dedicadas aos congressos), faz-se uma espécie de índice remissivo para outros conteúdos do jornal, sendo de destacar que o espaço de "Crónicas" e respetivos títulos ocupa o lugar cimeiro de destaque, nesta coluna. Seguem-se chamadas para outras secções, como por exemplo: "Nacional", "Profissão", "Reportagem", "Entrevista" e finalmente o suplemento "Molécula".

Quanto à fotografia, na primeira página do "Tempo Medicina" destaca-se uma única foto central, do tema em destaque, sendo, na maior parte dos casos, de atores sociais envolvidos nas notícias e raramente de locais ou objetos. Relativamente ao "Jornal Médico de Família", prevalece o modelo de uma foto central, de tema em destaque, podendo existir outras mais pequenas (até seis fotos). O sujeito ou objeto fotografado pode ser o mais diversificado possível: utentes, médicos (não identificados: fotos de banco de imagens), atores sociais usados comos fontes de informação, objetos ligados à prática clínica ou à patologia referidas e até alguns desligados da prática médica (por exemplo: bolso vazio em notícia sobre crise). É de destacar uma das edições em que a imagem principal nem sequer é uma fotografia, mas sim um *cartoon* sobre os estudantes de Medicina no estrangeiro. A imagem não fotográfica (por exemplo, desenho), também aparece nalgumas edições, nas notícias em menor destaque na primeira página. Finalmente, nas duas

edições especiais dedicadas a congressos de clínica geral, a primeira página tem como fundo o cartaz do evento e dezenas de fotografias, em pequenos quadrados, dos seus protagonistas.

Por último, no respeitante à publicidade na primeira página, no "Tempo Medicina", com exceção de uma falsa capa publicitária, a norma é esta ocupar um quadrado no canto superior direito e uma faixa horizontal no fundo da página. Além disso, há capas, cinturas, folhetos ou outros formatos que acompanham também a publicação. Já no "Jornal Médico de Família", a publicidade costuma preencher um quadrado no canto superior direito e uma faixa horizontal no fundo da página. Além disso, há capas, cinturas ou folhetos que acompanham também a publicação. Nalgumas edições, há oferta de brindes (por exemplo: blocos de notas) de empresas farmacêutica e também falsos invólucros de medicamentos.

10.3.6 A linguagem

Já foram narrados vários aspetos relativos à linguagem utilizada nestes meios, nomeadamente acerca do cruzamento de linguagem jornalística com a linguagem científica da área médica. Como tal, na tabela seguinte apresentam-se alguns casos concretos das situações em que se deteta este hibridismo linguístico, bem como exemplos de cada uma destas linguagens.

Tabela 25 - Análise qualitativa da linguagem nos jornais de informação médica

	"Tempo Medicina"	"Jornal Médico de Família"
Linguagem Jornalística	-"Francisco Pavão fala sobre as dificuldades de quem estuda Medicina fora de Portugal: 'O Governo continua a desaproveitar os alunos estrangeiros' (título na página 1 da edição do dia 7/12/2009). - "O défice da Saúde subiu este ano, mas para Óscar Gaspar, secretário de Estado da Saúde, o valor não assusta" (parte do lead de notícia na página 28 da edição do dia 14/12/2009).	- "Dirigentes de 18 ligas de amigos de hospitais de todo o país apelaram, recentemente, à Assembleia da República, a aprovação da legislação que permita o acompanhamento dos doentes por familiar nos serviços de urgência" (lead de notícia na página 25 da edição do dia 30/6/2009). - "Aveiro Governo programa construção de novo hospital" (antetítulo e título de notícia publicada na página 16 da edição do dia 15/5/2009).

Linguagem Científica na área da Medicina	- "A dupla inibição controla os dois mecanismos fisiopatológicos da hipercolesterolemia de um modo mais fácil e seguro, conseguindo reduzir os valores de LDL para os níveis recomendados" (parte de notícia publicada na página 7 do suplemento "Terapêutica Médica" da edição do dia 21/9/2009). - "Um estudo, recentemente efetuado, mostrou que, em comparação com o atenolol, o nebivolol evidenciou a mesma eficácia anti-hipertensiva, mas melhorou os parâmetros hemodinâmicos de uma forma mais significativa, quer em repouso, quer durante o exercício, para além de ter aumentado mais significativamente o ratio E/A do inflow ventricular esquerdo durante a diástole" (parte de notícia publicada na página 4 do suplemento "Terapêutica Médica Suplemento" da edição do dia 14/9/2009).	- "A farmacêutica referiu que os dados apresentados recentemente na conferência anual da *American Thoracic Society* demonstram que todas as doses do agonista-beta 2 de ação prolongada atingiram o objetivo primário de eficácia na melhoria da função pulmonar versus placebo às 12 semanas" (parte de notícia publicada na página 3 do suplemento "Molécula" da edição do dia 31/5/2009). - "Uma vacina pediátrica indicada na prevenção da doença pneumocócica invasiva e das otites médias causadas pelo streptococcus pneumoniae em crianças com idades compreendidas entre os seis meses e os dois anos" (parte de notícia publicada na página 1 do suplemento "Molécula" da edição do dia 16/2/2009).
Hibridismo Linguístico	- "VIII Reunião Bienal da AMPIF Investigação de translação 'já é o presente'" (antetítulo e título de notícia publicada na página 4 da edição do dia 28/12/2009). - "Tratamento combinado usado no IPO Porto Mieloma múltiplo com terapêutica inovadora" (antetítulo e título de notícia publicada na página 1 do suplemento "Ecos" da edição do dia 19/1/2009).	- "APMCG é uma das entidades promotoras Displasia da anca vai ser alvo de rastreio nacional" (antetítulo e título de notícia publicada na página 6 da edição do dia 31/10/2009). - "Uma equipa de médicos portugueses participa pela primeira vez num grande estudo europeu observacional sobre o carcinoma do pulmão de células não pequenas" (parte do lead de notícia publicada na página 2 do suplemento "Molécula" da edição do dia 19/10/2009).

É de realçar que também já foi destacada a existência, nos jornais analisados, de textos em que se mesclam as linguagens jornalística e científica com referências a produtos ou empresas da área farmacêutica, mas este aspeto será abordado e exemplificado num dos capítulos seguintes.

10.3.7 A iconografia

Sabendo que "a importância de um texto pode ser acentuada pela integração de imagens que chamem a atenção e contribuam para que ele gere significado" (SOUSA 2006: 371), torna-se evidente que há vários aspetos em relação à dimensão iconográfica dos jornais que devem ser analisados, de modo a melhor os poder caraterizar e compreender. Neste sentido, irão ser apresentados os resultados obtidos através de um estudo quer da fotografia quer da imagem não fotográfica dos jornais, ou seja, infografia, gráficos, *cartoons* e ilustrações.

10.3.7.1) A fotografia

Em relação à fotografia, esta análise veio corroborar a ideia que "é o principal veículo de informação não textual que se encontra nos jornais e revistas" (SOUSA 2006: 372). Sendo assim, percebe-se que tenha sido a área da imagem observada mais detalhadamente. Em concreto, estudaram-se os seguintes pontos relativos à fotografia: a dimensão em relação à página; a localização das mesmas nas páginas e no próprio jornal; os sujeitos e/ou objetos fotografados. Julga-se conseguir, desta forma, perceber as funções da fotografia para estas publicações, pois, como se sabe, "as fotografias contribuem para informar, para enfatizar matérias e para a atribuição de sentido e enquadramento de um acontecimento, podendo ter igualmente funções estéticas" (SOUSA 2006: 373).

Dimensão

Não há dúvidas que a dimensão de determinado texto ou imagem nas páginas de um jornal revela a importância que lhe é atribuída, sendo tanto maior quanto maior for o espaço que ocupa. Daí considerar-se importante a sua análise.

Verificou-se que quer no "Jornal Médico de Família", quer no "Tempo Medicina", predominam as fotografias que ocupam menos que um quarto de página. Contudo, enquanto representam 92% das fotografias no primeiro jornal, são somente 56% no segundo. Fotografias que ocupam entre um quarto de página e meia página representam 36% do total das publicadas

no "Tempo Medicina" e apenas 6% no "Jornal Médico de Família". Por fim, existem 8% de fotografias no "Tempo Medicina" que ocupam mais do que meia página, o que constitui um valor superior ao 1,5% do "Jornal Médico de Família".

Localização na página

A localização das fotografias na página também é reveladora da importância que lhes é atribuída. Assim, uma fotografia colocada no topo da página é, em princípio, considerada mais importante do que uma que esteja em rodapé. No caso da fotografia estar posicionada ao centro, esta também é valorizada.

Através da análise efetuada, constatou-se que as fotografias colocadas no topo superior da página representam 78% das fotografias do "Tempo Medicina", contrastando com os 36% do "Jornal Médico de Família". Pelo contrário, na parte inferior da página encontra-se a maioria das fotografias do "Jornal Médico de Família" (37%), enquanto na mesma localização apenas estão 11% das do "Tempo Medicina". Este jornal coloca a mesma percentagem (11%) de fotografias no centro da página, ao passo que o "Jornal Médico de Família" chega aos 27%.

Localização no jornal

No que diz respeito à localização das fotografias no jornal, apenas se analisaram duas situações específicas: a presença de fotografias na primeira e na última página.

Em relação à primeira página, concluiu-se que, por norma, no "Tempo Medicina", existe apenas uma fotografia, com uma dimensão entre um quarto de página e meia página. Por outro lado, o "Jornal Médico de Família" não é tão uniforme, e embora tenha sempre fotografias, o seu número, dimensão e localização variam. De facto, tanto surge uma fotografia principal (com uma dimensão entre um quarto de página e meia página) acompanhada de outras secundárias (cerca um quarto de página), como não existe nenhuma fotografia em destaque e, ao invés disso, surgem várias de dimensão semelhante (normalmente menores do que um quarto de página).

No concernente à existência ou não de fotografias na última página, voltam a existir diferenças. Na verdade, no "Tempo Medicina" aparecem sempre fotografias, tendo, na maioria das vezes, um tamanho menor do que um quarto de página. Por outro lado, no "Jornal Médico de Família" não existem fotografias, mas, quase sempre um *cartoon* ou, quando este não é publicado, um cartaz de eventos.

Sujeitos e/ou objetos retratados nas fotografias

Depois de se verem tantos dados numéricos, a questão que surgiu foi a seguinte: mas afinal, o que ou quem é fotografado? Para dar resposta a tal resposta foram analisadas todas as fotografias publicadas nos jornais em estudo.

No "Tempo Medicina", destacam-se de um modo inequívoco, com 73,8%, as fotografias dos Atores sociais entrevistados, citados ou referidos nos textos. Embora muito distantes em relação a esta categoria, seguem-se, entre os mais fotografados: as Audiências de congressos, reuniões e outros eventos médicos (5,8%); as Instituições ou locais referidos no texto (3,6%); Cartazes de eventos médicos (3,4%); Produtos culturais (livros, pintura, escultura, música) de e/ou para médicos (2,2%); Medicamentos e Médicos em ambiente hospitalar, consultas e outros atos médicos (ambos com 1,8%); Profissionais de saúde não médicos (1,6%); Utentes e/ou doentes com determinada patologia (1,4%) e Jornais, revistas ou outros documentos escritos (1,2%).

Passando para o "Jornal Médico de Família", a maior parte das fotografias (44,8%) é relativa aos Atores sociais entrevistados, citados ou referidos nos textos. Seguem-se: as Instituições ou locais referidos no texto (15,9%); Médicos em ambiente hospitalar, consultas e outros atos médicos (6,7%); Logotipos e símbolos da indústria farmacêutica (5,5%); Utentes e/ ou doentes com determinada patologia (4,6%); Cartazes de eventos médicos (3,8%) e Objetos não ligados à prática médica (3,4%). Ainda com algum destaque, aparecem: Jornais, revistas ou outros documentos escritos (2,5%); Pessoas indiferenciadas (2,4%) e Medicamentos (2,1%). Finalmente, marcam presença as Audiências de congressos, reuniões e outros eventos médicos (1,9%);

Equipamentos e utensílios médicos (1,8%); Profissionais de saúde não médicos (1,5%); Produtos culturais (livros, pintura, escultura, música) de e/ ou para médicos (1,0%; Imagiologia médica (0,9%); Corpo Humano (0,5%) e Logotipos e Símbolos de Associações Médicas (0,4%).

Comparando os dois jornais, torna-se evidente que, embora os Atores sociais entrevistados, citados ou referidos nos textos sejam o alvo predominante das fotografias em ambos, a importância é muito maior para o "Tempo Medicina". Por outro lado, as Instituições ou locais referidos no texto são um dos mais relevantes tópicos das fotografias do "Jornal Médico de Família", o que não acontece com o outro jornal.

Alguns dos temas em que o "Jornal Médico de Família" se destaca em relação ao "Tempo Medicina", pela maior percentagem de fotografias, são: os Médicos em ambiente hospitalar, consultas e outros atos médicos%); Logotipos e símbolos da indústria farmacêutica; Utentes e/ ou doentes com determinada patologia e Objetos não ligados à prática médica. Por sua vez, o "Tempo Medicina" tem um maior número de fotografias relativas a Audiências de congressos, reuniões e outros eventos médicos.

10.3.7.2 A imagem não fotográfica

Quanto a todas as imagens não fotográficas, decidiu-se perceber a relevância que assumem em cada um dos meios, elencando-se quatro categorias: infografia, gráficos, *cartoons* e ilustrações.

No "Tempo Medicina", os Gráficos são o elemento iconográfico predominante (57,1%), seguindo-se as Ilustrações 28,6%) e finalmente as Infografias (14,3%). Quanto a *Cartoons*, estes não aparecem no jornal analisado.

Já no caso do "Jornal Médico de Família", há um empate, na primeira posição, entre os *Cartoons* e as Infografias, ambos com 32,1%. Depois aparecem as Ilustrações, com 28,3% e os Gráficos, com 7,5%.

Comparando a iconografia não fotográfica das duas publicações, sobressai o equilíbrio na importância das Ilustrações e as divergências em todas as outras áreas. Realmente, o ênfase dado aos Gráficos é muito superior no

"Tempo Medicina" do que aquele que existe no "Médico de Família". Este, por sua vez, destaca-se pelo maior número de Infografias em relação ao outro jornal, bem como pela publicação elevada de *Cartoons*, que simplesmente não existem no "Tempo Medicina".

10.3.8 A edição *online*

Dado que os jornais analisados também marcavam presença na internet, já em 2010, além da edição impressa, pareceu pertinente fazer uma breve caraterização da mesma, além de questionar os responsáveis pelas publicações acerca dos objetivos que norteiam a existência destas versões *online*.

10.3.8.1 Caraterísticas

A edição *online* do jornal "Tempo Medicina" estava disponível em: http://www.tempomedicina.com, enquanto o "Jornal Médico de Família" encontrava-se em: http://www.jmfamilia.com (endereço que já não existe). De modo a realizar uma caraterização muito sucinta do que se pode encontrar nestas versões *online* dos meios estudados, analisaram-se os seguintes sete parâmetros: acesso aos conteúdos, tipos de dados disponíveis, publicidade, ligação à edição impressa, contactos, componente multimédia e interatividade.

Em relação ao acesso aos conteúdos, verifica-se, desde logo, uma grande diferença entre as duas publicações. De facto, o "Tempo Medicina" limitava o acesso aos conteúdos do jornal a médicos, indicando que tal acontecia por razões legais, e obrigando ao registo, através do nome clínico e da cédula profissional. Por outro lado, o "Jornal Médico de Família" era totalmente de acesso livre, havendo a possibilidade de registo, mas apenas para receber a *newsletter* e ter acesso a outras ações adicionais.

Quanto ao tipo de dados disponíveis, existiam os conteúdos do próprio jornal, apenas acessíveis no "Jornal Médico de Família", enquanto no "Tempo Medicina" apenas surgia título e entrada dos três ou quatro temas em destaque. Além disso, ambos apresentavam a Ficha Técnica e as funcionalidades de Pesquisa e Arquivo. No entanto, há itens que apenas surgiam no "Tempo

Medicina", como é o caso dos Princípios Editoriais, uma secção de Reuniões e Congressos (agenda) e, finalmente, uma secção dedicada à empresa que publica o jornal: a Impremédica. Por sua vez, o "Jornal Médico de Família" aproveitava a plataforma *online* para outros espaços: Farmácias de Serviço, Hiperligações (*links*) para instituições, *Feeds* de notícias de meios internacionais na área médica, Inquéritos, Passatempos e Publicações especiais. Embora tivesse a secção Agenda, esta encontrava-se vazia.

Quanto à publicidade, esta era totalmente inexistente no "Tempo Medicina" para utilizadores não médicos. Mesmo para os médicos esta só surgia quando se visualizava a primeira página da edição impressa, reproduzida na versão *online*. Já no "Jornal Médico de Família", a situação era muito diferente. Além dos parceiros institucionais, que são empresas farmacêuticas e estão sempre presentes no topo da página, abaixo do cabeçalho, de cada secção da edição *online*, existiam ainda anúncios a congressos. No entanto, na secção dedicada à Edição Impressa, onde estavam, em formato PDF, digitalizações dos jornais em papel, os locais onde aparecia publicidade estavam em branco, de modo a não surgirem os anúncios.

No que concerne à ligação à edição impressa, o "Tempo Medicina" tinha sempre a 1ª página da edição semanal, bem como todas as secções e suplementos do jornal disponíveis de modo autónomo. Contudo, no "Jornal Médico de Família", embora também tivesse uma parte intitulada Edição Impressa, esta encontrava-se desatualizada. Neste meio, as edições impressas eram colocadas página por página em formato PDF, retirando a publicidade, como já foi referido.

A questão que se segue é esta: os meios aproveitam o suporte *online* para facilitarem o contacto com o leitor? No caso do "Tempo Medicina", era fornecida a morada, números de telefone e fax e *emails* gerais do jornal. Por seu turno, o "Jornal Médico de Família", além dos dados do outro jornal, fornecia ainda os *emails* específicos dos jornalistas da redação, do diretor, da secção de Fotografia, bem como dos Departamentos de Publicidade e de Secretariado e Assinaturas.

No que diz respeito à componente multimédia, ambos os meios estão em pé de igualdade: não aproveitavam as suas potencialidades. Para além das fotografias, não havia qualquer componente multimédia, em nenhum dos jornais *online* como por exemplo: vídeos, sons, info-animação, entre outros.

Finalmente, a interatividade não era aproveitada pelo "Tempo Medicina", que apenas realiza, ocasionalmente, inquéritos. No entanto, o "Jornal Médico de Família", além do inquérito, apresentava aos leitores a possibilidade de fazerem comentários às notícias, bem como classificá-las, citá-las, enviá-las a um amigo, transformá-las numa versão PDF, imprimi-las e partilhá-las nas redes sociais.

10.3.8.2 Objetivos

Depois de se terem apresentado as caraterísticas essenciais das versões *online* dos jornais analisados, convém perceber quais são as motivações para a existência das mesmas e quais as funções que os respetivos diretores e chefes de redação lhes atribuem. Para tal, apresentar-se-ão os depoimentos obtidos através das entrevistas realizadas.

"Tempo Medicina"

Relativamente ao "Tempo Medicina", o diretor, José Antunes, justificou a presença *online* porque "há quem prefira ler *online*, principalmente os médicos mais novos" (*Cf.* ANTUNES 2010). Contudo, considerou que "há ainda uma atração do papel, mesmo para as novas gerações, o que é interessante" (*Cf.* ANTUNES 2010). Em suma, "a maior parte dos médicos que lê *online* são os mais novos, enquanto os mais velhos preferem o papel" (*Cf.* ANTUNES 2010). Além disso, o diretor afirmou que a edição *online* "chama para a edição impressa e, ao mesmo tempo, tem notícias que resultam de outras que saíram no papel e sobre as quais, durante a semana, vão sendo dados mais pormenores, o que acontece, por vezes, quando se tratam questões polémicas" (*Cf.* ANTUNES 2010).

Por sua vez, Teresa Mendes, chefe de redação do mesmo jornal, indicava que "a edição *online* serve essencialmente para duas coisas" (MENDES 2010). Por um lado, como explicou, "serve para publicar trabalhos que não têm es-

paço em papel, que é sempre reduzido, e para desenvolver alguns textos que saem na edição impressa, para quem quiser aprofundar esse assunto" (*Cf.* MENDES 2010). Por outro lado, permite ainda "antecipar notícias, porque o jornal fecha à sexta, e na segunda-feira ou terça-feira aparece uma novidade e pondera-se: coloca-se já *online* ou guarda-se?" (MENDES 2010).

"Jornal Médico de Família"

Relativamente ao "Jornal Médico de Família", Miguel Mauritti admitiu que "a página *online* tem a ver com a necessidade de atualmente todos precisarem de uma página *online*. É uma daquelas estruturas que evoluiu imenso, também pela evolução das próprias tecnologias" (MAURITTI 2010). Quando questionado acerca do objetivo da edição *online*, o diretor foi claro: "o objetivo é conseguir duas coisas. A primeira é a necessidade de exposição noticiosa, que extravase a periodicidade do jornal, que é quinzenal. Aliás, a periodicidade também tem outras implicações relevantes em termos de distribuição, porque a lei obriga a que os correios entreguem no prazo de um dia os jornais semanais e diários, mas nos quinzenais são dois ou três dias. Por outro lado, temos notícias que são nossas e há necessidade de sermos os primeiros, pelo que colocamos na internet" (*Cf.* MAURITTI 2010). Então, há dois critérios fundamentais: "o critério da atualidade, que por vezes não se coaduna com a periodicidade, e a exclusividade, pois há notícias que queremos ser nós os primeiros a publicar" (MAURITTI 2010). Relativamente à possibilidade de as edições *online* poderem vir a substituir os jornais impressos, o entrevistado foi perentório: "Não acredito. As pessoas continuam a querer receber as edições em papel. É inevitável que daqui a uns anos não haja papel, mas ainda não é por agora" (MAURITTI 2010).

10.3.9 O processo de produção jornalística nos jornais de informação médica

Depois de se terem visto as principais caraterísticas dos jornais de informação médica enquanto produtos jornalísticos, será descrito o processo de produção dos mesmos. Os aspetos considerados mais pertinentes para cumprir os objetivos desta investigação foram quatro. O primeiro é relativo

à estrutura da redação, isto é, o número e qualidade de jornalistas (permanentes e colaboradores) e redatores médicos, bem como o relacionamento e interligação com os outros sectores da empresa: publicidade, administrativo e direção, entre outros. Um segundo ponto merece atenção específica: os autores dos textos publicados, o que se conseguiu pela análise de conteúdo das duas publicações. Em terceiro lugar, apresentam-se os testemunhos dos chefes de redação dos jornais acerca das rotinas produtivas da atividade jornalística, inclusivamente do livro de estilo e outras normas internas. Por último, aborda-se a questão fulcral da relação entre jornalistas e atores sociais como fontes de Informação. Isto é feito fazendo o cruzamento das opiniões dos chefes de redação acerca desta temática, com os resultados obtidos através da análise de conteúdo dos jornais de informação médica.

10.3.9.1 Estrutura da redação

O conhecimento da estrutura da redação dos jornais de informação médica é fundamental para compreensão dos mesmos. A propósito, Érik Neveu refere quatro elementos-chave da estrutura hierárquica de uma redação: o redator-chefe, que define a linha editorial da publicação; o secretário de redação, a quem cabe gerir a distribuição do espaço redatorial, acompanhar a entrega dos trabalhos dentro dos prazos, controlar a sua formatação e qualidade fazer face aos imprevistos; o editor de secção, responsável por área temática especializada e o empresário de comunicação social, que "pode desempenhar um papel crucial quando decide não ser apenas responsável no seio do grupo económico, mas exercer também influência efetiva nos conteúdos redatoriais" (*Cf.* NEVEU 2005: 56 - 57). Irá perceber-se, em seguida, se, nos jornais de informação médica, estes ou outros elementos constituem a redação dos mesmos.

Por outro lado, procurar-se-á perceber qual o papel dos médicos na redação, isto é, se ocupam funções diretivas, consultivas e/ou escrevem nas publicações. Além disso, em relação aos jornalistas, será explicada a diferença entre os que ocupam um lugar permanente na redação e os colaboradores, que recebem "à peça", normalmente de acordo com uma tabela de remunerações que assenta no número de carateres dos textos.

"Tempo Medicina"

No que é relativo ao seu próprio papel, o diretor, José Antunes, elucidava que tinha que "fazer a gestão da casa e a direção do jornal. De facto, era muito mais interessante se pudesse haver uma direção do jornal e uma administração ou gestão, mas não é possível, pois não há capacidade financeira para tal" (*Cf.* ANTUNES 2010). "Eu tenho que pensar as coisas de uma forma integrada", conclui.

Fazendo uma retrospetiva da evolução da estrutura da redação, o diretor recordou que o jornal começou com jornalistas dos jornais diários de Lisboa e com alguns redatores médicos (*Cf.* ANTUNES 2010). Mais tarde, como lembra, "na fase entre 1997 e 2000, o jornal teve uma redação relativamente jovem" (ANTUNES 2010). Outro aspeto focado pelo diretor é o facto de "sempre ter tido correspondentes, ou seja, jornalistas que trabalham à distância, principalmente em Coimbra e no Porto, e cuja variação em termos de quantidade (sendo que já houve bastantes mais) acontece "em função da oscilação do mercado" (ANTUNES 2010).

Na perspetiva de Teresa Mendes, chefe de redação do "Tempo Medicina", a estrutura da redação que coordenava caraterizava-se por ter: "quatro jornalistas e um *copy*/editor, por quem passam todos os textos. Alguns jornais ainda têm esta função, mas muitos já aboliram este cargo, perdendo-se muito na qualidade do produto final, pelo que continua a ser indispensável" (MENDES 2010). Além disso, o jornal contava com três colaboradores: um em Lisboa, outro em Coimbra e um no Porto. Relativamente à fotografia, também existiam colaboradores em Coimbra, Porto e no Algarve, embora tudo fosse coordenado na sede, em Lisboa (*Cf.* ANTUNES 2010). Todos estes dados podiam ser verificados na ficha técnica do jornal, na secção "Imagem", havendo ainda referência à equipa responsável pelo departamento de "Grafismo e Paginação". Aliás, no que concerne ao funcionamento da redação, o diretor explicou que havia uma separação de tarefas, coisa já não acontecia em muitos meios. Deste modo, as peças jornalísticas fazem-se de forma autónoma, depois inserem-se as fotografias e só no final é que se processa a paginação (*Cf.* ANTUNES 2010).

Acerca desta temática, a coordenadora da redação, Teresa Mendes, defendeu que a redação englobava a fotografia e a paginação, pois, como destacava "isto ainda é um trabalho de equipa, toda a gente tem a dizer qualquer coisa" (MENDES 2010). E exemplificou: "o jornalista pode imaginar que uma caixa fica bem, mas às vezes só quando se está a paginar é que se percebe como é que as coisas ficam melhor, e têm que se adaptar os títulos" (MENDES 2010). De igual modo, como acrescentou, "com a fotografia é a mesma coisa, principalmente nas idas ao terreno, em que vão sempre jornalista e fotógrafo e estes comunicam entre si, sobre o ângulo que o jornalista vai abordar o assunto, havendo, em consequência, uma coordenação entre os textos e as respetivas fotografias" (MENDES 2010).

Referindo-se aos suplementos "Terapêutica Médica", "Terapêutica Médica Suplemento" e "Ecos", José Antunes explicou que os textos eram, a maioria das vezes, escrito por redatores médicos (*Cf.* ANTUNES 2010). Portanto, "têm uma lógica mais relatorizada e não propriamente de texto jornalístico" (ANTUNES 2010), embora também tenha "pequenas notícias quase sempre escritas por jornalistas" (ANTUNES 2010). Na verdade, na ficha técnica da publicação era bem nítida a distinção entre: a redação (coordenada por Teresa Mendes) e respetivos jornalistas; colaboradores permanentes e colaboradores, que são também jornalistas e os redatores médicos, que escrevem na publicação. Além disso, surgiam identificadas as duas responsáveis pelo secretariado da redação, bem como o coordenador da edição *online* do jornal.

"Jornal Médico de Família"

Quanto ao "Jornal Médico de Família", o diretor, Miguel Mauritti, esclareceu que a redação era constituída "apenas por cinco jornalistas" e "não existem colaboradores" (MAURITTI 2010). Após a análise do jornal, constatou-se que os nomes que surgem referenciados na ficha técnica como colaboradores são redatores médicos que escrevem na publicação. Além disso, ainda na ficha técnica, embora fossem identificados dois criadores de ilustrações, à secção de fotografia não se atribuem quaisquer autores, sen-

do só atribuída a menção genérica do nome da empresa que edita o jornal (VFBM Comunicação, Lda.), o mesmo acontecendo com o departamento de grafismo.

Acerca do papel desempenhado pela direção nesta estrutura, o mesmo esclareceu: "numa redação tão pequena, eu coordeno a redação, posso e fixo as prioridades da agenda. Embora não haja monopólio na construção da agenda dos jornalistas, pois eles têm liberdade, acabo por assumir também a função de chefe de redação" (MAURITTI 2010). "Há papéis que numa redação pequena não faz sentido haver", justifica.

10.3.9.2 Autores dos textos

Os autores dos textos que compõem os jornais de informação médica constituem um dos elos relevantes do processo produtivo. Neste sentido, surgiu a necessidade de identificar e quantificar quem escreve nestes meios, através de cinco categorias principais: jornalistas de redação, jornalistas colaboradores, redatores médicos, agências noticiosas, diretor e outros, isto é, todos aqueles que não fazem parte das respetivas fichas técnicas.

No "Tempo Medicina", predominam os textos assinados por jornalistas de redação, mais concretamente 50,6%. Seguem-se os jornalistas colaboradores, com 31,4% e outros com 16,9%. Neste último caso, após uma análise qualitativa completa do jornal, percebe-se que encontram-se, maioritariamente, médicos que escrevem artigos de opinião, mas que não têm qualquer vínculo com o mesmo de acordo com a ficha técnica. Por último, também o diretor tem a sua quota-parte de textos (1,2%), principalmente devido aos editoriais.

O facto de não se encontrarem artigos escritos pelos redatores médicos é aparentemente uma contradição entre o que consta na ficha técnica e, até, aquilo que José Antunes referiu acerca das suas funções: "escrever *reporting* de acontecimentos mais técnicos, de mesas-redondas, de conferências, atribui-se aos redatores médicos, e não se lhes pede que escrevam uma peça jornalística, mas sim um *reporting*" (ANTUNES 2010). A explicação encontrada para isto, depois do estudo aprofundado dos jornais, está no facto de

estes textos não aparecerem assinados, sendo quase sempre considerado conteúdo "redactorial" e colocados nos suplementos mais destinados à divulgação de conteúdos apoiados, de algum modo, pela indústria farmacêutica.

Já no "Jornal Médico de Família", a situação é diferente, pois Miguel Mauritti declarou: "não temos médicos na redação, mas temos apoio quando precisamos de uma opinião. Não somos um jornal científico, mas isto não quer dizer que as notícias não tenham a ver com o desenvolvimento científico".

Na verdade, o que se deteta na análise do jornal é que existe uma quantidade considerável de textos assinados pelos tais redatores médicos (23,8%), apenas superada pela quantidade de artigos da autoria de jornalistas da redação (51,6%). A atividade do diretor do autor também é digna de registo, dado que representa 16,4% dos textos. Por fim, surgem os escritos de outros autores, e que representam, quase sempre a participação de médicos externos ao grupo permanente de colaboradores do jornal.

Numa abordagem comparativa entre os dois jornais, encontra-se um único ponto em comum: em ambos os casos os jornalistas da redação são os principais autores dos artigos publicados. De resto, em relação aos jornalistas colaboradores, estes representam um papel fundamental no "Tempo Medicina" e são inexistentes no "Jornal Médico de Família". A situação inversa ocorre com os redatores médicos, com um lugar de relevo no "Jornal Médico de Família" e estando completamente ausentes (pelo menos de forma visível, assinado as peças) do "Tempo Medicina".

Existem ainda outras discrepâncias, mais especificamente na importância muito maior do diretor do "Jornal Médico de Família" neste papel, enquanto, pelo contrário, a quantidade de outros autores a assinarem peças no "Tempo Medicina" é mais elevada do que no outro jornal.

10.3.9.3 Rotinas profissionais

Tendo por base a definição de rotinas profissionais jornalísticas por Jorge Pedro Sousa, estas são "os processos convencionalizados e algo mecanicistas de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas

tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a fatores socio-organizacionais" (SOUSA 2000: 52). Perante esta ideia, compreende-se a premência de ter uma noção daquelas que constituem as rotinas dos jornais de informação médica.

Embora não tenha sido feito um estudo detalhado das rotinas jornalísticas, o que seria conseguido, por exemplo, através do método de observação participante ou não participante, procurou-se traçar um esboço das mesmas. Para atingir este objetivo, analisaram-se as respostas dos chefes de redação dos jornais, quando questionados acerca desta temática nas entrevistas realizadas. A este nível, as perguntas incidiram fundamentalmente nas rotinas produtivas daqueles meios, bem como no livro de estilo ou outras normas internas que condicionem a produção jornalística.

"Tempo Medicina"

Relativamente ao jornal "Tempo Medicina", a coordenadora da redação, Teresa Mendes, descreveu assim o quotidiano da produção jornalística naquele meio: "é uma redação muito tranquila, no sentido em que não se pode comparar a uma redação de um jornal diário. É tranquila mas muito atenta. Isto porque a atenção é o fator-chave para esta redação funcionar bem, porque como semanário, somos os últimos a trazer as notícias. Portanto, a atenção é para tentarmos dar notícias em primeira mão, o que é difícil, mas às vezes conseguimos porque somos especializados e temos fontes privilegiadas. Aliás, mesmo quando não somos os primeiros a dar as notícias, fornecemos sempre uma informação complementar àquela que o generalista trouxe" (MENDES 2010). "Essa é a nossa mais-valia, é nisso que nós apostamos", rematou.

Dando pormenores concretos sobre as várias etapas do processo de produção noticiosa, Teresa Mendes explicou que "a agenda é pesquisada pelo secretária de redação, marcada pelo diretor e depois organizada pela coordenadora da redação" (*Cf.* MENDES 2010). Além disso, como acrescentou, os próprios jornalistas também colaboram na construção da agenda (*Cf.*

MENDES 2010). Além disso, "há trabalhos de investigação, paralelamente, assuntos que são seguidos, semana após semana, e que não dependem de agenda" (MENDES 2010) e também "há trabalhos de reportagens e entrevistas" (MENDES 2010). Em suma, "são estes os quatro pilares ou pontos de partida para o trabalho: a agenda, a investigação, as reportagens e as entrevistas" (MENDES 2010).

Outro ponto relativo ao processo de elaboração do jornal, que foi esclarecido pela coordenadora da redação, refere-se à realização de "reunião semanal, onde se vê a agenda que está marcada, distribui-se a mesma pelos jornalistas, conversa-se sobre os assuntos que vão ser seguidos ou iniciados e ainda são propostos temas pelos jornalistas" (MENDES 2010). Depois de se decidirem os temas, "sejam eles de agenda, investigação ou outros, parte-se para o trabalho, através do telefone ou idas ao terreno" (MENDES 2010).

Quanto ao livro de estilo do "Tempo Medicina", o diretor do jornal, José Antunes, afirmou existir "um conjunto de regras escritas, não propriamente um livro de estilo formal, que foram modificadas em função desta evolução do jornal" (ANTUNES 2010). De igual modo, a coordenadora da redação também aludiu à evolução deste manual, considerando que este "está mais solidificado" (MENDES 2010). Além disso, realça que este "livro de estilo é muito importante, sendo seguido religiosamente" (MENDES 2010). Isto porque, como explicou, há coisas de que não abdicam e muitas vezes não são de conteúdo, são mesmo formais, como por exemplo, indicando o número de carateres que devem ter as entradas, que as caixas não são maiores que os textos, entre outras coisas (*Cf.* MENDES 2010).

A utilidade deste tipo de livro de estilo foi justificada pela coordenadora da redação que admite que embora lá não conste nada que o jornalista não saiba, se estiver escrito facilita imenso a tarefa de cada um. Além disso, tem especificidades próprias de um jornal para médicos (*Cf.* MENDES 2010). No final, como indicou, procura-se "proporcionar ao leitor uma leitura agradável, só possível com um equilíbrio entre o conteúdo e também do ponto de vista formal" (*Cf.* MENDES 2010).

"Jornal Médico de Família"

No "Jornal Médico de Família", como relatou o diretor, que também coordenava a redação, era ele quem fixava a agenda (*Cf.* MAURITTI 2010). Não obstante, "os jornalistas têm total liberdade de proporem temas para a agenda, aliás são muito incentivados a fazê-lo" (MAURITTI 2010). Outro aspeto importante é que neste jornal, como revelou, "não há livro de estilo" (MAURITTI 2010). Tal acontece, de acordo com Miguel Mauritti, devido ao facto de existir "um número muito limitado de jornalistas", defendendo que "o livro de estilo justifica-se em jornais com mais de dez pessoas" (MAURITTI 2010). Aliás, como esclareceu, não impõe muitas regras aos jornalistas, porque ele mesmo assume como função editar e formatar tudo antes de ser publicado (MAURITTI 2010).

10.3.9.4 Relação entre jornalistas e atores sociais como fontes de informação

O conhecimento da relação que se estabelece entre os jornalistas e os atores sociais contribui para responder às três principais questões desta pesquisa relativas às caraterísticas dos jornais de informação médica como produto jornalístico, às consequência da dependência em relação à indústria farmacêutica e às funções dos jornais de informação médica. Neste sentido, serão cruzadas as informações obtidas através das entrevistas com os diretores e chefes de redação dos jornais com a análise de conteúdo dos mesmos, no respeitante aos atores sociais que são fontes de informação dos jornalistas, a forma como estes são citados e a fórmula de tratamento dos mesmos.

10.3.9.4.1 Perspetiva dos chefes de redação e diretores

Neste ponto, procurar-se-á fornecer o ponto de vista dos elementos que coordenam as redações e as publicações sobre a relação que se estabelece entre estes meios e os vários atores sociais na área médica que, potencialmente, são fontes de informação.

"Tempo Medicina"

Quando questionada sobre a proatividade das fontes de informação, Teresa Mendes, coordenadora da redação do "Tempo Medicina", destacou que a maioria dos *press-releases* são enviados pela indústria farmacêutica (*Cf.* MENDES 2010). Por outro lado, revelou que "é muito raro receber *press-releases* de faculdades, de universidades, de centros de investigação, com exceção da universidade do Porto" (MENDES 2010). Outra fonte que costuma ser ativa, como acrescentou, "são os sindicatos médicos, que, por natureza, têm esse papel" (MENDES 2010). Quanto aos órgãos governamentais, a chefe de redação explicou que "o Ministério da Saúde às vezes faz comunicados, mas é mais a nível de saúde pública, como foi por exemplo "com a Gripe A, que houve muitos comunicados do Ministério da Saúde" (MENDES 2010) ou então a nível institucional, quando, por exemplo, vão inaugurar algum local (*Cf.* MENDES 2010). Porém, de um modo geral, defendeu que "tanto o Ministério da Saúde como os seus órgãos periféricos – a Direção Geral de Saúde, a Administração Central do Sistema de Saúde – são órgãos pouco ativos" (MENDES 2010).

Em relação à possível preponderância de algumas fontes de informação em detrimento de outras, a chefe de redação, admitiu que embora se tente que isto não aconteça, "é inevitável, principalmente num jornal especializado, que não haja uma fidelização às fontes, o que é fundamental" (MENDES 2010). Aliás, utilizou a seguinte metáfora: "nós temos que ter sempre uma relação de compromisso sério, é como um casamento. Temos que escrever exatamente aquilo que nos dizem, para que na próxima vez que quisermos confirmar uma coisa ou saber uma novidade haja uma relação de confiança. Portanto, é natural que haja essa fidelização" (MENDES 2010). Como realçou, embora seja "tentador, contactar sempre as mesmas pessoas, na redação faz-se um esforço para mudar de fontes" (MENDES 2010). Contudo, "as fontes em medicina não são muito fáceis", pois "os médicos são muito ocupados" (MENDES 2010). E explicou: "para falar com um presidente de um conselho de administração é muito complicado. Portanto, quando conseguimos essa fonte pela primeira vez, temos que ficar fiéis a ela" (MENDES

2010). A propósito, relatou que "os médicos e as administrações dos hospitais e centros de saúde, perdem um pouco por não falarem" (MENDES 2010).

Relativamente ao contacto que se estabelece entre o jornal e os doentes e associação de doentes ou familiares de doentes, Teresa Mendes, explicou que "quando uma associação de doentes quer publicar alguma coisa, por vezes envia informação, mas não se recebem telefonemas de associações de doentes, é muito raro" (MENDES 2010). "Não há uma relação a esse nível", admitiu. Mesmo em relação aos doentes, a título individual, são poucos os contactos que se estabelecem porque, e isto como revelou, "pela dificuldade que existe em encontrar um doente padrão e porque o doente está sempre numa circunstância difícil. Pode haver questões éticas e um doente é sempre uma pessoa que está doente, ou seja, de alguma forma a sua doença pode interferir no seu juízo de valor" (MENDES 2010). Apesar de tudo, "numa reportagem feita fora do contexto de crise, por exemplo, sobre um aniversário de um centro de saúde, já é vulgar estabelecer contacto com pais de crianças, antigos doentes, utentes, entre outros" (*Cf.* MENDES 2010).

Por sua vez, José Antunes, diretor do "Tempo Medicina", quando inquirido sobre a existência de pressões das fontes de informação sobre o conteúdo publicado, respondeu: "como órgão independente, o jornal questiona os problemas que vão aparecendo está sempre a levar com aquilo que hoje em dia chama-se pressões, mas que para mim é uma coisa perfeitamente normal, considero que faz parte do relacionamento normal entre um órgão de informação e as instituições e as pessoas do meio" (ANTUNES 2010). Então, como acreditava, "em termos de desafios, o principal desafio é a questão mercado" (ANTUNES 2010). No entanto, como acrescenta, "dado o estatuto do jornal adquirido ao longo dos anos, este pode dar notícias negativas" (ANTUNES 2010). E concretizou: "Por exemplo, nos textos relatorizados sobre novos estudos a medicamentos, durante muito tempo, eu resisti a dar notícias sobre estudos negativos, não dava. Depois comecei a dar, e ao fim

de uns anos de vivência no jornal, não tive quaisquer problemas por dar resultados de estudos negativos, ou seja, o jornal já tinha ganho esse estatuto" (ANTUNES 2010).

José Antunes sublinhou a ideia que "o jornal expressa opinião própria" (ANTUNES 2010). Além disso, afiançou: "sempre fomos uma tribuna de opinião de médicos, ou seja, orgulho-me de nunca ter deixado de publicar nenhum artigo de opinião de nenhum médico acerca do que quer que fosse, do meio médico, ou do meio da saúde" (ANTUNES 2010). "A única coisa que excluímos, por princípios editoriais, é que ninguém pode insultar ninguém, nas nossas páginas", ressalvou.

"Jornal Médico de Família"

Miguel Mauritti, diretor do "Jornal Médico de Família" explicou que algumas coisas que caracterizam a imprensa médica não são, na verdade, específicas da imprensa médica, acontecendo com toda a imprensa em relação ao público-alvo (*Cf.* MAURITTI 2010). E exemplifica: "o jornal A Bola não diz mal ostensivamente dos benfiquistas, porque são os seus leitores e não os quer perder, nem publica notícias muito más ou desprestigiantes em relação ao clube" (*Cf.* MAURITTI 2010). De modo similar, avançou que "na imprensa médica, uma das características, em termos globais, é que os médicos não erram. Não há notícias negativas sobre médicos e sobre as corporações e na indústria farmacêutica nunca acontece nada de mal" (MAURITTI 2010). Contudo, ressalvou que isto também acontece com qualquer meio de comunicação social para o público em geral, onde, por norma, nunca se diz mal dos principais anunciantes a não ser que seja um escândalo público (*Cf.* MAURITTI 2010). Aliás, defendeu o seguinte: "o sítio em que há menos propensão para a batota tem sido na saúde, bastando comparar, por exemplo, com as secções de tecnologias ou de automóveis dos jornais generalistas" (MAURITTI 2010).

Quanto ao jornal que dirigia e coordenava, Miguel Mauritti garantiu: "nós dizemos mal das corporações e criticamos" (*Cf.* MAURITTI 2010). Por isso mesmo, ocorrem algumas situações de tensão entre o jornal e determina-

das instituições, que revela: com a Ordem dos Médicos, que por vezes deixa de falar com o jornal, corta relações oficialmente; com o SIM (Sindicato Independente dos Médicos), que tem formalmente relações cortadas com o jornal há dois anos e com a FNAM (Federação Nacional dos Médicos), que já esteve cerca de meio ano sem contatar o jornal, mas depois reataram a comunicação (*Cf.* MAURITTI 2010). Também com as fontes de informação ligadas às empresas área farmacêutica – os principais anunciantes da publicação, tem havido problemas – devido aos casos em que se publicam artigos menos positivos relacionados com as mesmas (*Cf.* MAURITTI 2010).

10.3.9.4.2 Resultados da análise

No jornal "Tempo Medicina" os atores sociais que são mais utilizados como fonte de informação são os médicos que exercem atividade clínica em unidades de saúde, representando 15,1% do total. A segunda fonte de informação mais comum, com 11,2%, são os jornais ou estudos científicos, particularmente estes últimos, que são muito citados nos suplementos do jornal. Seguem-se, muito próximos, os membros do Governo ou outras personalidades ligadas à política, com 10,6%.

Os meios de comunicação social generalistas também são uma importante fonte de informação, com 9,6%, devido à coluna de citações, presente em todas as edições do jornal. Depois, surgem: os investigadores em ciências médicas, com 7,7%; o diretores ou gestores de unidades de saúde, com 6,4% e, ambos com 6%, os docentes dedicados ao ensino médico e as sociedades científicas na área da medicina. Ainda com algum relevo, destacam-se: as associações profissionais na área médica (5,5%); a indústria farmacêutica (4%); os congressos médicos de âmbito científico ou profissional (2,6%); os juristas e publicações de âmbito jurídico ou legal e documentos ou personalidades da área da ética (2,6%) e as associações médicas sindicais (2,4%). Já com muito pouco impacto aparecem: os profissionais de saúde não médicos (1,6%); os dirigentes de instituições ou grupos de investigação em ciências médicas e os programas ou grupos de trabalho específicos em determinada área da Saúde com tutela do Governo (ambos com 1,5%); os programas ou

grupos de trabalho específicos em determinada área da Saúde sem tutela do Governo (1%); os dirigentes de instituições de ensino médico e economistas (os dois com 0,9%).

Passando para o "Jornal Médico de Família", há dois tipos de atores sociais que ocupam a posição cimeira como fontes de informação: os diretores ou gestores de unidades de saúde e os membros do governo ou outras entidades políticas, ambos com 19,4%. Em segundo lugar estão os médicos que exercem funções clínicas em unidades de saúde (11%) e, em terceiro, a indústria farmacêutica (9,4%).

Abaixo destes, intervêm os profissionais de saúde não médicos (6%), as associações profissionais na área da medicina (5,4%), os docentes de ensino médico (3,9%) e os programas ou grupos de trabalho específicos em determinada área da Saúde com tutela do Governo (3,2%). Com menos proeminência, sucedem-se os juristas e publicações de âmbito jurídico ou legal e documentos ou personalidades da área da ética (2,9%), os jornais e estudos científicos (2,6%), os meios de comunicação social para o público em geral (2,3%), utentes de unidades de saúde (1,8%), investigadores em ciências médicas (1,6%), agências noticiosas (1,5%), sociedades científicas na área da medicina (1,3%), congressos médicos de âmbito científico ou profissional e os dirigentes de instituições ou grupos de investigação em ciências médicas (ambos com 1,1%).

Numa comparação entre os dois jornais de informação médica, as grandes diferenças e algumas semelhanças são evidentes. Assim, os atores sociais aos quais cabe muito mais vezes o papel de fonte informativa no "Jornal Médico de Família" são: os diretores ou gestores das unidades de saúde, os profissionais de saúde não médicos, o governo e outras personalidades ligadas à política, os utentes das unidades de saúde e a indústria farmacêutica. Pelo contrário, o "Tempo Medicina" privilegia, em relação ao outro jornal, os docentes de medicina, os médicos que exercem funções clínicas, os investigadores em ciências médicas, as sociedades científicas na área da medicina,

as associações sindicais na área médica, os congressos médicos de âmbito científico ou profissional, os meios de comunicação social para o público em geral e os jornais ou estudos científicos.

Formas de citação

Outra questão analisada nos dois jornais é respeitante à forma como são citados os atores sociais utilizados como fontes de informação nos dois jornais. Mais concretamente, procurou-se perceber a prevalência do discurso direto, indireto ou misto em cada um dos meios analisados. Julga-se que este estudo pode ser revelador de dados pertinentes sobre a ligação entre os jornalistas e os atores sociais citados e, consequentemente, colaborar na resolução das questões centrais desta investigação.

Considerando-se como discurso direto, os segmentos textuais em que o jornalista reproduz as declarações das fontes sob a forma de citações, isto é, entre aspas, encontram-se exemplos muito frequentes deste tipo de discurso quer no "Tempo Medicina", quer no "Jornal Médico de Família". Quanto ao discurso indireto, ou seja, nos textos em que o jornalista utiliza as suas próprias palavras para reconstituir aquilo que a fonte disse, sem utilizar aspas, este encontra-se também nos dois meios, mas é mais usado nos suplementos do "Tempo Medicina", nos relatos sobre estudos científicos. Contudo, é o discurso misto – texto jornalístico em que se conjugam as citações (discurso direto), com as paráfrases (discurso indireto) – que predomina nos dois jornais de informação médica.

Fórmulas de tratamento

A utilização ou não de títulos académicos como fórmulas de tratamento das fontes de informação também foi considerado um dado importante para a melhor compreensão da relação entre estas e os jornalistas. Neste sentido, a pesquisa indicou que, no caso do "Tempo Medicina", no corpo do jornal não há colocação das designações "Professor(a)", "Prof.(ª)", "Doutor(a)", "Dr.(a)", "Engenheiro(a)", "Eng.º(ª)" ou outros títulos académicos antes do nome do sujeito referido ou citado. No entanto, nos suplementos deste mesmo jornal, já se utilizam estes títulos académicos. Esta diferença é justificada

pelo diretor do jornal, segundo o qual, o que é escrito nos suplementos é normalmente "uma preleção técnica, tendo uma lógica diferente na própria articulação do texto que acaba por ser relatorizado" (ANTUNES 2010).

Já no "Jornal Médico de Família", embora na maioria dos textos do corpo do jornal não se coloquem as designações já mencionadas, é possível encontrar vários textos em que as fontes de informação são precedidas dos títulos académicos. Isto acontece não só no suplemento "Molécula", mas também nalgumas peças no corpo do jornal, em crónicas e ainda em textos da Associação Portuguesa de Médicos de Clínica Geral (APMCG), da qual o "Jornal Médico de Família" é órgão oficial.

Capítulo 11

AS FUNÇÕES DOS JORNAIS DE INFORMAÇÃO MÉDICA

Neste capítulo, pretende-se desenvolver a questão relativa às funções dos jornais de informação médica. Para tal, irão fazer-se inferências de resultados obtidos e já mencionados nos capítulos anteriores, provenientes de três vias: a análise dos jornais de informação médica como produtos jornalísticos; as entrevistas aos mentores dos jornais de informação médica – diretores e chefes de redação; bem como as entrevistas aos financiadores – os responsáveis pela comunicação das empresas da área farmacêutica. No funo, este capítulo assume um cariz aglutinador de informação, ao anunciar conclusões baseadas em dados previamente descritos.

Através dos dados conseguidos através desta investigação, espera-se conseguir perceber as funções que os jornais de informação médica desempenham do ponto de vista jornalístico, profissional, científico, social e económico. Sendo assim, todos estes aspetos foram tidos em conta na classificação de quatro potenciais funções dos jornais de informação médica: informativa, social, formativa e informação para a prescrição.

11.1 A função informativa dos jornais de informação médica

Uma das conclusões a que se chega, nesta investigação, é que os jornais de informação médica cumprem uma função informativa, quer do ponto de vista jornalístico, quer do ponto de vista dos leitores: os médicos.

Deste modo, ao nível do jornalismo, verifica-se que seguem-se nestes meios uma série de rotinas profissionais próprias do jornalismo, que passam mesmo, no jornal "Tempo Medicina", pela existência de um livro de estilo. Aliás, ambos possuem todos os elementos normais de uma organização jornalística, na qual se insere a redação, também ela com a estrutura tradicional de qualquer meio de comunicação. A presença de médicos, quer como redatores, quer em cargos consultivos ou diretivos, não impede que os jornalistas profissionais sejam os principais autores dos textos publicados nestes jornais.

Será importante realçar, a este nível, que os jornalistas, em Portugal, desenvolvem uma atividade profissional cujos direitos e os deveres surgem enquadrados por legislação específica – presente na Constituição, Lei de Imprensa e Estatuto do Jornalista – e por regras deontológicas – Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses. Aliás, de acordo com a Lei de Imprensa, todos os órgãos de comunicação social devem possuir um estatuto editorial que os jornalistas têm o dever de respeitar. De facto, os jornais de informação médica, como meios jornalísticos, detêm princípios editoriais nos quais defendem a independência de ordem ideológica, política ou económica e assumem uma missão informativa. Estas ideias foram reforçadas pelas entrevistas aos diretores e chefes de redação, que sublinharam que os objetivos de lucro nunca poderiam colidir com o principal propósito: serem veículos jornalísticos com informação interessante para a classe médica.

A diversidade dos temas noticiados, desde a política da saúde, à atualidade profissional, científica ou clínica, passando pelo mais variado tipo de eventos na área da medicina, bem como questões jurídicas e legais, confirma o desiderato de estes jornais se assumirem como fonte de informação relevante para os médicos. Neste âmbito, o diretor do "Tempo Medicina", José Antunes, considera que o jornal que dirige oferece "uma mistura de atualidade sociopolítica do sector da Saúde, feita por jornalistas e fotojornalistas, e alguma atualidade científica médica geral que possa interessar ao largo espectro de médicos leitores, desde um médico de família de Trás-os-Montes a um cirurgião do Hospital de Faro" (ANTUNES 2010).

Quanto aos atores sociais que são utilizados como informação, é de salientar, em primeiro lugar, que nos textos assumidos como informativos, na grande maioria dos casos, estes são citados sem referência aos títulos académicos, tal como em qualquer meio jornalístico profissional. É igualmente de recordar que há uma grande diversidade de fontes de informação, pressupondo uma vontade de dar uma informação o mais completa possível sobre os vários acontecimentos. Ainda a este nível, será relevante lembrar que nos textos destes jornais de informação médica conjugam-se as citações (discurso direto), com as paráfrases (discurso indireto), o que representa um discurso jornalístico informativo.

Em termos dos conteúdos destes jornais, observou-se a predominância de géneros jornalísticos informativos, tais como: notícias, breves, entrevistas e reportagens. Além disso, a linguagem jornalística com que estes e outros textos são escritos demonstram a finalidade informativa dos mesmos. Por outro lado, os próprios critérios de noticiabilidade, em que predominam a atualidade e a novidade, corroboram o cariz informativo destes meios. Também as edições *online* dos jornais de informação médica são encaradas pelos respetivos responsáveis, essencialmente como uma forma de dar informação mais atual e mais desenvolvida, o que vai também ao encontro do intuito informativo destes órgãos.

11.2 A função social dos jornais de informação médica

A atribuição de uma função social aos jornais de informação médica reveste-se de um duplo significado. Por um lado, revela o papel que estes meios cumprem junto da sociedade, pelo facto de serem uma fonte de informação dos médicos, cujo desempenho é determinante, já que lidam com bens essenciais ao ser humano: a saúde e a própria vida. Por outro lado, esta dimensão é respeitante à função social que estes jornais desempenham junto dos próprios médicos, desde a socialização da classe médica às questões profissionais e até mesmo ao corporativismo. Isto acontecerá a par

das instituições de ensino médico, das unidades de saúde, das associações profissionais, das organizações sindicais, dos congressos e reuniões, entre outros.

Quando questionado sobre as funções do jornal que dirige, José Antunes, do "Tempo Medicina", afirmou "acreditar, embora não o podendo provar cientificamente", que este constitui: "uma mais-valia para os médicos do ponto de vista profissional – no exercício clínico ou na investigação – e social – na relação com outros médicos e profissionais de saúde e com a sociedade" (ANTUNES 2010). E isto porque realizam "reportagens, entrevistas e notícias sobre atividades fulcrais de associações de doentes, entidades sociais, bem como da atividade sindical, médica e de profissões conexas e também da fulcral Ordem dos Médicos, entre outros assuntos" (*Cf.* ANTUNES 2010).

Sociedade

A função social junto da população em geral pode ser inferida através de alguns resultados obtidos neste estudo. Um deles é relativo ao facto que a edição *online* do "Jornal Médico Família" permitir que os conteúdos editoriais fossem consultados pela população não médica, o que significa que as pessoas poderão aumentar os seus conhecimentos sobre questões ligadas à área da saúde.

A ideia que médicos melhor informados são, consequentemente, melhores médicos, leva a concluir que se, como já se viu, os jornais de informação médica cumprem uma função informativa, também estão, ao mesmo tempo, a cumprir uma função social. Além disso, os princípios editoriais de ambos remetem, cada um a seu modo, para a indicação que cumprem uma função perante a sociedade.

Apesar de tudo isto, alguns dados da investigação remetem para alguma desvalorização dos temas e das fontes de informação da população em geral. Assim, apesar de serem publicadas algumas peças sobre associações de doentes ou familiares de doentes, são poucas as notícias cujos temas passem por eventos ou personalidades fora da área da medicina. De igual modo, em relação às fontes de informação, os doentes, utentes e cidadãos comuns

quase não são ouvidos e até mesmo as tais associações de doentes são muito pouco citadas. Ressalve-se a utilização relativamente frequente dos meios de comunicação social para o público em geral, mas esta acontece, quase sempre, quando são abordadas questões ligadas à área médica.

Classe médica

Há dados muito concretos, decorrentes da investigação efetuada, que conduzem à afirmação que os jornais de informação médica cumprem uma função social específica na classe médica, que passa pela socialização dos médicos, pela informação profissional e pelo corporativismo.

Em primeiro lugar, é assinalável o facto de, entre os atores sociais utilizados como fontes de informação, os médicos e os dirigentes de unidades de unidades de saúde assumirem uma posição de destaque. Também é pertinente que as associações profissionais, seguidas das sindicais, se assumam como fontes de informação com algum impacto. Neste âmbito, a dinâmica socioprofissional e corporativa é evidente.

Esta dimensão social é visível pela importância dada aos textos de opinião, sob a forma de crónicas e artigos de opinião, cuja presença é muito significativa em ambos os jornais. É relevante que seja valorizada a perspetiva dos médicos e dirigentes de organizações profissionais e sindicais sobre as mais variadas temáticas ligadas à medicina. Tal situação demonstra o interesse em expor perspetivas e opiniões dos próprios médicos, que a título individual, quer a título associativo, sobre os problemas que afetam o quotidiano da classe médica.

Em relação aos temas tratados nos jornais de informação médica, importa a este nível destacar o relevo dado aos assuntos socioprofissionais, às unidades de saúde, aos eventos profissionais e às reuniões sindicais, que é indicador não só da ação socializadora e profissional, mas também corporativa destes meios. De igual modo, é importante saber que os valores-notícia destas publicações consolidam as ações sociais na classe médica já referidas, pois entre estes estão: a proeminência social dos sujeitos envolvidos nos acontecimentos, a personalização e os conflitos pessoais e institucionais,

assumindo especial relevo a perspetiva dos médicos. Por outro lado, é de salientar que a edição *online* do "Tempo Medicina" é de acesso reservado, pelo que apenas os médicos, através da inserção dos seus dados profissionais, podem consultar os seus conteúdos. Esta limitação reforça a sensação de pertença a uma comunidade: a classe profissional dos médicos.

11.3 Função formativa dos jornais de informação médica

A função formativa dos jornais de informação médica, embora não seja a principal, assume um caráter muito importante. Este atributo revela-se pela abordagem, nestes jornais, de assuntos que auxiliam a formação contínua dos médicos.

A existência de artigos de revisão científica é mais notória no "Tempo Medicina" do que no "Jornal Médico de Família", mas ambos acabam por dar bastante atenção a temáticas relacionadas com a atualidade científica e clínica, o ensino e investigação na área médica, as comunicações apresentadas em congressos e a agenda de eventos científicos e formativos. Deste modo, a linguagem científica, na área médica, marca presença em muitos textos presentes nas publicações, mesmo quando estes surgem sob formatos jornalísticos, pois o conteúdo e os destinatários são muito específicos: são jornais sobre medicina e para médicos.

As comunicações apresentadas em congressos, os resultados de estudos clínicos e outras novidades científicas merecem secções próprias, ou até mesmo cadernos ou suplementos específicos, nos dois jornais. Se bem que estes conteúdos estão muitas vezes associados a determinadas empresas da área farmacêutica, principalmente nos suplementos, é inegável que contribuem para a formação médica. Por outro lado, a existência de fontes de informação ligadas à formação médica, apontam, igualmente para a preocupação com a vertente formativa dos meios. Portanto, personalidades ligadas ao ensino médico, investigadores na área das ciências médicas e farmacêuticas, sociedades científicas ligadas à medicina, congressos científicos, revistas científicas e estudos científicos são utilizados como fontes de informação, o que comprova o papel formativo destes meios.

11.4 Função de informação para a prescrição dos jornais de informação médica

Da análise dos jornais de informação médica e dos depoimentos obtidos de quem os dirige e coordena, bem como dos responsáveis de comunicação das empresas do sector farmacêutico, seus principais financiadores, obtiveram-se indicadores importantes relativos à função de informação para a prescrição destes meios. Esta função de informação para a prescrição dos jornais de informação médica consiste na capacidade de fornecerem aos médicos, quer através da publicidade, quer através dos conteúdos editoriais, informação em que os médicos se baseiam no momento de prescrever, isto é receitar e aconselhar, determinados medicamentos.

Para começar, atente-se no sucesso inigualável da imprensa médica em relação às publicações de outras áreas científicas e até mesmo em relação à imprensa especializada para outros profissionais. Para José Antunes, diretor do "Tempo Medicina", este domínio será a consequência da "existência de um mercado específico – os médicos – e estes jornais constituírem, por condicionantes legais, os veículos exclusivos de conteúdos jornalísticos e publicitários aos mesmos, sendo isto que permite pagar aos jornalistas e outros profissionais envolvidos na elaboração dos jornais" (*Cf.* ANTUNES 2010). No momento em que foi questionado sobre a possibilidade de os jornais de informação médica serem uma mais-valia para a indústria farmacêutica, que usufrui de mais este veículo para promover os seus produtos, quer através da publicidade, quer através dos conteúdos editoriais, o diretor do "Tempo Medicina", respondeu que acreditava "que sim, embora não o possa provar cientificamente, mas que o investimento publicitário é uma prova indireta deste valor" (*Cf.* ANTUNES 2010).

José Antunes recordou a existência de estudos já realizados em que se conclui que "a imprensa médica é considerada uma fonte mais credível, mais eficaz, mais eficiente e mais independente do que os outros meios de comunicação que a indústria farmacêutica utiliza" (*Cf.* ANTUNES 2010). Contudo, lamentou: "a indústria nunca ligou a isso. Eles põem o investimento quase

todo nos delegados de informação médica. Os números oscilam entre 85% e 90% em Portugal do valor investido nos delegados, sobrando entre 10 a 15% para todas as outras ações de promoção – imprensa médica ou outras" (*Cf.* ANTUNES 2010). De facto, nas entrevistas realizadas junto dos profissionais de comunicação das empresas farmacêuticas, estes colocaram muitas reservas em relação à eficácia comunicativa da publicidade nos jornais de informação médica, considerando cada vez menos atrativo o investimento nestes meios, que é visto, na melhor das hipóteses como um mal necessário em situações particulares, por exemplo: no lançamento de novos produtos ou em associação a determinados conteúdos editoriais.

A dependência económica em relação às empresas farmacêuticas condiciona fortemente quer o processo de elaboração dos jornais, quer os próprios produtos finais, como se verificou na análise dos mesmos, embora tal influência tenha sido veementemente negada pelos diretores e chefes de redação destes meios. Desde logo, do ponto de vista quantitativo, sobressai o facto de quase 40% dos conteúdos dos jornais serem constituídos por publicidade que, na sua grande maioria, é dedicada a: medicamentos, empresas farmacêuticas e grupos de fármacos.

Também a colocação dos anúncios em página ímpar, a parte mais nobre dos jornais, e com dimensão de uma página, na maioria dos casos, demonstra a preponderância da publicidade nestes periódicos. Além disso, também se observaram situações de cumplicidade entre os conteúdos editoriais e publicitários: desde a colocação de anúncios a medicamentos na proximidade de notícias sobre os mesmos, à falta de definição de fronteiras sólidas (textuais e visuais) entre a publicidade e os restantes tipos de informação e também a referência a marcas de medicamentos e empresas farmacêuticas.

No caso do "Tempo Medicina", há suplementos com a menção de "Redactorial", assumidamente pagos por empresas farmacêuticas. Nestes publicam-se artigos não assinados sobre determinadas patologias e, quase sempre, estudos clínicos que comprovam a eficácia terapêutica de determinado fármaco. Já no "Jornal Médico de Família", o suplemento dedicado a

informação relacionada com a indústria farmacêutica não é pago, segundo a direção do jornal, embora contenha várias notícias, breves e entrevistas sobre os produtos, serviços, empresas e profissionais setor. Em suma, ambos apresentam conteúdos sob formatos jornalísticos, quer servem, de modo direto ou indireto, interesses comerciais, pelo que muitos deles poderiam apelidar-se de publi-reportagens.

É ainda de assinalar que entre os temas mais noticiados em ambos os jornais, marquem presença os fármacos e terapêuticas, bem como as instituições e empresas da área farmacêutica. Igualmente relevante é o facto de as empresas da área farmacêutica, através dos vários profissionais envolvidos nas mesmas, e as revistas científicas e os estudos clínicos, a maioria das vezes referentes à eficácia terapêutica de determinado fármaco, serem importantes fontes de informação para os jornais analisados. Enfim, também estes resultados do estudo remetem para a constatação que uma das principais funções dos jornais de informação é constituírem uma fonte de informação de para a prescrição médica.

Capítulo 12

CONSEQUÊNCIAS DA DEPENDÊNCIA ECONÓMICA DOS JORNAIS DE INFORMAÇÃO MÉDICA EM RELAÇÃO À INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

Neste capítulo, ir-se-á tentar perceber quais são as consequências da dependência económica dos jornais de informação médica em relação ao principal anunciante e financiador do jornal: as empresas do setor farmacêutico. Para tal, analisar-se-ão quatro variáveis envolvidas nesta problemática: os processos de produção jornalística, o conteúdo dos jornais de informação médica, a empresa jornalística e a indústria farmacêutica.

Não sendo novidade que "a publicidade é apontada como um fator de constrangimento à prática da profissão" (LOPES 2006 45), neste estudo, procurar-se-á verificar se acontece aquilo que Érik Neveu afirma sobre a imprensa especializada: "uma particularidade deste tipo de jornalismo é condensar, por vezes até à caricatura, as tensões das relações de força entre as fontes e os anunciantes publicitários. Por vezes, leitores, fontes e anunciantes sobrepõem-se fortemente" (NEVEU 2005: 39). Neste âmbito, o mesmo autor chega mesmo a referir algumas estratégias das fontes de informação, e neste caso também de financiamento, tais como: controlar, seduzir e aproveitar as debilidades de uma publicação (*Cf.* NEVEU 2005: 70-72).

12.1 Conteúdos dos jornais de informação médica

O primeiro aspeto a ser apresentado é relativo à influência da indústria farmacêutica nos conteúdos publicitários do jornal e a forma como estes se conjugam com os conteúdos editoriais. No que diz respeito à publicidade, serão expostos os resultados do estudo de

três pontos: a identidade dos anunciantes, a localização dos anúncios e a quantificação dos mesmos. Quanto à ligação entre conteúdos editoriais e publicitários, esta será observada não só do ponto de vista quantitativo, como também numa perspetiva qualitativa, englobando as dimensões gráficas/visuais e textuais.

12.1.1 A publicidade

A área da medicina tem longa tradição na publicidade, chegando mesmo a afirmar-se que "a publicidade a serviços médicos é tão antiga como a própria publicidade" (GOLDFIELD 2004: 110). Mas nos jornais de informação médica, destinadas a médicos, quais serão os tipos de produtos ou serviços anunciados? De acordo com José Antunes, diretor do "Tempo Medicina", os principais anunciantes são as empresas da área farmacêutica. No entanto, tal como recordou, chegaram a procurar "outras fontes de financiamento, e durante um tempo, houve anunciantes de uma forma significativa da área automóvel e financeira, mas estes depois recuaram" (*Cf.* ANTUNES 2010).

Por outro lado, Miguel Mauritti, que dirigia o "Jornal Médico de Família", explicou que "nunca se procuraram outros anunciantes e que mesmo o mercado das agências de publicidade nem sequer sabe da existência deste tipo de jornais" (*Cf.* MAURITTI 2010). Porém, como admitiu, "nos últimos tempos, há uma tendência para inverter isso, devido ao contexto da crise" (MAURITTI 2010). Aludindo às vantagens da colocação de publicidade no meio que chefiava, concretizou: "um jornal médico terá mais interesse do que um jornal económico, para anunciar carros ou artigos de luxo, porque o seu público é muito específico. Nós sabemos quanto ganham e quem são os nossos leitores" (MAURITTI 2010).

12.1.1.1 Os anunciantes

Pela análise da publicidade do jornal "Tempo Medicina", não restam dúvidas quanto à prevalência dos anúncios a medicamentos específicos (64,8%). Seguem-se: a autopromoção ao jornal (10,4%); a publicidade a empresas

farmacêuticas (9,4%); os anúncios de congressos e eventos na área médica (4,2%) e a grupos de medicamentos da mesma empresa farmacêutica (4,4%), por exemplo: genéricos.

Ainda aparecem alguns anúncios relativos a: unidades de saúde (2,3%), nomeadamente venda ou aluguer de consultórios ou clínicas; ensino médico, por exemplo cursos ou formações pós-graduadas (1,6%); associações médicas (0,8%) e, por fim, livros e publicações na área médica e outros produtos e serviços fora da área médica (quer um, quer outro, com 0,5%).

No "Jornal Médico de Família" também predominam os anúncios a medicamentos específicos (60,2%). Depois, há anúncios a empresas farmacêuticas (19,7%), a grupos de medicamentos de uma mesma empresa farmacêutica (8,5%) e a congressos e eventos na área médica (5,2%). Com muito menor frequência, publicam-se anúncios relacionados com o ensino médico (2%), associações médicas (1,7%), prestação de serviços na área médica (1,5%), causas e campanhas de solidariedade dirigidas as médicos (0,7%) e, finalmente, unidades de saúde e autopromoção do jornal (ambos com 0,2%).

Em suma, pela análise dos jornais de informação médica, percebe-se que as empresas farmacêuticas são o principal anunciante dos mesmos. Isto conclui-se pelo facto de, nos dois meios, a maior parte dos anúncios dizerem respeito a medicamentos, grupos de medicamentos ou às próprias empresas farmacêuticas. Comparando os dois jornais, encontram-se algumas diferenças, sendo se salientar o facto de o "Tempo Medicina" fazer bastante mais autopromoção do que o "Jornal Médico de Família". Por outro lado, os anúncios a empresas farmacêuticas, no seu todo, como instituição, são mais frequentes no "Jornal Médico de Família".

12.1.1.2 Localização dos anúncios

Quanto à localização dos anúncios nos jornais, o local predominante são as páginas ímpares, quer no "Tempo Medicina" (61,7%), quer no "Jornal Médico de Família" (68,3%). Sendo as páginas ímpares destinadas, por norma, aos assuntos mais valorizados, é relevante o facto de a maior parte dos anúncios se encontrar nestas. Isto demonstra que a importância atribuída à publici-

dade é maior do que aquela que é dada aos conteúdos editoriais. Também são consideráveis os anúncios na primeira página de ambos os jornais – 12 % no "Tempo Medicina" e 11,1% no "Jornal Médico de Família" – bem como na última página – 6 % no "Tempo Medicina" e 5,5% no "Jornal Médico de Família". Quanto à primeira página, os anúncios estão colocados de forma equitativa nos topos superiores e inferiores da página, ocupando 50% em cada lado, quer no "Tempo Medicina", quer no "Jornal Médico de Família". Não há, por isso, colocação de anúncios no centro da página.

12.1.1.3 Quantificação dos anúncios

Analisou-se o tamanho dos anúncios em relação às páginas do jornal e verificou-se que a maioria dos anúncios ocupa uma página inteira, embora esta percentagem seja bem maior no "Jornal Médico de Família", com 64,3%, do que no "Tempo Medicina", com 43,5%. Em ambos os casos, seguem-se os anúncios com dimensão entre um quarto de página e meia página: 30,1% no "Tempo Medicina" e 18,8% no "Jornal Médico de Família".

Os anúncios de meia página são o terceiro tipo de anúncios mais frequentes no "Tempo Medicina" (14,5%), enquanto no "Jornal Médico de Família" este lugar é ocupado pelos anúncios menores do que um quarto de página (7%). Os anúncios de duas páginas também são relevantes, constituindo 4% dos espaços publicitários do "Jornal Médico de Família" e 3,5% do "Tempo Medicina".

Na primeira página dos jornais, a dimensão dos anúncios é uniforme: 50% medem entre um quarto de página e meia página e os restantes 50% ocupam menos do que um quarto de página.

12.1.2 Ligação entre conteúdos editoriais e publicitários

O estudo da ligação entre conteúdos editoriais e publicitários é feito numa dupla dimensão: quantitativa e qualitativa. Considera-se que estas duas abordagens são complementares e permitem uma visão mais completa sobre esta realidade.

12.1.2.1 Em termos quantitativos

A análise quantitativa passou pela contabilização do número de páginas dos jornais ocupado quer por publicidade, quer por conteúdos editoriais. Isto foi efetuado em cada edição dos jornais "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família". Os resultados obtidos indicam que a publicidade ocupa, em média, 37% do jornal "Tempo Medicina" e 39,2% do "Jornal Médico de Família", o que os coloca muito próximos. O mesmo equilíbrio ocorre, como se depreende facilmente, em relação ao número médio de páginas de conteúdos editoriais: 63% do jornal "Tempo Medicina" e 60,8% do "Jornal Médico de Família". Em suma, com valores muito próximos nos dois jornais analisados, nota-se o valor significativo da publicidade para ambos, pelo espaço considerável que é destinado aos anúncios.

12.1.2.2 Em termos qualitativos

Numa perspetiva analítica qualitativa, foram identificadas algumas situações peculiares, relevadoras das caraterísticas das relações que se estabelecem entre os conteúdos editoriais e os conteúdos publicitários: problemas de "vizinhança", fronteiras visuais e textuais e referências a marcas.

Problemas de "vizinhança"

Uma das ocorrências detetadas no estudo da ligação entre a vertente editorial e a publicidade dos jornais diz respeito à colocação de publicidade junto de textos com conteúdos relacionados. Alguns exemplos desta situação, que se designou como problemas de "vizinhança", são apresentados na tabela seguinte.

Tabela 11 - Problemas de "vizinhança"

"Tempo Medicina"	**"Jornal Médico de Família"**
- Anúncios no jornal a medicamentos para hipertensão e tromboembolismo venoso – notícias sobre as mesmas patologias no suplemento.	- No suplemento, notícia sobre nova aposta de uma empresa farmacêutica e entrevista à sua diretora-geral de Portugal – publicidade na página seguinte.
- Publicidade a produto de determinada empresa farmacêutica – notícia sobre a mesma e sobre o produto.	- No suplemento, notícia sobre novos medicamentos de empresa farmacêutica – publicidade na página seguinte (embora com fármacos diferentes na notícia e anúncio).
- Notícia no suplemento sobre tromboembolismo venoso – publicidade ao fármaco na página seguinte.	- Publicidade empresa farmacêutica na última página – texto sobre a mesma no suplemento.
- Publicidade sobre um medicamento para tratamento de dor dos doentes com cancro – notícia sobre a dor no doente oncológico colocada cinco páginas à frente e uma outra na página a seguir sobre os resultados de estudo desse medicamento.	- Publicidade a medicamento – notícia sobre o mesmo no suplemento "Simpósio Fatores de Risco Cardiovasculares e AVC.
- Notícia sobre envelhecimento – publicidade a dois fármacos que ajudam a combater as dores das articulações.	- Publicidade a empresa farmacêutica no corpo do jornal – texto sobre a mesma no suplemento.
	- Notícia sobre o lançamento de medicamento – publicidade ao mesmo no jornal.
	- Notícia sobre aprovação de medicamento na Europa – publicidade ao mesmo no jornal.

Fronteiras

Outro aspeto investigado é relativo às fronteiras que se estabelecem entre os conteúdos editoriais e publicitários, mais concretamente, como é que estes se distinguem em termos visuais ou gráficos e textuais. Em termos visuais e gráficos, no caso do "Tempo Medicina", a distinção entre o corpo do jornal e os suplementos, nomeadamente os que assumem uma função promocional, é clara, dado que há mudança de cor da página, dos próprios títulos,

bem como do tipo de letra. Por sua vez, no "Jornal Médico de Família", o suplemento "Molécula" apenas difere na cor dos títulos, dado que o tipo de letra e a forma de paginação se mantêm iguais ao corpo do jornal.

Em termos textuais, a questão é muito mais complexa. De facto, quer no "Tempo Medicina", quer no "Jornal Médico de Família", esta a distinção nem sempre é muito clara. Na verdade, em ambos os jornais, são tratados e apresentados, de uma forma jornalística, dados sobre medicamentos, resultados de estudos científicos e empresas farmacêuticas, o que pode ser classificado, nalguns casos, uma forma indireta de publicidade. Neste sentido, crê-se, nesta investigação, que existe, em muitas ocasiões, hibridismo entre conteúdos editoriais e publicitários. Para ilustrar esta ideia, selecionaram-se alguns exemplos recolhidos na análise dos jornais, que podem ser vistos na tabela seguinte.

Tabela 27 - Hibridismo de conteúdos editoriais e publicitários

	"Tempo Medicina"	**"Jornal Médico de Família"**
Nos suplementos - "Terapêutica Médica" ("Tempo Medicina") e "Molécula" ("Jornal Médico de Família")	a) Nomes de medicamentos em títulos jornalísticos: "Metanálise gera controvérsia - Cypralex® supera antidepressivos IRSN"; "Novos dados sobre a eficácia de Tysabri®"; "Lançamento de Priligy® - O primeiro tratamento específico para a ejaculação prematura". b) Nomes de empresas farmacêuticas em títulos jornalísticos: "Bayer e Algeta assinam acordo". c) Nomes de compostos de fármacos em títulos jornalísticos: "Nova arma no combate à hipertensão arterial - Associação lercanidipina/enalapril".	a) Nomes de medicamentos em títulos jornalísticos: "Estudo: Gardasil é eficaz em mulheres mais velhas". b) Nomes de empresas farmacêuticas em títulos jornalísticos: " Mylan reforça portfólio - Dois novos genéricos no mercado português"; "AstraZeneca oferece presentes a crianças carenciadas". c) Nomes de compostos de fármacos em títulos jornalísticos: "Contracepção - Cloromadinoma reduz massa gorda". d) Nomes de empresas farmacêuticas e medicamentos em títulos jornalísticos: "Diabetes - Tecnifar prepara lançamento de Efficib".

No corpo do jornal	a) Nomes de medicamentos e empresas farmacêuticas em textos jornalísticos: "A avaliação apresentada por João Pereira foi feita a partir da Cevarix® (Glaxo Smith Kline), a vacina que perdeu a corrida para entrar no PNV" (excerto de notícia publicada na secção "Reuniões e Congressos"). b) Nomes de medicamentos em textos jornalísticos: "Quando correctamente utilizado, o Actiq® atingiu as expectativas no tratamento da dor irruptiva"(excerto de notícia publicada na secção "Reuniões e Congressos"). c) Nomes de empresas farmacêuticas em textos jornalísticos: "As inscrições podem ser efectuadas no secretariado, a cargo da Bayer Schering Pharma" (excerto de notícia publicada na secção "Agenda"). d) Nomes de compostos de fármacos em títulos jornalísticos: "Tratamento com ácido zoledrónico na USF D. Diniz, em Leiria - Osteoporose na prática diária" (título de notícia publicada na secção "Actual")	a) Nomes de medicamentos em textos jornalísticos: "Em Portugal, o Infarmed – Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde – garante que recebeu apenas duas notificações de morte fetal após administração da vacina contra a gripe (Pandermix) adotada entre nós" (excerto de notícia publicada na secção "Análise"). b) Nomes de empresas farmacêuticas em títulos jornalísticos: "Bolsas de Boas Práticas APMCG e Pfizer distinguem médicos nos CSP" (título de notícia publicada na secção "Nacional"). Nomes de medicamentos e/ou empresas farmacêuticas em textos jornalísticos: "Atividade – Muita... no espaço da Pfizer."; "Alter – Foi um corrupio, no espaço da conhecida companhia de genéricos."; "Uma oferta simpática. Da Mylan, claro está."; "Tareg – No espaço da Jaba Recordati."; "Zanidip – Em grande destaque... No espaço da Jaba Recordarti." (Exemplos constantes nas fotolegendas da secção "A a Z do Encontro" na Reportagem sobre o 26º Encontro Nacional de Clínica Geral"); "Arcoxia – Esteve em grande, no 14º Congresso Nacional no espaço da Merck Sharp & Dohme."; "Brevemente – Numa farmácia perto de si: Clopidogrel 75 mg, da Tetrafarma, claro está!"; "Cinco – Boas razões para recorrer à Pfizer."; "Istivac – Esteve em Évora, onde a Sanofi Pasteur MSD apresentou os últimos resultados do projecto Vacinómetro."; "Janumet – Um sucesso, no espaço da Merck Sharp & Dohme." (Exemplos constantes nas fotolegendas na secção "A a Z" na Reportagem sobre o 14º Encontro Nacional de Medicina Familiar).

Referências

Analisando detalhadamente os textos publicados nos jornais, conclui-se que há referências a marcas de empresas da área farmacêutica e de medicamentos. Embora seja maior a referenciação de marcas nos suplementos de ambas as publicações, esta também acontece nos cadernos principais do "Tempo Medicina" e do "Jornal Médico de Família". De facto, quer no corpo dos jornais, quer nos seus suplementos, há referências diretas ao nome de empresas farmacêuticas, nomeadamente como patrocinadores de eventos ou campanhas e ainda em outras múltiplas perspetivas. Também se descobre, nos dois jornais de informação médica, que há nomeação dos compostos ou dos próprios medicamentos, tanto no corpo das publicações, como, em muito maior grau, nos respetivos suplementos.

12.2 Empresa que publica os jornais de informação médica

Na dimensão empresarial, os jornais de informação médica têm como objetivo obter lucro, pelo que é importante perceber de que forma a dependência em relação a um único tipo de financiador – empresas da área farmacêutica – influencia a estrutura, funcionamento e ações destas empresas editoriais.

"Tempo Medicina"

Acerca do "Tempo Medicina", o diretor, José Antunes admitiu que, à data da entrevista, realizada em 2010, "o jornal sofre aquilo que tem sido o encolhimento da indústria farmacêutica" (ANTUNES 2010). Conforme explicou, "a indústria farmacêutica tem sofrido baixas de preços sucessivas e, em consequência, tem cortado muita promoção e, de facto, nesta altura, os jornais médicos sofrem muito com isso" (ANTUNES 2010). Aliás, para o mesmo, "o principal desafio deste e de outros jornais do género, é este: se o mercado publicitário continua ou não a querer veicular informações através deste meio" (ANTUNES 2010). Recordou ainda que, "nos últimos anos, o mercado farmacêutico, apesar de tudo, quer estes meios. Diminuiu muito, mas continua a querer. De facto, as principais companhias, internacionais e portuguesas, querem, através deste meio, veicular publicidade" (ANTUNES 2010).

As relações que se estabeleceram com o principal anunciante – empresas farmacêuticas – e o desinvestimento na publicidade, levaram a empresa a diversificar as atividades desenvolvidas. Neste sentido, José Antunes revelou: "como nos especializamos em *reporting*, fazemos muito outsourcing de *reporting*, quer para empresas farmacêuticas, quer para outras entidades, muitas vezes em formato de *newsletters*" (ANTUNES 2010). "E isso é já, felizmente, uma parte relevante na atividade da empresa" (ANTUNES 2010), congratulou-se o diretor.

"Jornal Médico de Família"

Miguel Mauritti, diretor do "Jornal Médico de Família" em 2010, revelou a dependência dos lucros provenientes da publicidade, "essencialmente da indústria farmacêutica, cerca de 90 por cento" (*Cf.* MAURITTI 2010). Além disso, também admitiu que, com a diminuição do investimento publicitário, o jornal que dirigia "só sobrevive porque tem parceiros institucionais" (MAURITTI 2010), que são empresas farmacêuticas.

A afirmação do modelo de jornal, em vigor na altura, que inclui publicidade, mas não aceita textos pagos, não foi fácil. Como recordou o diretor, "no início, quando dizíamos à indústria que não publicávamos textos que nos pagassem diziam-nos: 'se não servem para publicarmos o que queremos não servem para nada'. Portanto, houve muito tempo em que tivemos problemas de encaixe publicitário, porque não servíamos para nada, se as farmacêuticas não podiam publicar um artigo com uma página de publicidade ao lado" (MAURITTI 2010).

12.3 Processo de produção jornalística

O processo de produção dos jornais de informação médica é influenciado ou condicionado pelo facto de estes dependerem financeiramente, quase na totalidade, das empresas da área farmacêutica? Para responder a esta questão, analisaram-se as informações obtidas nas entrevistas realizadas junto dos chefes de redação e diretores dos jornais de informação médica.

"Tempo Medicina"

O diretor do "Tempo Medicina", José Antunes, afirmou que "o jornal vive da publicidade, mas também de alguma comercialização de conteúdos feitos sempre por redatores médicos" (ANTUNES 2010). A propósito, acrescentou que foi "dos primeiros a fazer, por exemplo, publicações, *reportings* assumidamente comerciais, em caderno próprio, claramente identificado, conforme a lei de imprensa e o código ético e deontológico" (ANTUNES 2010).

Também Teresa Mendes, chefe de redação do mesmo jornal, admitiu: "o jornal é completamente dependente e condicionado pelo investimento que as empresas farmacêuticas fazem" (MENDES 2010). Contudo, defende que "em tempos de crise, até o conteúdo pode fazer a diferença e aí, de alguma forma, um bom conteúdo, sério e várias perspetivas, enfim, um jornalismo bem feito, pode puxar a publicidade" (MENDES 2010). Um outro aspeto focado pela chefe de redação foi o seguinte: "o tamanho do jornal é determinado pelos anúncios" (MENDES 2010). Aliás, realça que "o jornal não funciona sem anúncios, há sempre uma adaptação aos anúncios" (MENDES 2010). Contudo, ressalvou que a publicidade "a maior parte das vezes não influencia muito, porque existem cadernos especiais, que até têm uma cor diferente, que são comerciais e as coisas ficam compartimentadas, não havendo uma grande mistura" (MENDES 2010). Portanto, como concluiu, "só em relação ao espaço, é que a publicidade é uma condicionante" (MENDES 2010).

Em relação às potenciais influências na agenda do jornal, Teresa Mendes foi perentória: "os únicos fatores que condicionam a agenda são imprevistos, os mesmos que os outros jornais têm" (MENDES 2010). Quando questionada sobre a existência de condicionamentos da agenda jornalística pela indústria farmacêutica, a chefe de redação respondeu que são "q.b., ou seja, condiciona, nem que seja pelo mesmo motivo que outras fontes condicionam. Por exemplo, se a indústria farmacêutica diz que há um acontecimento onde vão apresentar um medicamento novo, trata-se esse acontecimento como outro qualquer" (MENDES 2010). Porém, reforçou a ideia que a indústria farmacêutica "não condiciona" (MENDES 2010) o trabalho jornalístico. E

exemplificou: "quando vêm *press-releases* da indústria farmacêutica, conseguimos olhar para eles e tirar dali a informação válida e que pode ser interessante para os médicos. Esta informação também pode ser complementada com comentários de médicos, de farmacêuticos e de pessoas que trabalham nos ensaios clínicos" (MENDES 2010).

"Jornal Médico de Família"

No caso do "Jornal Médico de Família", o diretor, Miguel Mauritti, garantiu: "a área comercial não tem ligação com a redação" (MAURITTI 2010). Neste âmbito, recordou que "uma das dificuldades iniciais deveu-se ao facto de a imprensa médica ser caracterizada pela ligação por vezes perigosa com a indústria farmacêutica" (MAURITTI 2010). Por isso, como lembrou, decidiram "algumas regras desde o início, no sentido em que a prioridade é sempre a editorial e não a publicidade" (MAURITTI 2010). Na prática, isto leva a que, como exemplifica, se houver uma potencial notícia considerada importante sobre determinado medicamento e se houver publicidade a esse mesmo fármaco nessa edição, a publicação do artigo jornalístico é cancelada (*Cf.* MAURITTI 2010).

Por vezes, também são publicadas notícias menos positivas em relação às empresas farmacêuticas, o que acarreta consequências para o jornal, como revelava o diretor. A título de exemplo, relatou uma situação em que o jornal publicou um artigo sobre um procedimento do INFARMED em relação a uma empresa farmacêutica. Esta ligou para o jornal a dizer que cancelava toda a publicidade por causa daquele artigo. Em consequência, o jornal publicou um artigo a dizer que tinha recebido um telefonema da referida empresa farmacêutica a cancelar a publicidade toda por causa daquele artigo (*Cf.* MAURITTI 2010). Apesar de consequências negativas a curto prazo, Miguel Mauritti concluiu: devido a esta postura, "depois, com os anos, acabamos por ser beneficiados" (MAURITTI 2010).

Relativamente ao suplemento "Molécula", o diretor explica que nesta secção específica constam informações "sobre tudo o que tenha a ver com medicamentos e dispositivos médicos e tecnologias da saúde, ou seja, ge-

nericamente, todas as áreas em que o INFARMED tem competências" (MAURITTI 2010). Além disso, declara: "provavelmente, nós temos mais notícias do que os outros jornais médicos, mas aqui nada é pago" (MAURITTI 2010). Consequentemente, sustenta: "quando publicamos uma notícia, as empresas farmacêuticas ficam satisfeitas, porque sabem que esta surgiu porque nós achámos que era importante e os nossos leitores também sabem isso" (MAURITTI 2010).

12.4 Indústria farmacêutica

O facto de as empresas farmacêuticas investirem na publicidade e outras formas de transmissão de conteúdos através dos jornais de informação médica insere-se em políticas de comunicação dessas mesmas organizações, pelo que faz todo o sentido auscultar os responsáveis pelas mesmas sobre o valor que atribuem a este investimento. Foi assim que surgiram os depoimentos que se apresentam seguidamente, e que dão conta das opiniões de responsáveis de comunicação das três organizações do sector farmacêutico que acederam colaborar neste estudo, realizado em 2010: a *Abbott*, a *Roche* e a *Bayer*.

Abbott

João Gil, da *Abbott*, quanto questionado sobre o investimento publicitário desta empresa nos jornais de informação médica, explica que na área hospitalar não vale a pena, mas que na área farmacêutica acontece (*Cf.* GIL 2010). Porém, assegura: "Se me pergunta se vejo alguma vantagem neste investimento, eu não gastava nem um euro na publicidade em jornais da especialidade, porque acho que os médicos não leem, da mesma forma que quando recebo um folheto de publicidade em casa não vejo" (GIL 2010).

Relativamente à eficácia da publicidade nos jornais de informação médica, João Gil argumenta que "simplesmente já não dá. Funcionou em tempos e hoje em dia não funciona" (GIL 2010). Na verdade, recorda que "os jornais médicos tinham mais publicidade há uns anos do que agora" (GIL 2010). Na opinião do mesmo profissional, isto acontece porque "há uma falta de reconhecimento dos jornais médicos. Os próprios médicos não reconhecem

alguns jornais médicos como meios credíveis" (GIL 2010). Contudo, admite "quando há lançamento de um novo produto, é normal que se faça publicidade em tudo o que são meios, quanto mais não seja para o dar a conhecer" (GIL 2010).

Afirmando-se como "apologista de estratégias de marketing e comunicação diferenciadas e com focos, ou seja, dar os tiros certeiros onde têm de ser dados, atingindo os públicos-alvo que pretendem" (GIL 2010), João Gil acredita que "a publicidade neste tipo de revistas são tiros para o ar, a ver quem olha para aquilo, pois não há estudos de rentabilidade" (GIL 2010). Neste sentido, avalia como "mais importante uma participação na separata 'Saúde Pública' do semanário 'Expresso, pois toda a gente a lê, e não apenas os profissionais de saúde, além de que contém artigos de fundo, bem elaborados e com temáticas de saúde pública atuais, que interessam às pessoas" (GIL 2010).

Roche

Para João Pereira, da Roche, "os meios de comunicação especializados padecem de um mal grande que é o facto de ser muito difícil conseguir compreender o real índice de leitura que têm" (PEREIRA 2010). Conforme explica, "normalmente, as métricas que são apresentadas são de tiragem e não dizem nada. A pessoa que investe ou quer fazer passar uma mensagem, num determinado suporte, interessa-lhe saber a quem essa mensagem chega" (PEREIRA 2010). "As pessoas podem receber o jornal e depois arquiva-lo diretamente" (PEREIRA 2010), admite. Em suma, considera-se "muito cético em relação às publicações especializadas em saúde" (PEREIRA 2010), pois "estas não conseguem mostrar dados que nos permitam saber a eficácia da comunicação através das mesmas, nomeadamente, dizendo quem as lê" (*Cf.* PEREIRA 2010).

O mesmo profissional da área farmacêutica defende que a "a imprensa especializada em saúde pode dividir-se na imprensa especializada científica, que tem credibilidade, e aquele tipo de publicação mais informativo ou publicitário, que assenta muito numa lógica comercial" (PEREIRA 2010). Nestas últimas, "o leitor sabe que aquelas mensagens são pagas por alguém com

interesse, o que compromete a componente da credibilidade e do rigor", acrescenta (PEREIRA 2010). Consequentemente, como acredita, "isto faz com que o índice de leitura dessas publicações seja diminuto e que o leitor as encare sempre como se estivesse a olhar para uma publicidade, e portanto, com as devidas reservas" (PEREIRA 2010). Além disso, considera pernicioso "o facto de existir uma diversidade e quantidade grandes de publicações e, portanto, alguma poluição informativa" (*Cf.* PEREIRA 2010). Por último, também aponta como negativa a questão de "as publicações não serem pagas, o que lhes tira algum valor perante o leitor" (*Cf.* PEREIRA 2010).

Aliás, João Pereira considera que na imprensa médica especializada, "os critérios de seleção de informação não se prendem com os critérios de notícia jornalísticos, mas sim com critérios puramente comerciais" (PEREIRA 2010). Isto porque, como refere, "estas publicações exercem muita pressão sobre a indústria farmacêutica, solicitando que esta financie a publicação de determinados conteúdos" (*Cf.* PEREIRA 2010). Ainda vai mais longe ao afirmar que: "os critérios editoriais são puramente comerciais, pelo que quase não se pode falar em critérios editoriais" (*Cf.* PEREIRA 2010). "São publicações muito presas a uma componente comercial e depois o leitor sente, o que só penaliza as publicações, que são vistas não como um produto jornalístico, mas como um produto publicitário" (PEREIRA 2010), conclui.

Finalmente, João Pereira revela que a Roche comunica "essencialmente com os meios de comunicação generalista, dependendo muito do público, do assunto e do que se quer comunicar" (*Cf.* PEREIRA 2010). Sendo assim, "tanto pode fazer sentido comunicar com os jornais de referência, como com revistas femininas" (*Cf.* PEREIRA 2010). De qualquer modo, frisa que "esses são muito mais importantes, até porque depois os médicos também os leem" (PEREIRA 2010). "Se calhar há muito maior probabilidade que um médico leia uma informação através de um meio generalista do que através de um meio especializado em saúde" (PEREIRA 2010), vaticina. Ilustrando esta ideia, acrescenta: "a não ser que haja um médico que organizou uma jornadas e sabe que aquilo sai em determinado jornal especializado, e por

isso quer ver a fotografia, normalmente, um clínico que passa o tempo no consultório a ver doentes, depois quer é ler sobre pintura, música, desporto ou outra coisa qualquer" (PEREIRA 2010).

Bayer

Inquirido sobre a importância da publicidade e outros conteúdos nos jornais de informação médica, Fernando Santos, da *Bayer*, afirma:

> além da força de vendas, que é a área com maior investimento, através dos delgados de informação médica, que contactam os profissionais de saúde (médicos, farmacêuticos e enfermeiros), também se aposta noutras áreas, nomeadamente, nos anúncios, *reprints* ou coberturas de simpósios, quer sobre produtos, quer sobre patologias das áreas da atuação da empresa, nos jornais e revistas médicas (SANTOS 2010).

Além disso, quando se trata de comunicação "em termos puramente institucionais, não relativa a medicamentos, utilizam-se os jornais da imprensa leiga, não médica, como por exemplo, o suplemento de saúde pública do 'Expresso'" (SANTOS 2010). Porém, como explica, "nos jornais e outros meios para o grande público, por lei, não se pode fazer publicidade aos produtos de prescrição médica obrigatória, pelo que se recorre aos meios especializados na área da medicina"

Este profissional da *Bayer* assegura que o investimento na publicidade nos jornais de informação médica "faz parte do conjunto de atividades promocionais da empresa" (*Cf.* SANTOS 2010). No entanto, "o problema é sempre o mesmo: saber qual a quota-parte deste investimento para o sucesso dos produtos e respetivas indicações" (*Cf.* SANTOS 2010). "É muito complicado avaliar" (SANTOS 2010), resume. Apesar de tudo, considera "importante dar a conhecer os produtos, as indicações dos mesmos, a companhia, enfim, manter as pessoas bem informadas" (SANTOS 2010).

Acreditando que "quando há crise, as empresas têm tendência natural a cortar na publicidade" (SANTOS 2010), Fernando Santos diz "não estar muito de acordo, porque tem é que se adequar os recursos existentes às necessida-

des" (SANTOS 2010). "No entanto, se os recursos no seu global diminuem, tudo tem de diminuir" (SANTOS 2010), admite. Aliás, como acrescenta, "é sabido que as companhias farmacêuticas estão a reduzir a força de vendas e este é o maior e, se calhar, o melhor ativo, em termos de promoção de produtos" (SANTOS 2010).

Capítulo 13

CONCLUSÕES DA ANÁLISE

Chegou agora o momento de fazer uma síntese e interpretação crítica dos resultados obtidos nesta investigação. Através desta súmula analítica, poder-se-á responder com clareza às perguntas que nortearam o percurso seguido nesta pesquisa. Porém, antes de avançar, será importante recordar a diversidade metodológica que permitiu alcançar estes resultados. Assim, a pesquisa teve como peça chave uma análise de conteúdo com dimensões quantitativas e qualitativas, complementada por entrevistas semiestruturadas com os diretores e chefes de redação dos jornais de informação médica, e com responsáveis pela comunicação das empresas farmacêuticas, principal fonte de lucro das publicações estudadas. Isto porque, tal como afirma Bardin, "o género de resultados obtidos pelas técnicas de análise de conteúdo não pode ser tomado como prova inelutável. Mas constitui, apesar de tudo, uma ilustração que permite corroborar, pelo menos parcialmente, os pressupostos em causa" (BARDIN 2009: 77).

Os jornais de informação médica em Portugal

A primeira pergunta de investigação foi esta: como se caracteriza o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal? Para responder a esta questão, foram relatados os antecedentes destes meios, isto é, o contexto em que surgiram e evoluíram, assinalando as principais etapas do seu desenvolvimento. Verificou-se que o "Tempo Medicina" surgiu da autonomização de um suplemento de medicina de um jornal generalista, enquanto o "Jornal Médico de Família" esteve desde sempre ligado à associação da qual continua a ser o órgão oficial: a Associação Portuguesa dos

Médicos de Clínica Geral (APMCG)[1]. Deste modo, inserem-se nas denominadas publicações especializadas, ou seja, "destinadas a uma determinada classe de público leitor e cujos conteúdos se referem a matérias ou temas de carácter científico, económico, técnico, profissional, desportivo, etc." (IGLESIAS 2001: 112), que nascem em consequência da "progressiva fragmentação e diversificação de interesses profissionais, culturais, educativos, etc." (IGLESIAS 2001: 113).

Também se percebeu que, seguindo a tipologia apresentada por Francisco Iglesias, segundo o qual o ciclo de vida das publicações impressas passa por quatro fases – aparecimento, crescimento, maturação, declive (*Cf.* IGLESIAS 2001: 62) – os jornais de informação médica encontram-se nesta última fase. De facto, tal como acontece nestes meios, "na fase do declive, há diminuição dos rendimentos, quer procedentes de vendas de exemplares, quer da publicidade" (IGLESIAS 2001: 63).

Sendo assim, há "necessidade de inovação, reestruturando ou relançando a publicação, caso contrário a publicação acabará por sucumbir" (IGLESIAS 2001: 63). Na verdade, o diretor do "Tempo Medicina" admitiu a tendência para diversificar as atividades realizadas pela empresa editorial, de modo a combater o desinvestimento publicitário nos jornais de informação médica, enquanto o diretor do "Jornal Médico de Família" procurava, por exemplo, explorar as potencialidades da edição *online*. Ambos consideraram que o setor dos jornais de informação médica, além de ser sujeito a muita e diversificada concorrência, está numa situação muito complicada, dado que dependem totalmente da publicidade das empresas farmacêuticas, e estas têm diminuído o investimento nestes meios, devido a vários fatores, incluindo a crise económica e financeira dos últimos anos e alguns condicionantes legais. No caso do "Jornal Médico de Família", o diretor admitiu que os parceiros institucionais, que são também empresas farmacêuticas, é que permitiam a continuidade do projeto.

1. Desde 2011, tem uma nova designação: APMGF – Associação Portuguesa de Medicina Geral e Familiar.

Em relação à propriedade das publicações, ambas pertenciam a empresas editoriais especializadas: *Impremédica* ("Tempo Medicina") e *VFBM Comunicação*[2] ("Jornal Médico de Família"). Porém, no caso do "Jornal Médico de Família", este representava o papel de órgão oficial da APMCG. Saber a quem pertencem estes meios é fundamental, pois, como alerta Hugo Aznar", "independentemente das diferenças entre os casos, a propriedade representa a influência mais poderosa e direta sobre a atividade dos media" (AZNAR 2005: 77). Desta feita, "a configuração empresarial dos media torna-se um problema quando o direito de propriedade é considerado como um direito a decidir sobre o conteúdo do meio de comunicação social e sobre o trabalho dos seus profissionais" (AZNAR 2005: 79).

Consoante se observou, a estrutura das organizações em que se produzem estes jornais é semelhante à de muitas empresas mediáticas. Além disso, os próprios objetivos são comuns aos de qualquer meio jornalístico: produzir um produto editorial apetecível para o público-alvo, de modo a atrair, também, o mercado publicitário. Este mercado, nos jornais de informação médica, é fundamental pois assegura a grande maioria dos lucros obtidos, dado que estes são distribuídos gratuitamente. Os exemplares são enviados por correio, para os destinatários – médicos – sem qualquer custo para os mesmos, não sendo cobrado qualquer valor pela assinatura dos mesmos.

Relativamente ao processo de produção jornalística, destacam-se, em ambos os jornais, o papel ativo dos diretores dos mesmos. No caso do "Tempo Medicina", o diretor, embora licenciado em Medicina, exerce funções como jornalista à frente da publicação há muitos anos, cabendo-lhe a incumbência de gerir a empresa e, concomitantemente, a redação. Embora tenha há algum tempo uma jornalista como coordenadora de redação, o diretor não deixa de ter uma participação direta em todas as decisões redatoriais. Por outro lado, no "Jornal Médico de Família", o diretor, jornalista, assumia-se como chefe de redação e como a pessoa pela qual passava tudo o que era ou não publicado.

2. Desde 2013 pertence à APMGF – Associação Portuguesa de Medicina Geral e Familiar.

Em relação aos jornalistas, o "Tempo Medicina" tem alguns elementos na redação e outros como colaboradores pagos à peça, não só em Lisboa, mas também no Porto e Coimbra, enquanto o "Jornal Médico de Família" trabalha apenas com a redação fixa em Lisboa. É de salientar que, quando os lucros do jornal eram maiores, chegaram a existir muitos mais colaboradores no "Tempo Medicina", nos vários pontos do país, bem como mais elementos na redação de Lisboa. A propósito dos colaboradores pagos à peça, Érik Neveu alerta:

> esta precariedade tem também efeitos na qualidade da informação, uma vez que o colaborador não conta com o apoio documental de uma redação para poder controlar a informação e se vê obrigado a multiplicar os artigos de modo a garantir o seu rendimento mensal, ou porque se encontra numa posição fragilizada tanto em relação às fontes que lhe fornecem um 'pronto-a-publicar' fácil de transformar num artigo como também em relação a uma hierarquia à qual ele dificilmente pode recusar uma reportagem cujo conteúdo dependerá mais de uma encomenda *a priori* do que das realidades observadas no terreno (NEVEU 2005: 34).

Em relação à fotografia, também há fotojornalistas colaboradores no Porto, Coimbra e Algarve, além dos elementos fixos em Lisboa, todos coordenados na redação por um fotojornalista responsável pela imagem. Por sua vez, no "Jornal Médico de Família" não surge identificado qualquer elemento como fotojornalista. Mesmo na ficha técnica deste jornal, a divisão de fotografia é atribuída genericamente à editora (VFBM Comunicação) da publicação.

Quanto aos redatores médicos, também estes assumem papéis diferentes nos dois jornais. No "Jornal Médico de Família", os médicos, constantes na ficha técnica do jornal, apenas escrevem artigos de opinião. Já no "Tempo Medicina", os redatores médicos que constam da ficha técnica escrevem os artigos ditos "redatoriais", dos suplementos. Quanto aos artigos de opinião, além daqueles assinados por elementos diretivos do jornal, são escritos por médicos de vários quadrantes, mas que não estão ligados ao jornal. Ainda em relação aos autores dos textos publicados nos dois jornais, em ambos

predominam os jornalistas da redação, seguindo-se os jornalistas colaboradores no "Tempo Medicina" e o redatores médicos no "Jornal Médico de Família". Outros autores, que são na maior parte do caso médicos, surgem com muito mais frequência no "Tempo Medicina". Além disso, dado que muitas vezes o editorial deste jornal não é assinado, havendo algumas dúvidas na sua autoria, há bastantes mais textos assinados pelo diretor do "Jornal Médico de Família", que usualmente assina a crónica que acompanha o *cartoon* quinzenal.

Acerca das principais rotinas jornalísticas nestes meios, foi ainda possível obter uma breve descrição sobre as mesmas, realizada pelos diretores e chefes de redação. Ambas vão ao encontro da ideia de um crescimento da comunicação, muitas vezes oposta à informação, o que significa que, tal como atenta Rémy Rieffel "de questionadores e investigadores, os jornalistas passaram a destinatários de um fluxo ininterrupto de informações que os dispensam, muitas vezes, de fazer pesquisas e verificações" (RIEFFEL 2003: 148). Ainda no âmbito das rotinas jornalísticas, constatou-se a existência e cumprimento de um livro de estilo, ainda que informal, no "Tempo Medicina", enquanto no "Jornal Médico de Família", não existe qualquer documento escrito e o diretor garante a não necessidade do mesmo devido a ele mesmo uniformizar todo o conteúdo do jornal antes de este ser publicado. Será importante frisar a importância dos livros de estilo, "inicialmente entendidos como sendo apenas relativos às normas ortográficas, gramaticais, tipográficas, entre outras, para redigir e apresentar corretamente as informações, mas, cada vez mais, os livros de estilo ultrapassam a dimensão linguística para incorporarem uma dimensão mais propriamente deontológica ou moral" (*Cf.* AZNAR 2005: 109-111). Então, ao lado das regras estilísticas e linguísticas, "pouco a pouco, têm sido incorporadas normas de tratamento da informação e de conduta dos jornalistas que já pertencem inteiramente ao campo da deontologia e da ética do jornalismo" (*Cf.* AZNAR 2005: 111). Assim, "a evolução dos livros de estilo converteu-os, assim, em

autênticos textos constitucionais dos media. Neles já não são só reunidas as normas de estilo, mas também os critérios deontológicos internos ou a identidade ideológica do meio de comunicação social" (*Cf.* AZNAR 2005: 111)

Finalmente, ainda no que diz respeito ao processo de elaboração dos jornais de informação médica, há uma questão que encontra resposta pelo cruzamento da perspetiva dos chefes de redação e diretores com os resultados da análise dos meios: de que forma se processam as relações com os atores sociais, como fontes de informação, ligados à área da medicina? No caso do "Tempo Medicina", a coordenadora da redação destacou a pouca proatividade comunicativa dos atores sociais envolvidos na área da saúde em Portugal, nomeadamente as unidades de ensino e investigação e mesmo o poder central. Isto contraria a tendência de outros países, em que, como refere Barbara Gastel, as instituições ligadas à saúde – agências governamentais, associações, escolas médicas e centros de investigação – costumam ser fontes centrais para os jornalistas nesta área, enviando *press-releases* e fazendo conferências de imprensa, gerando muitas notícias (*Cf.* GASTEL 1998: 29). Porém, esta informação, tal como a de outras fontes, deve ser avaliada criticamente, dado que não dão informação apenas para disseminar conhecimento, mas também para cumprir outros objetivos, tais como atrair financiamentos para pesquisa ou tratamentos clínicos, melhorar a reputação institucional, vender produtos médicos, entre outros.

A coordenadora da redação do "Tempo Medicina" explicou que os atores sociais mais ativos são os sindicatos médicos, algumas associações profissionais e as empresas do setor farmacêutico. Admitiu, ainda, que havia alguma fidelização em relação às fontes de informação médicas, devido à dificuldade que disse existir em conseguir pessoas disponíveis para falar, nesta área. Além disso, adiantou que se estabelecem poucos contatos com doentes ou associações de doentes. Por seu turno, o diretor afirmou não existirem quaisquer tipos de pressões por parte dos atores sociais envolvidos nas notícias, apenas o diálogo normal no relacionamento entre jornais e fontes de informação, salvaguardando que a principal preocupação a este nível diz respeito a uma possível influência do fator "mercado".

Passando para o "Jornal Médico de Família", o diretor e chefe de redação sustentou que, normalmente, os jornais médicos não dizem mal dos médicos, que são os leitores, nem da indústria farmacêutica, que é o principal anunciante, à semelhança do que considera acontecer em qualquer outro meio jornalístico especializado, por exemplo desportivo. Apesar disto, confessou que por vezes o jornal que coordena critica as corporações, nomeadamente a Ordem dos Médicos e os sindicatos, o que acaba por ter como consequência a existência de conflitos com estas possíveis fontes de informação.

A análise dos jornais de informação médica revelou que os atores sociais mais utilizados como fontes de informação no "Tempo Medicina" são os médicos que exercem atividade clínica, os jornais ou estudos científicos e os políticos, ao passo que no "Jornal Médico de Família" são mais ouvidos os diretores ou gestores de unidade de saúde e os políticos, seguidos dos médicos e das empresas farmacêuticas. Esta preponderância, ainda que superior no "Tempo Medicina" dos médicos como fonte de informação é coincidente com a ideia de Barbara Gastel, quando esta diz que "os profissionais de saúde são as pessoas mais citadas nos artigos de jornas sobre medicina ou saúde. São também uma das principais fontes de informação noutros media" (GASTEL 1998: 53).

Numa perspetiva comparativa, sobressai ainda o facto de no "Jornal Médico de Família" serem mais citados profissionais de saúde não médicos, utentes e as tais empresas farmacêuticas. Por seu turno, o "Tempo Medicina", contrasta pelo maior relevo dado às informações recolhidas junto de docentes da área médica, sindicatos, congressos e reuniões, bem como os referidos jornais e estudos científicos e os próprios médicos. Este tipo de fontes de informação, utilizadas pelo "Tempo Medicina", coincide com a literatura sobre o assunto. Porém, apenas o "Jornal Médico de Família" dá alguma voz a utentes, pacientes ou pessoas perto destes, como familiares e amigos. De acordo, com Barbara Gastel, estes podem dar perspetivas interessantes, com muito interesse humano, ilustrando como as condições médicas podem afetar a vida das pessoas (*Cf.* GASTEL 1998: 55-57). Apesar de tudo, esta vertente não é muito explorada e atribui-se isto quer à linha editorial

quer ao que se julga que a audiência de médicos tem interesse em ler. Na verdade, não se pode menosprezar que "os interesses da audiência poderá também ser um fator suscetível de influenciar o processo de fabrico das notícias, porque o jornalista pensará naquilo que a audiência pretende" (Cf. SOUSA 2000[b]: 65).

Em suma, as fontes de informação utilizadas, bem como as semelhanças e diferenças entre os dois jornais a este nível, dependem de vários fatores, incluindo a propriedade, os destinatários das publicações, bem como a linha editorial das mesmas. Assim, o facto de ser um órgão oficial de uma associação profissional de uma especialidade, coloca o "Jornal Médico de Família", mais próximo dos cargos diretivos de unidade de saúde e políticos e mais longe das questões sindicais, que interessam ao "Tempo Medicina", como jornal produzido por uma editora independente. Por outro lado, os destinatários são muito mais abrangentes no "Tempo Medicina", pelo que há preocupação em ouvir médicos das mais diversas áreas e estar em congressos e reuniões das várias especialidades, organizados por múltiplas entidades, ao passo que o "Jornal Médico de Família" abre o leque da atenção aos profissionais de saúde não médicos e aos utentes com que os médicos de família lidam no quotidiano. Por fim, o facto de o "Jornal Médico de Família" ter mais vezes como fonte as empresas farmacêuticas não significa que este é mais influenciado por estas do que o "Tempo Medicina", pois quando este cita jornais e estudos científicos, isto acontece, quase sempre, sob auspícios de empresas farmacêuticas responsáveis pelos mesmos.

Quaisquer umas das fontes de informação são citadas em discurso direto e indireto, nos dois jornais, mas há uma diferença em relação à forma como se designam as mesmas. De facto, no "Tempo Medicina", no corpo do jornal não se colocam títulos académicos, por ser considerado a parte jornalística, e no suplemento sim, por ser tido como mais técnico. Contudo, no "Jornal Médico de Família", esta distinção não é tão clara, aparecendo ocasionalmente, quer no caderno principal, quer no suplemento.

Enfim, perante tudo isto, não há dúvidas em responder afirmativamente à seguinte questão, colocada por Érik Neveu: "não será o 'poder dos jornalistas', na verdade exercido por uma rede de protagonistas que não se reduz apenas aos detentores de uma carteira profissional?" (NEVEU 2005: 99). Na verdade, percebe-se que, tal como enuncia Jorge Pedro Sousa, "os jornalistas não trabalham sozinhos, mas em organizações, uma espécie de sistemas mais ou menos abertos e interatuantes com o meio que, no caso das organizações noticiosas, a partir de *inputs* informativos fabricam notícias e disseminam ideias" (SOUSA 2000[b]: 57).

Deste modo, a análise organizacional permitiu-nos explicar algumas das variações no conteúdo dos media (*Cf.* SOUSA 2000[b]: 57). Além disso, confirmou-se que "o processo de *newsmaking* é afetado pelo sistema social global em que uma organização noticiosa se insere, pelo que, com base nesse pressuposto pode falar-se de uma ação social extra-organizacional de conformação das notícias" (*Cf.* SOUSA 2000[b]: 61). Neste âmbito, "as fontes, uma vez que são, de alguma forma, e quase sempre, *gatekeepers* externos aos órgãos de comunicação social, são também, talvez, o fator externo aos *media* em que se pode atentar de imediato" (SOUSA 2000[b]: 61). Além disso, convém destacar que "na atualidade, o poder económico é, provavelmente, mais importante do que o político ou, pelo menos, tão importante quanto este" (*Cf.* SOUSA 2000[b]: 66-67).

Ainda nesta primeira questão central, mas passando do sistema de produção noticiosa para o nível do produto jornalístico, surgem outras interrogações. Desde logo, a primeira é relativa aos princípios editoriais destes meios. Verificou-se que nos dois jornais de informação médica analisados estes constam no Estatuto Editorial, tendo aliás, no caso do "Tempo Medicina", sofrido uma atualização em 2005. A existência destes "princípios formulados explicitamente pela empresa e destinados a inspirar a filosofia, as ideias e os objetivos gerais do meio de comunicação social que promove, assim como a orientar, em certa medida, as suas normas de funcionamento quotidianas" (AZNAR 2005: 93) é muito importante do ponto de vista jornalístico. Isto porque, como explica Hugo Aznar, "na medida em que supõem um maior

compromisso com a informação e a comunicação, a sua formulação deveria ser considerada como mais uma exigência deontológica, de modo a que todos ou a maioria dos media contassem com eles a partir do momento da sua criação" (AZNAR 2005: 93). O mesmo autor defende ainda:

> os princípios editoriais representam um primeiro exercício de autorregulação por parte da empresa de comunicação, já que esta reconhece com eles a dimensão comunicativa, intelectual e ideológica do meio de comunicação social. Proclamando estes princípios, a empresa confere ao meio de comunicação social uma determinada identidade e, por conseguinte, cria – dentro e fora do mesmo – expectativas acerca do seu conteúdo, que a empresa deve depois respeitar em circunstâncias normais. Ao fazer isto, a empresa assume um claro compromisso ético, tanto a nível interno – para o meio de comunicação social e para os profissionais que integram o seu projeto – como externo – para o público e para a sociedade que recebe o seu produto (AZNAR 2005: 93).

Enfim, "os princípios editoriais estabelecem, pois, a linha editorial genérica de um meio de comunicação social e implicam um compromisso, livremente assumido pela empresa, de respeitar e se ajustar, em circunstâncias normais, à manutenção dessa oferta comunicativa definida" (AZNAR 2005: 95).

Em termos de estrutura formal dos jornais, observou-se que o número médio de páginas do "Jornal Médico de Família" (40) é superior ao do "Tempo Medicina" (33), o que não é de estranhar pelo facto de o primeiro ser quinzenal e o segundo semanal. Quanto à organização dos jornais por secções, apesar de todas estarem relacionadas com a saúde, não difere muito do que é feito noutros meios de comunicação social. A este nível, o "Tempo Medicina" tem como secção fixa que normalmente ocupa o maior número de páginas a "Actual", lugar que cabe ao "Nacional" no "Jornal Médico de Família". Este último jornal tem ainda a peculiaridade de ter mais secções do que o jornal concorrente, além de que surgem mais vezes secções singulares, isto é, que surgem apenas uma vez em todo um ano de edições.

Ambos os jornais apresentam suplementos ou cadernos especiais, e, nos dois casos, estes estão estritamente ligados à área farmacêutica e a congressos e reuniões médicas.

No que respeita aos géneros jornalísticos predominantes, os jornais de informação médica analisados privilegiam as notícias e breves, não diferindo da maioria dos meios impressos. Na verdade, embora com algumas particularidades, pode concluir-se que os resultados obtidos nesta área coincidem com os seguintes pressupostos de Francisco Ramírez e Javier del Moral:

> os géneros jornalísticos mais utilizados no jornalismo científico são: a notícia, que dá informação pontual sobre as descobertas mais recentes e, geralmente, tem una intencionalidade divulgativa; a reportagem, que permite aprofundar mais as informações trazendo elementos complementares, suportes documentais, gráficos, estatísticas, etc.; a entrevista, através da qual o jornalista pode recolher a opinião dos especialistas para que comentem ou expliquem as noticias científicas; o ensaio, mediante o qual um especialista aprofunda o estudo de um tema concreto, incluindo dados de especial interesse (RAMÍREZ e MORAL 1999: 124).

Ainda ao nível dos géneros jornalísticos, são assinaláveis as diferenças entre os dois jornais nalguns pontos. Por um lado, o "Jornal Médico de Família" tem como um dos elementos chave um *cartoon*, na última página de quase todas as edições, sempre acompanhado por uma crónica do diretor do jornal sobre alguma temática ligada à atualidade na área da saúde. Por outro lado, o *cartoon* não surge no "Tempo Medicina", que, por seu turno, tem dois géneros jornalísticos que não aparecem no outro jornal: o editorial e as colunas de citações, baseadas em declarações relacionadas com a saúde retiradas de meios de comunicação social para o público em geral.

Como traço em comum a ambos os meios pode apontar-se a existência de textos que, dadas as caraterísticas detetadas e descritas, poderiam, segundo vários autores, ser apelidados de publi-reportagens. Além disso, existem alguns artigos de revisão científica nas duas publicações. No caso no "Tempo

Medicina", aparecem também artigos sob o formato de relatos técnicos de cariz científico, publicados, a maior parte das vezes, devido ao financiamento dos mesmos por empresas farmacêuticas.

Uma vez que, durante a pesquisa, foi detetada a importância quantitativa e qualitativa dos artigos de opinião nestas publicações, resolveu aprofundar-se a sua análise. Entre outras coisas, verificou-se que embora o tema dominante dos artigos de opinião dos dois jornais seja a saúde e os principais autores dos mesmos sejam médicos, há diferenças a assinalar. De facto, enquanto no "Tempo Medicina" há vários artigos, em várias rubricas, assinados por diferentes elementos da redação, no "Jornal Médico de Família" o diretor é o único que escreve artigos de opinião, mais concretamente a crónica que acompanha o *cartoon*. Os outros artigos são, em ambos os casos, escritos por médicos. Contudo, no "Tempo Medicina", os médicos não fazem parte do jornal, mas são convidados a darem opinião, enquanto no "Jornal Médico de Família" os autores dos textos são redatores médicos que constam da ficha técnica, estando ligados ao jornal.

Outro assunto a merecer atenção foi a linguagem, mais concretamente, de que forma a linguagem jornalística incorpora a linguagem especializada da medicina. Verificou-se que pode-se falar mesmo em hibridismo da linguagem utilizada nestes jornais, dado que, muitas vezes, coabitam, no mesmo texto, caraterísticas linguísticas da ciência, mais em concreto da área médica, e do jornalismo. Esta situação não é um exclusivo destas publicações, porém tem uma cambiante importante aos problemas que apontam Francisco Ramírez e Javier del Moral. De facto, estes defendem que "um dos principais problemas com que se depara o jornalista científico é, por um lado, a utilização correta da terminologia científica e técnica e, por outro, a adequação da linguagem aos recetores não especialistas" (RAMÍREZ e MORAL 1999: 118), enquanto no caso dos jornais de informação médica o cuidado acrescido é com a correção da linguagem e dos conteúdos por ela transmitidos, dado que os leitores são, eles mesmos, especialistas.

Relativamente à utilização que é feita da imagem, em termos jornalísticos, deu para perceber o grande valor atribuído às fotografias nestes jornais, quer pela quantidade, quer pela dimensão, quer pela localização das mesmas nas páginas e nos jornais. Quanto aos sujeitos e objetos fotografados, há uma prevalência dos atores sociais citados ou referidos nos textos. É ainda pertinente o facto de no "Jornal Médico de Família" existir, em relação ao "Tempo Medicina", um número significativamente maior de fotografias de instituições ou locais mencionados no texto, bem como médicos em ambiente hospitalar, consultas e outros atos médicos. Quanto a outro tipo de imagem, para além da fotográfica, no "Tempo Medicina" predominam os gráficos, enquanto no "Jornal Médico de Família" o destaque vai para os *cartoons* (inexistentes no outro jornal) e as infografias (muito poucas no jornal concorrente). Além disso, as ilustrações têm uma importância equivalente nos dois periódicos.

Os assuntos tratados nestes jornais constituem uma das caraterísticas que os definem. Começando pelos temas de primeira página, conclui-se que os dois meios destacam a atualidade socioprofissional. Porém, há divergência no segundo tema mais chamado à primeira página. Se no "Tempo Medicina" seguem-se, muito próximos do primeiro lugar, os temas ligados à política da saúde, já no "Jornal Médico de Família" são as unidades de saúde a ocuparem esta posição. Esta diferença indicia posicionamentos editoriais distintos. De facto, "Tempo Medicina" demonstra estar interessado em questões abrangentes, comuns a todos os médicos, enquanto o "Jornal Médico de Família" mostra-se focado nas especificidades das várias unidades de saúde do país. Em relação aos temas dos jornais, no seu todo, no caso do "Tempo Medicina" o grande destaque vai para os fármacos e terapêuticas, seguidos da política da saúde e dos congressos médicos de âmbito científico, ambos em segundo lugar. Ao mesmo tempo, no "Jornal Médico de Família" as unidades de saúde são a temática que sobressai nas páginas da publicação, sucedidos pelas instituições e empresas da área farmacêutica.

Perante esta seleção temática, quais são os valores-notícia destas publicações? Da análise dos temas em destaque na primeira página, conclui-se que a atualidade e a novidade são os critérios de noticiabilidade predominantes nos dois jornais. No entanto, há diferenças, pois no "Jornal Médico de Família" o valor-notícia que se segue é a proximidade, ao passo que no "Tempo Medicina" sobressaem a relevância e os conflitos pessoais e institucionais. Isto revela o interesse noticioso do primeiro periódico nos locais de trabalho dos vários médicos de família, um pouco por todo o país, transmitindo preocupação em dar informação proximidade, o que diverge da preocupação do "Tempo Medicina" com a amplitude dos acontecimentos e problemáticas na área médica. Além de dependerem de políticas editoriais das publicações, estes critérios assentam num processo jornalístico de seleção bastante complexo. Na realidade, "se há, hoje em dia, tarefa exigente para um jornalista é a necessidade de constantemente selecionar (LOPES 2006: 44).

Sintetizando, da tentativa de se compreender os jornais de informação médica, percebeu-se que estes não são publicações científicas, mas sim jornalísticas. Porém, possuem características próprias, isto é, diferentes quer da imprensa generalista, quer da imprensa especializada em saúde para o público em geral. Aliás, os jornais de informação médica, embora não tenham sido ainda alvo de estudos específicos, quer a nível nacional, quer internacional, não constituem uma novidade ou um exclusivo nacional. De facto, Barbara Gastel alude à diversidade das publicações na área médica, entre os quais se inserem as revistas para profissionais de saúde (Cf. GASTEL 1998: 13). A mesma autora refere ainda que "algumas pessoas não veem com bons olhos os jornais não dedicados à investigação científica e que, realmente, alguns deles são poucos mais do que veículos para anúncios (Cf. GASTEL 1998: 17). Apesar de tudo, os jornais de informação médica apresentam um cenário de produção noticiosa perfeitamente compatível com a visão, já referida, de Jorge Pedro Sousa acerca da noticiabilidade (*Cf.* SOUSA 2000[b]: 106).

Por fim, apenas uma menção às edições *online* que estas publicações impressas mantêm, sendo de acesso restrito aos médicos no caso do "Tempo Medicina", mas de entrada livre para qualquer pessoa no "Jornal Médico de Família". Quanto aos objetivos que norteiam a existência destas versões *online*, há um intuito comum: tirar partido da atualidade da informação permitida pela internet. Além disso, no "Tempo Medicina" faz-se um maior aproveitamento do meio *online* para desenvolver alguns temas já referidos na edição impressa e até colocar notícias que não couberam em papel. Por outro lado, pretende-se atrair o público mais jovem, que realiza a maior das suas leituras através da internet. Quanto à edição *online* do "Jornal Médico de Família", esta é mais utilizada para divulgar notícias exclusivas, em primeira mão, além de alargar o alcance do jornal. Mais: acaba por ser este o meio que retira, como se viu, um maior rendimento das potencialidades oferecidas pela internet.

Funções dos jornais de informação médica

Há outra questão central nesta investigação: quais as funções dos jornais de informação médica? Através da conjugação das perspetivas de vários intervenientes nos jornais de informação médica – diretores, chefes de redação e responsáveis pela comunicação das empresas farmacêuticas – com a análise dessas publicações, concluiu-se que existem quatro funções principais. Então, estes meios cumprem uma função social, informativa, formativa e de informação para a prescrição.

Começando pela função informativa, esta foi detetada quer ao nível do processo de produção jornalística quer ao nível do produto final: os jornais de informação médica. Em relação ao processo de elaboração dos jornais de informação médica, os respetivos princípios editoriais proclamam a importância da missão informativa dos mesmos. Além disso, ambos possuem corpo redatoriais constituído maioritariamente por jornalistas profissionais organizados segundo as principais lógicas, procedimentos e rotinas de qualquer outra redação jornalística. Isto leva a concluir que estes meios pretendem cumprir o principal objetivo do jornalismo: fornecer informação verdadeira e atual, de forma periódica, com interesse para um determinado

público-alvo. No caso particular do "Jornal Médico de Família", como órgão oficial da Associação Portuguesa de Médicos de Clínica Geral (APMCG), percebeu-se que o meio procura, apesar desta ligação, afirmar-se como independente, ou seja, à semelhança do que João Paulo Meneses afirma: "ser ou não ser 'rádio oficial' de determinado acontecimento não pode condicionar nem o que se acompanha nem o que sobre ele se diz. Apenas se aceita que possa haver um maior envolvimento nesses casos" (MENESES 2003: 237).

Em relação aos produtos finais – os próprios jornais de informação médica – também a análise destes corrobora a ideia que eles cumprem uma função informativa. Verificou-se que vários pontos estudados correspondem ao papel informativo destes meios, tais como: a diversidade de atores sociais utilizados como fontes de informação, bem como as formas de citação dos mesmos; a atualidade e a novidade como principais valores-notícia; a predominância dos géneros jornalísticos informativos; a pluralidade de temas noticiados e até a missão de atualização e desenvolvimento de conteúdos atribuída à edição *online*.

Quanto à função formativa dos jornais em estudo, esta corresponde a uma preocupação dos meios em transmitir informação científica e prática que auxilie os médicos no desempenho clínico no quotidiano profissional. Por um lado, verificou-se a presença de alguns artigos de revisão científica, mas em número mais significativo a existência de várias peças jornalísticas cujos temas são ligados à atualidade científica e clínica, ao ensino e investigação, bem como a comunicações proferidas em congressos. Aliás, existem em ambos os meios secções próprias para congressos e reuniões médicas, o que permite mesmo aos médicos que não estiveram presentes nos mesmos atualizarem-se sobre os avanços científicos nas respetivas áreas de especialização. Por outro lado, a agenda de congressos também faz parte dos conteúdos dos jornais, de modo a manter médicos em alerta quanto à oferta formativa existente. Também foi constatado o destaque dado a fontes de informação ligadas à formação médica e à investigação, às sociedades

científicas, a congressos e mesmo a estudos e revistas científicas. A própria linguagem específica das ciências médicas denota o contributo para a formação médica contínua.

Relativamente à função social dos jornais de informação médica, esta divide-se em duas vertentes: ao papel que estas publicações cumprem junto da sociedade e ao que é exercido perante a classe médica. Em primeiro lugar, como se constatou, a missão destes meios relativamente à sociedade em geral é assumida nos princípios editoriais dos mesmos. Por outro lado, deduziu-se que, se os jornais de informação médica contribuírem, como pretendem, para um exercício mais informado da medicina, estão, em última instância, a contribuir para que os médicos prestem um melhor serviço junto das populações. Por fim, a abertura da edição *online* do "Jornal Médico de Família" ao público em geral denota uma preocupação com a informação sobre saúde prestada à população portuguesa.

Quanto à função social dos jornais para os médicos, partiu-se do pressuposto que "ao interagir com os colegas, os médicos aprendem a cultura da medicina e como desenvolver as suas identidades profissionais" (APKER e EGGLY, 2004: 415). Desta forma, interessava estudar "a maneira como a identidade dos atores sociais é conhecida através de comportamentos comunicativos, de tal forma que as relações de poder são criadas, reproduzidas e mantidas" (APKER e EGGLY, 2004: 425). Nesta investigação, em particular, a função social corresponde a três aspetos: a socialização da classe médica, a união profissional e o corporativismo. Tais conclusões foram inferidas de dados específicos obtidos nesta investigação, nomeadamente pela importância dos temas ligados a questões socioprofissionais, unidades de saúde, eventos de cariz profissional e reuniões sindicais. Também os critérios de noticiabilidade ligados à proeminência, personalização e conflitos pessoais e institucionais contribuem para este impacto social nos profissionais de saúde. Além disso, a valorização dos textos de opinião, escritos por médicos, em ambos os meios, demonstra, como foi explicado, o interesse em partilhar as ideias e perspetivas dos médicos sobre vários aspetos concernentes à atividade profissional. Igualmente, revelador da componente socioprofissional

e corporativista dos jornais é o facto de entre as fontes de informação mais citadas nestas publicações estarem os médicos e os dirigentes de unidades de unidades de saúde, tendo também um destaque considerável as posições das associações profissionais e sindicais. Por fim, uma nota para o acesso reservado aos conteúdos da edição *online* do "Tempo Medicina", o que foi visto como mais um fator que reforça a ideia de pertença a um grupo profissional exclusivo: os médicos.

Finalmente, quanto à função de informação para a prescrição, esta tornou-se evidente pela análise quer dos conteúdos editoriais dos jornais de informação médica, quer da publicidade constante nos mesmos. Antes de mais, convém recordar que a dependência dos lucros provenientes da venda de publicidade ao setor farmacêutico foi admitida pelas empresas editoras dos jornais médicos. De facto, os anúncios a medicamentos e empresas farmacêuticas são os que predominam na publicidade constante nestes meios. Além do mais, observou-se uma grande influência da publicidade no cômputo geral das publicações, tanto do ponto de vista quantitativo, pela dimensão e extensão dos anúncios, como numa perspetiva qualitativa, pela localização e destaque concedido aos mesmos. Numa perspetiva crítica sobre esta situação, Ray Moynihan e Alan Cassels constatam: "encontrar materiais de qualidade sobre os riscos e benefícios de medicamentos e outras terapias está a tornar-se mais fácil, mas encontrar informação de qualidade, acessível, atual e independente sobre doença é, ainda, quase impossível" (MOYNIHAN e CASSELS 2005: 198).

A possível influência dos conteúdos editoriais na informação para a prescrição médica foi uma ilação retirada do estudo de dois pontos fulcrais: os temas noticiados e as fontes de informação. Relativamente às fontes de informação, os responsáveis de ambos os jornais aludiram a uma maior proatividade das empresas farmacêuticas perante os meios de comunicação social, mas garantiram a autonomia editorial face às mesmas. Pela análise dos jornais de informação médica, conclui-se que entre as fontes de informação ocupam um lugar de relevo: a indústria farmacêutica, os jornais ou estudos científicos patrocinados por empresas farmacêuticas e as reuniões

científicas e profissionais apoiadas pela indústria farmacêutica. A propósito, Ray Moynihan e Alan Cassels afirmam que "o problema óbvio para todos neste momento é encontrar boas fontes de informação sobre saúde humana que sejam verdadeiramente independentes da influência de empresas farmacêuticas" (MOYNIHAN e CASSELS 2005: 197). Por fim, quanto aos temas que foram tratados pelos jornais de informação médica e que remetem para o contributo dos mesmos com informação para prescrição, destacam-se os seguintes: os fármacos e terapêuticas; as instituições e empresas da área farmacêutica e os congressos médicos de âmbito científico patrocinados por empresas farmacêuticas.

Consequências da dependência económica em relação à indústria farmacêutica

Outra questão colocada nesta investigação foi a seguinte: quais as consequências da dependência económica dos jornais de informação médica em relação à indústria farmacêutica? Para responder a esta questão, procuraram-se pistas em diferentes níveis: na empresa editorial, no processo de produção jornalística, no produto final – jornais de informação médica – e na indústria farmacêutica.

Em primeiro lugar, há que recordar a gratuidade dos jornais de informação médica. De acordo com Francisco Iglesias, "o aparecimento de este tipo de imprensa, com fórmulas de gratuitidade total ou parcial, direta ou indireta, foi favorecida pela conjunção de vários fatores, entre eles, a localização, a segmentação e crescente especialização da imprensa, os incessantes aumentos da oferta publicitária" (IGLESIAS 2001: 138). Correspondendo ao que acontece nas publicações em análise, "a gratuitidade é a via para assegurar uma alta cobertura informativa e publicitária de um determinado território ou para cobrir um certo segmento de população que tem características comuns, que podem ser de ordem profissional, desportiva, comercial, cultural, etc." (IGLESIAS 2001: 140). Nesta situação, "são os anunciantes que sustentam economicamente a publicação que assim fica gratuita para o destinatário" (IGLESIAS 2001: 139). Acontece, então, uma "notável modificação

na relação entre os leitores e a imprensa: em concreto, aqui não são os leitores que escolhem a publicação, mas sim esta que escolhe os seus leitores" (IGLESIAS 2001: 140).

A importância da indústria farmacêutica para as empresas que publicam os jornais de informação médica foi assumida pelos respetivos diretores. Estes admitiram que as empresas do setor farmacêutico são responsáveis pela quase totalidade das inserções publicitárias nestas publicações. No entanto, no caso do "Tempo Medicina", o diretor realçou que já houve outro tipo de anunciantes, dos sectores bancário, automóvel, imobiliário, o que continua a acontecer noutros órgãos de comunicação social destinados a médicos. Além disso, em termos de futuro, ambos – quer o diretor do "Tempo Medicina", quer o do "Jornal Médico de Família" – avançaram a hipótese de diversificar o tipo de anunciantes, justificando este interesse pelo facto de a crise económica afetar também o setor farmacêutico. A propósito, salientaram a vantagem que estes jornais possuem, que consideram estar a ser descurada pelos outros potenciais anunciantes: a especificidade dos destinatários. De facto, esta mais-valia é sustentada por Francisco Iglesias:

> a especialização dos conteúdos que se dirigem a determinados sectores da audiência permite à empresa jornalística oferecer aos seus anunciantes a vantagem de segmentar ao mesmo tempo os destinatários potenciais das mensagens publicitárias, o que supõe uma maior eficiência das inserções publicitárias nas publicações especializadas, com o qual também os anúncios adquirem uma certa especialização (IGLESIAS 2001: 113).

Além do mais, a diversificação de anunciantes seria muito vantajosa a um outro nível, destacado por Hugo Aznar, "ao depender de vários anunciantes ao mesmo tempo, depende-se menos de cada um deles em particular. Assim, a obtenção de receitas através da publicidade não costuma conduzir a um controlo direto e exclusivo do meio de comunicação social, a uma perda total da sua dependência" (AZNAR 2005: 64).

Embora atribuam à indústria farmacêutica o papel principal no mercado publicitário, os diretores e chefes de redação dos jornais de informação médica negaram a influência da mesma no processo de produção noticiosa. Deste modo, de acordo com as entrevistas realizadas com elementos de ambos os jornais, apesar de as empresas farmacêuticas serem a principal fonte de receita dos jornais de informação médica, aquelas não interferem na estrutura organizacional nem no funcionamento da redação. Em suma, na visão de quem produz os jornais de informação médica, os respetivos objetivos comerciais nunca se sobrepõem às políticas e decisões editoriais. No entanto, os estudos existentes nesta área contrariam esta proposição. Aliás, de acordo com Fernando Correia, "são o número, a dimensão e o local dos anúncios nas páginas ou nos horários que condicionam a organização e disposição dos textos e programas jornalísticos, e não o contrário" (CORREIA 1997:113). Por outro lado, "os próprios jornais aumentam ou diminuem de tamanho, edição a edição, não tanto porque as necessidades informativas a isso obrigam, mas porque uma maior afluência de anúncios permite fazer crescer o número de páginas" (FIDALGO 2004: 46).

À semelhança de qualquer meio de comunicação social, "na prática, é impossível separar publicidade da necessidade de consumidores (leitores, ouvintes ou telespetadores) e da necessidade de conteúdo apropriado" (WILLIS e OKUNADE 1997: 33). Segundo James Willis e Albert Okunade, "a publicidade é o que uma empresa mediática recebe quando atraiu o tipo certo de audiência com o tipo certo de conteúdo e formato" (WILLIS e OKUNADE 1997: 33). Então, "os media noticiosos precisam de leitores, se querem conseguir publicidade" (WILLIS e OKUNADE 1997: 34) e, para tal, têm que possuir "conteúdo que interessa ao mercado – audiência" (WILLIS e OKUNADE 1997: 35). Na mesma linha de pensamento, Hugo Aznar, realça:

> os meios de comunicação social têm uma característica que quase os torna únicos no mercado: a maior parte das suas receitas não é obtida junto dos seus consumidores, do público a quem prestam um serviço, mas sim dos anunciantes. A percentagem da publicidade no montante de receita dos media – que ascende a cerca de 50% na imprensa escri-

> ta e é praticamente total no caso dos media gratuitos, como a rádio ou a televisão generalista – confere-lhe um protagonismo chave (AZNAR 2005: 72).

Sendo assim, esta não é uma questão exclusiva dos jornais de informação médica, debatendo-se bastante a influência dos anunciantes nos meios generalistas cujas receitas dependem quase exclusivamente deles. Dando o exemplo da rádio, João Paulo Meneses adverte: "a rádio depende a 100 por cento das receitas publicitárias, mais do que os jornais, onde as vendas também contam. Esta dependência total é, por definição, perigosa, porque a credibilidade de uma notícias e enorme, quando comparada com a publicidade" (MENESES 2003: 235).

Não se pode descurar que "o peso dos anunciantes, entre os quais se inscreve o próprio Estado, nomeadamente o Governo, também poderá ser grande na generalidade dos órgãos de comunicação social e, portanto, as suas pressões poderão ser um fator constrangedor do processo de fabrico das notícias" (SOUSA 2000[b]: 65). Tendo isto em linha de conta, procurou-se observar os efeitos da dependência económica em relação à indústria farmacêutica nos conteúdos dos próprios jornais de informação médica como produto acabado. Começando pela análise dos conteúdos publicitários, os resultados obtidos permitem inferir várias conclusões. Uma delas é que, de facto, as empresas farmacêuticas constituem o principal anunciante, para ambos os jornais, sendo que o tipo de produto mais anunciado, nos dois, são medicamentos específicos. Seguem-se os anúncios às empresas, com maior destaque no "Jornal Médico de Família". Este jornal aposta muito nas parcerias institucionais, o que justifica este predomínio de publicidade às empresas farmacêuticas no seu todo. É também de realçar a importância da autopromoção do jornal, especialmente no "Tempo Medicina", não só para divulgar o sítio na internet do mesmo, mas especula-se, por razões estéticas, para ocupar determinados espaços nas páginas.

Outro aspeto importante, percetível pela localização dos anúncios nos dos jornais, foi a grande importância dada à publicidade nestes meios. De facto, nas duas publicações estudadas, a maioria dos anúncios é colocada em páginas ímpares, destinadas, por norma, aos assuntos mais importantes. Além disso, há sempre publicidade na primeira página, local mais nobre de qualquer jornal. Por outro lado, além da importância qualitativa, é de destacar a importância quantitativa da publicidade, que representa em média uma percentagem de 40% do jornal face aos 60% de conteúdos editoriais. Igualmente digna de nota é a dimensão dos anúncios, dado que, como se viu, a maioria dos anúncios é de página inteira, em ambos os meios, embora ligeiramente mais no "Jornal Médico de Família". No caso do "Tempo Medicina" os anúncios com mais de meia página e entre um quarto de página e meia página também são significativos. Todos estes dados corroboram a ideia de que a publicidade é muito valorizada nestes meios, ocupando um lugar de relevo e tendo uma presença muito forte.

No estudo, mais complexo, da relação entre os conteúdos jornalísticos e publicitários, detetou-se aquilo que se designou por "problemas de vizinhança", isto é, a existência de uma coincidência entre os assuntos tratados em determinadas peças jornalísticas e os produtos ou empresas presentes nos anúncios colocados mais ou menos próximos das mesmas. Isto acontece quer no "Tempo Medicina", quer no "Jornal Médico de Família", acompanhando a tendência de outros meios, das mais diversas áreas, para o público em geral, em que se fazem estas opções que demonstram a prevalência de conveniências comerciais sobre interesses editoriais. Tais resultados coincidem com a evolução histórica deste fenómeno, pois, como recorda Hugo Aznar, "o protagonismo da publicidade remonta ao aparecimento da imprensa de massas nas grandes metrópoles modernas" (AZNAR 2005: 73). A tal ponto que, como afirmam Chomsky e Herman "na sua essência, os meios de comunicação privados são grandes empresas que vendem um produto (leitores e audiências) a outros comerciantes (os anunciantes)" (1995: 349) (*Cit. in* AZNAR 2005: 73) .

Quanto à forma como se faz a separação entre conteúdos editoriais e publicitários, do ponto de vista visual, viu-se que há uma cisão mais notória no "Tempo Medicina" do que no "Jornal Médico de Família". Esta barreira gráfica é constituída por vários aspetos, incluindo: alterações nas cores da página e dos títulos, na paginação, bem como do tipo de letra. Tal distinção é particularmente relevante para marcar a diferença entre o caderno principal das publicações – onde supostamente impera o cariz jornalístico – e os suplementos – que têm, mas nem sempre assumem, um pendor promocional. Sendo assim, há duas conclusões importantes a retirar daqui. Por um lado, constata-se que nem sempre é considerada importante uma distinção evidente entre os textos jornalísticos e os artigos com objetivos promocionais, pelo que se pode questionar a intencionalidade desta atitude. Por outro lado, o facto de se fazer uma separação clara em termos gráficos não torna os meios isentos da responsabilidade sobre aquilo que publicam, mas tal não parece ser a postura dos mesmos, dado que a liberdade de referenciação aos produtos e serviços das empresas farmacêuticas é aproveitada ao máximo.

Na análise textual, percebeu-se, com bastantes pormenores, a relação entre conteúdos editoriais e publicitários. Assim, detetaram-se situações em que se evidencia o hibridismo entre ambos, quer no "Tempo Medicina", quer no "Jornal Médico de Família". Isto significa que pode mesmo considerar-se a existência de formas indiretas de publicidade nos textos jornalísticos quando, por exemplo: apresentam novos medicamentos, dão resultados de estudos científicos favoráveis a determinados produtos farmacêuticos e destacam personalidades e empresas deste setor. No entanto, nem tudo é publicidade, ou seja, "não é toda e qualquer mensagem que faça referência a um medicamento que merece tal qualificação" (COSTA 2007: 85). Porém, como argumenta João Ribeiro da Costa, "esta troca de informação deverá ser monitorizada por forma a que não assuma intuitos publicitários, caso em que deverá passar a ficar sujeita ao regime jurídico da publicidade dos medicamentos" (COSTA 2007: 84).

Apesar dos potenciais riscos, João Ribeiro da Costa argumenta ser necessário "proteger a partilha de informação entre a comunidade científica (essencial para o progresso e desenvolvimento em termos dialéticos, do conhecimento e saber científicos), veiculada, nomeadamente através de publicações e ações de formação de carácter científico" (COSTA 2007: 83). Sendo assim, embora defenda ser "essencial um juízo atento por parte das autoridades relevantes na deteção de situações de publicidade dissimulada de informação" (COSTA 2007: 85), o mesmo autor adverte que "a dificuldade não deve ser combatida pela proibição cega mas pela avaliação rigorosa. Não se deverá sacrificar a margem de informação essencial numa matéria tão importante como a saúde pelo medo da publicidade disfarçada" (COSTA 2007: 85).

Uma outra questão, que será esmiuçada mais adiante, é que os atores sociais ligados ao setor farmacêutico são uma fonte de informação privilegiada destes jornais, sendo também notória uma forte influência da área farmacêutica na agenda jornalística, como se observa pelos temas que são noticiados. Esta situação vai ao encontro daquilo que, baseado nas ideias de Herman e Chomsky, Rogério Santos afirma: "as grandes e poderosas burocracias subsidiam os meios noticiosos, ao fornecerem informações e manipularem pelo agendamento e enquadramento das histórias e pela disponibilização de especialistas" (SANTOS 2003: 32), sendo que neste caso é à indústria farmacêutica que detém o poder. De igual modo, Hugo Aznar sustenta que "os anunciantes com grandes volumes de investimento publicitário reclamam um certo direito a interferir na atividade dos media, pretendendo alterar o seu conteúdo quando convém aos seus interesses e contrariando, assim, a neutralidade e independência dos jornalistas" (AZNAR 2005: 73). Também Fernando Correia alude à substituição de "critérios jornalísticos por critérios financeiros", o que resulta num cenário em que "a publicidade molda o conteúdo dos media, quer na seleção dos temas quer na forma de os tratar" (CORREIA 1997: 115).

Quando acontece uma diluição dos contornos entre informação jornalística e publicidade, não são só aqueles textos, em concreto, que ficam em causa, mas a credibilidade jornalística e científica do jornal, como um todo, é questionada, pelo que tal deveria ser evitado. Aliás, quando se entrevistaram, nesta investigação, os responsáveis pela área da comunicação das empresas farmacêuticas, estes criticaram o facto de os jornais de informação médica serem dominados pelos imperativos comerciais, considerando mesmo que os médicos encaram os jornais como produtos publicitários e não jornalísticos. Deste modo, os mesmos desvalorizaram o papel dos jornais de informação médica nas estratégias de comunicação das empresas farmacêuticas, quer do ponto de vista da assessoria mediática, quer pela inserção de publicidade nos mesmos. De um modo geral, foi considerado um meio ultrapassado, pouco lido, sobre o qual é difícil aferir a eficácia e não coincidente com as atuais políticas de comunicação diferenciadas e o mais possível personalizadas das empresas farmacêuticas. Em relação a outros suportes mediáticos, são mesmo ultrapassados pelos meios de comunicação social para o público em geral. De facto, estes são agora alvos privilegiados da assessoria das empresas farmacêuticas, para fazer passar a mensagem desejada, quer aos médicos, quer à população em geral. Quanto muito, os jornais de informação médica, são vistos como um mal necessário, com importância limitada a momentos específicos, nomeadamente no lançamento de novos produtos ou aquando da realização de simpósios. Como se verifica, poderá estar a falhar a promoção de publicidade nos jornais de informação médica, ou seja, estes devem promover-se como suportes publicitários (*Cf.* IGLESIAS 2001: 190), se pretendem continuar a existir.

Finalmente, há que frisar que esta configuração empresarial não está incorreta, havendo inúmeros autores, como Hugo Aznar, que defendem que esta até deveria ser positiva (*Cf.* AZNAR 2005: 63). Assim,

> a configuração empresarial e a consequente obtenção de lucros poderia constituir uma garantia de independência para os media. Independência face ao poder político, mas também – sempre que o meio de comunica-

> ção social for suficientemente forte do ponto de vista económico – face a outros poderes económicos e empresariais que pretendessem impor as suas condições ou exercer pressões (AZNAR 2005: 64).

Desta forma, "a viabilidade económica obtida através de receitas publicitárias e da aprovação do público é, portanto, uma condição necessária (embora não suficiente) para a independência dos grandes meios de comunicação social" (AZNAR 2005: 64). "A configuração empresarial dos media deveria, então, contribuir para os melhorar em aspetos tão essenciais como a sua independência, diversidade, qualidade, etc. No entanto, a realidade não parece ajustar-se a este modelo" (AZNAR 2005: 65), conclui o mesmo autor. Também João Paulo Meneses, aludindo ao caso da rádio, sustenta:

> a publicidade não é inimiga das notícias, mas esta é – pela importância que assume na rádio – a principal pressão que os jornalistas podem sentir. Não é errado poder haver permuta de informações, mas já é contraindicado qualquer tipo de dependência – o anunciante que gostava de fazer um contrato no pressuposto de que também haverá alguma cobertura noticiosa. Ou, pela negativa, a reportagem que não é feita porque não houve contrato publicitário (MENESES 2003: 236).

Ainda em relação à publicidade, deverá pôr-se na balança o que dizem os partidários e os críticos da publicidade. Assim, se uns dizem que esta "é necessária ao desenvolvimento das sociedades modernas, que favorece o consumo e, por conseguinte, o dinamismo económico de um país. Afirmam ainda que a publicidade oferece ao consumidor informação para que ele possa fazer as suas escolhas" (RIEFFEL 2003: 80), outros alertam que "a publicidade cria necessidades artificiais, favorece o desperdício de energias, promove uma forma de conformismo social e, com o recurso a técnicas de persuasão extremamente sofisticadas, dá aos consumidores a ilusão de agirem em total liberdade" (RIEFFEL 2003: 80).

Também se podem evocar as teorias de socialização pelos meios de comunicação, segundo as quais,

> os meios de comunicação, institucionalizados, interatuariam com outras instituições sociais e modificam os canais e as formas de comunicação interinstitucional, entre as instituições e o meio social e entre as pessoas e grupos em sociedade. Em alguns casos, a sua ação teria feito com que a ação comunicativa de outras instituições se tivesse de adaptar; noutros casos, a ação dos meios de comunicação social ter-se-á sobreposto à ação de outras instituições (MONTERO 1993 *Cit. in* SOUSA 2000: 201).

Neste caso, as instituições são as escolas médicas, as associações profissionais e sindicais e até mesmo as visitas dos delegados de informação médica, entre outras estratégias de comunicação das empresas farmacêuticas. Além disso, "Montero (1993: 112) afirma que embora não exista uma teoria específica sobre a ação socializadora dos meios de comunicação social, esta dimensão é tratada em todas as teorias dos efeitos a longo prazo e nas teorias que conferem aos media um papel sustentador do *status quo*" (SOUSA 2000: 201). Sendo assim, "poderia dizer-se que existe um acordo generalizado em que os meios de comunicação exercem uma influência subtil, observável apenas em períodos dilatados, em todos os aspetos da vida quotidiana" (MONTERO 1993 *Cit. in* SOUSA 2000: 201).

Conclusão

Como se percebeu, a comunicação da ciência, entre pares e entre os cientistas e o público em geral, através dos media, é um tópico de relevo no domínio da investigação em ciências da comunicação. A medicina, como uma área singular da ciência, tem vindo a auferir um interesse crescente por parte de investigadores de diversas áreas da comunicação e, mais concretamente, do jornalismo. No entanto, encontrou-se uma lacuna teórica ao nível de um tipo específico de comunicação: o jornalismo nos meios impressos destinados aos médicos, designados nesta obra como jornais de informação médica. Foi este vazio que se procurou preencher com a realização deste percurso de investigação.

No final deste trajeto de estudo, pode concluir-se que foram atingidos os três grandes objetivos que nortearam a sua concretização. De facto, foi possível caraterizar o jornalismo existente nos jornais de informação médica em Portugal, perceber quais as funções exercidas pelos jornais de informação médica e ainda detetar as consequências da dependência económica destes meios em relação à indústria farmacêutica.

Em relação às caraterísticas dos jornais de informação médica portugueses, uma conclusão importante a que se chegou com esta análise foi a seguinte: estes podem ser considerados produtos jornalísticos específicos. Esta especificidade deriva do facto de apesar de conterem traços dos meios de comunicação generalistas, dos meios de comunicação especializados para o público em geral e da imprensa científica, possuírem a sua própria identidade.

Neste sentido, possuem pontos em comum e diferenças relativamente aos outros meios de comunicação social, pelo que apresentam uma tipologia própria. Em concreto, como se viu, estas publicações têm várias semelhanças com qualquer outro meio jornalístico: na estrutura organizacional; na redação composta por jornalistas; nas principais rotinas jornalísticas e no processo de produção noticiosa; nos princípios editoriais; na estrutura formal dos jornais; nos textos que correspondem a géneros jornalísticos; na utilização da fotografia; no seguimento da tendência de destaque aos espaços de opinião; nos principais valores-notícia, isto é, atualidade, novidade, proximade, relevância. Por outro lado, encontram-se traços das publicações científicas especializadas, pois: contêm artigos de revisão científica; têm como destinatário um público-alvo de uma especialidade científica, neste caso a medicina; possuem artigos escritos pelos especialistas, ou seja, os médicos.

Defende-se que prevalece o cariz jornalístico do jornal de informação médica e que o mesmo constitui um produto jornalístico específico. Além dos aspetos já referidos, salientam-se alguns pontos distintivos: são meios distribuídos unicamente por correio a destinatários com uma profissão e área científica específica; os diretores das publicações assumem um papel mais ativo do que é comum num meio de comunicação tradicional; os médicos participam de forma mais ou menos ativa na elaboração dos jornais; todos os temas e secções do jornal estão de algum modo ligados a um tema específico – a medicina; observa-se um hibridismo da linguagem, dado que a maioria dos textos, mesmo com linguagem jornalística, utiliza vários termos específicos da medicina e das ciências médicas.

Também se constatou que é urgente uma adaptação das publicações ao atual contexto económico nacional e internacional, pois estão em decréscimo acentuado das suas receitas e, consequentemente, do número de páginas e de colaboradores. Esta situação de luta pela sobrevivência, que pode levar à extinção destes meios, não se deverá, unicamente, à crise económica e ao desinvestimento publicitário. Acredita-se que também existe outro factor importante: as mudanças provocadas pelas novas tecnologias na criação de

novos hábitos de consumo de informação mediática por parte da população em geral, e particularmente dos médicos. Embora ambos os meios estudados tivessem criado edições na internet, constatou-se que estas não eram muito valorizadas e que eram totalmente dependentes da versão em papel: serviam para aproveitar a atualidade permitida por este suporte, desenvolver alguns temas da edição impressa e atingir um público mais amplo. A maior aposta no meio *online*, de forma complementar ou até exclusiva, poderia ser um caminho a seguir por estas publicações, para ultrapassarem as dificuldades pelas quais passam. A recomendação proveniente desta investigação foi seguida e, em 2016, já é notório o investimento dos jornais desta área na internet, com a optimização das edições online, redes sociais, newsletters e emails.

Relativamente à segunda questão de pesquisa, respeitante às funções dos jornais de informação médica, a visão dos indivíduos envolvidos na produção dos mesmos, bem como a análise dos próprios meios, permitiu encontrar quatro papéis principais para estes meios: um papel social, um papel informativo, um papel formativo e um papel de informação para a prescrição de medicamentos.

A função informativa foi comprovada pelos dados obtidos acerca do processo de produção jornalística e respetivas rotinas profissionais, assim como pelos princípios editoriais dos meios estudados. Além disso, a análise dos jornais de informação médica permitiu adquirir mais indicadores neste sentido: predominam géneros jornalísticos informativos (como as notícias e as breves); os principais valores-notícia são a atualidade e a novidade; e, apesar de se cingirem a uma área específica, a medicina, há diversidade nas temáticas noticiadas bem como nos atores sociais citados como fontes de informação jornalística.

Quanto à função formativa destes meios, esta foi detetada devido também a vários indícios, tais como: a existência de artigos de revisão científica na área médica; a utilização de linguagem específica das ciências médicas; o grande espaço e destaque destinado aos congressos e reuniões médicas,

não só de cariz antecipatório – com a agenda dos mesmos – como também de caráter conclusivo - com a apresentação dos principais assuntos tratados nos congressos. Além disso, a recorrência frequente a determinadas fontes de informação – indivíduos ligados à formação médica e à investigação, revistas e pesquisas científicas, palestrantes em congressos e sociedades científicas – também denuncia o interesse na formação médica contínua.

A vertente social dos jornais de informação médica divide-se em dois ramos: um direcionado para a sociedade em geral e outro para o interior da classe médica. No primeiro caso, este é um dos objetivos a que os jornais se propõem nos princípios editoriais, ao considerarem que o contributo que podem dar para uma prática médica mais esclarecida beneficia, em última instância, as populações servidas por esta mesma atividade. No que toca ao ao papel social desempenhado junto dos médicos, este é observado em três níveis: na socialização deste grupo profissional, na união do mesmo e no corporativismo. As evidências deste fenómeno são muitas: o relevo de certos temas (assuntos socioprofissionais, unidades de saúde, eventos profissionais e questões sindicais); aguns dos critérios de noticiabilidade (ligados à proeminência, personalização e conflitos pessoais e institucionais) e a importância dada aos textos de opinião escritos por médicos. Igualmente relevante é o lugar cimeiro ocupado pelos médicos e dirigentes de unidades de saúde como fontes de informação, com algum destaque, também, para as associações profissionais e sindicatos médicos.

Por fim, os jornais de informação médica também podem ser uma importante fonte de informação para prescrição de medicamentos. Isto é deduzido quer ao nível da publicidade presente nestes meios, quer pelo conteúdo editorial dos mesmos. A publicidade aufere, como se verificou na análise das publicações, uma grande preponderância quantitativa e qualitativa nestes jornais. Quanto aos conteúdos editoriais, são certos temas – direcionados para os fármacos e terapêuticas, empresas da área farmacêutica e congressos pa-

trocinados por estas – e o relevo de determinadas fontes de informação – a indústria farmacêutica, os jornais ou estudos científicos patrocinados pela mesma – que comprovam esta potencial influência na prescrição médica.

Perante isto, deduz-se que, nos jornais de informação médica, o jornalista assume mais do que um papel de intermediário ou facilitador da comunicação entre profissionais médicos. Na verdade, apesar do único destinatário ser o médico, são múltiplos emissores com relevo, além dos próprios médicos: a indústria farmacêutica, os políticos e as associações profissionais e sindicais. No entanto, é notória, mais no jornal "Tempo Medicina" do que no "Jornal Médico de Família", a pouca atenção dada aos doentes e seus familiares, verificando-se que estas são mesmo as únicas partes interessadas nas questões médicas que nunca ou raramente são ouvidas. Do cruzamento dos dados da análise com as entrevistas junto dos elementos dos jornais, percebe-se que esta lacuna se deve a algum desinteresse das publicações na auscultação desta franja da população e, porventura, pelo desconhecimento destes meios por parte da sociedade em geral. Por outro lado, poderá também dever-se a uma estratégia de legitimação do discurso, conferida pela autoridade das fontes de informação utilizadas. Julga-se que a introdução das vozes da população em geral – doentes, utentes ou clientes dos serviços de saúde e seus familiares – nestes meios seria fundamental para a otimização da comunicação entre ambas as partes. Sem ouvir o destinatário final dos serviços prestados pelos médicos e instituições, estes jornais limitam-se a fornecer um diálogo em circuito fechado, que, numa perspetiva social abrangente, mais se assemelha a um monólogo.

Passando para a terceira e última questão de investigação, as consequências da dependência económica dos jornais de informação médica em relação à indústria farmacêutica, estas foram notórias em três pontos: na empresa editorial, no processo jornalístico e nos próprios jornais. Estes últimos são influenciados pela indústria farmacêutica, tanto nos conteúdos editoriais, como nos publicitários. A nível editorial, já foi referido o lugar de destaque dado às fontes de informação e aos temas relacionados com as empresas

farmacêuticas. Além disso, constatou-se que existem numerosos exemplos de textos que podem ser considerados publi-reportagens, bem como relatos técnicos de cariz científico, pagos pelas empresas farmacêuticas, embora este pormenor nem sempre seja evidente. Aliás, é crítica a falta de separação entre conteúdos editoriais e publicitários, quer em termos textuais (por exemplo, apresentando novos produtos ou resultados de estudos favoráveis a determinados medicamentos), quer em termos visuais (pela nem sempre clara distinção gráfica entre notícias e textos pagos).

Para lá deste esbatimento de contornos entre a publicidade e a informação jornalística, observaram-se os denominados "problemas de vizinhança" entre estes dois elementos, ou seja: o anúncio a determinado fármaco é, por vezes, acompanhado de perto por alguma notícia sobre o mesmo. Acerca dos conteúdos publicitários, concluiu-se que as empresas farmacêuticas constituem, na realidade, o principal anunciante. Outro aspeto importante é a quantidade de publicidade: representa cerca de 40% do jornal e a maioria dos anúncios são de página inteira. Igualmente notável é a valorização dada à vertente publicitária. De facto, os anúncios ocupam os locais mais nobres das publicações, nomeadamente as páginas ímpares e a primeira página.

Não foi admitida, por parte dos diretores e chefes de redação dos jornais analisados, a influência das empresas farmacêuticas de elaboração dos jornais. Porém, como já se viu, é evidente o condicionamento da agenda destes meios, bem como grande parte do conteúdo dos mesmos, por parte do seu principal anunciante. Aliás, a importância deste anunciante para as empresas jornalísticas não é negada pelos seus responsáveis. Admitindo um cenário de crise deste setor editorial, cujos anos de ouro se podem situar nos primeiros anos de 2000, atribuem-no à diminuição dos orçamentos disponíveis para compra de publicidade por parte das empresas farmacêuticas e a novas imposições legais nesta matéria. Este desinvestimento publicitário do setor farmacêutico é, portanto, diretamente proporcional à diminuição dos lucros destes jornais, dado que são gratuitos e dependem unicamente deste tipo anunciante. A diminuição dos recursos humanos e do número de

páginais dos jornais são a face mais visível desta crise. Um dos caminhos apontados pelos diretores dos meios, para ultrapassar as dificuldades financeiras foi a diversificação do tipo de anunciantes.

Tornando este cenário ainda mais negativo, constatou-se que os responsáveis pela comunicação das empresas farmacêuticas entrevistados consideram que a publicidade e a inserção promocional nos conteúdos editoriais correspondem a métodos de comunicação dispensáveis, ultrapassados e menos eficazes do que estratégias de comunicação personalizadas, atribuindo mesmo pouca credibilidade aos jornais de informação médica como fonte de informação para os médicos.

Neste ponto, é relevante destacar que a importância da publicidade não é um exclusivo destes jornais, nem do jornalismo especializado, sendo transversal a qualquer meio jornalístico. Na verdade, as entidades que investem grandes quantias em publicidade nos meios de comunicação social dispõem de um enorme potencial de influência sobre os mesmos, chegando mesmo ao interior das redações, pois são estes que, na realidade, os sustentam e determinam a sua viabilidade económica. Neste sentido, é comum falar-se que, na atualidade, nos países democráticos, a censura económica é mais poderosa do que a censura política.

Deste modo, o aumento da qualidade e credibilidade de qualquer meio, tendo em vista aumentar ou fidelizar o respetivo público, acontece com o fim último de, devido às elevadas audiências ou leitores, incrementar o número de anunciantes interessados em comprar publicidade nesse suporte. No entanto, nos jornais de informação médica esta dependência é mais crítica devido ao facto de dependerem de um único tipo de anunciante - as empresas farmacêuticas – e de um único tipo de leitor – os médicos.

Mesmo relativamente à ideia sustentada por alguns responsáveis da comunicação das empresas farmacêuticas – de que os médicos não atribuíriam credibilidade aos jornais de informação médica por serem assumidamente um produto com determinados interesses comerciais - não se pode esquecer que este é um problema que se estende a todo o jornalismo. Na verdade, o

aumento da literacia mediátia e, consequentemente, da consciência crítica em relação ao que os meios de comunicação social divulgam, faz com que uma percentagem crescente da população interprete os conteúdos jornalísticos para além do que estes transmitem de modo explícito.

Para conseguir estas respostas às questões de investigação, foi necessário utilizar uma metodologia que fornecesse o maior número possível de dados sobre o contexto de produção dos jornais de informação médica. Deste modo, convém destacar a importância de ter analisado a evolução das duas publicações em estudo – jornais "Tempo Medicina" e "Jornal Médico de Família" – para melhor perceber a situação atual e as perspetivas do futuro das mesmas. Também é de frisar a mais-valia conseguida por ter ido para além da análise de conteúdo dos jornais de informação médica, estudando-os como produtos de determinadas empresas, com todas as condicionantes que isto implica, e produzidos no âmbito de constrangimentos de organizações jornalísticas específicas. Na verdade, só assim se conseguiu perceber, de facto, as caraterísticas do jornalismo que se pratica nos jornais de informação médica.

Além disso, foi ainda devido a esta visão de "banda larga" e consequente diversidade metodológica (análise de conteúdo e entrevistas semiestruturadas) que foi possível inferir conclusões assertivas no que toca às funções dos jornais de informação médica e às consequências da dependência económica destes em relação às empresas farmacêuticas. Como tal, estudaram-se os atores sociais, meios e processos envolvidos na construção do discurso jornalístico nestes jornais. Isto porque se acredita que é importante estudar todos os fatores gerais que condicionam a produção noticiosa, sejam eles: pessoais, sociais, ideológicos, culturais, empresariais, organizacionais ou económicos. Na verdade, para ver mais além do que aquilo que é publicado, é necessário analisar os constrangimentos que estão presentes em todo o processo jornalístico, pois o jornalista desempenha a sua função num determinado contexto que condiciona todas as suas ações profissionais.

Para além de cumprir os objetivos centrais que se pretendia, através da revisão teórica e alguns estudos empíricos, atingiu-se outras conclusões importantes. Uma delas é relativa à importância da mediatização da medicina. Acerca desta problemática, observou-se que a quantidade nem sempre vem acompanhada de qualidade, isto é, apesar da grande atenção mediática que merecem os temas relacionados com saúde e medicina, há graves lacunas no tratamento jornalístico dos mesmos. Neste sentido, apesar de serem evidentes os benefícios de mais e melhor informação sobre saúde através dos meios de comunicação social, esta mediatização não é isenta de riscos e potenciais efeitos negativos. Além disso, a importância da mediatização da informação médica é tal que modifica a relação entre o médico e o paciente. É primordial que o jornalismo sirva para facilitar esta comunicação e nunca para a complicar ou, em caso algum, substituir o médico. Devido à importância dos media como fonte de informação sobre saúde para a população em geral, médicos, jornalistas e sociedade têm que trabalhar em conjunto. Há ainda a internet, que potencia de forma exponencial todas as vantagens e perigos desta divulgação, cabendo ao jornalismo desempenhar um papel determinante neste âmbito: transmitir informação na área médica que permite ao cidadão tomar decisões conscientes e válidas em relação à saúde.

Outra descoberta foi o vasto campo que engloba a comunicação na área da medicina. De facto, é possível observar vários setores enquadrados no âmbito mais abrangente da comunicação médica, tais como: a comunicação científica (transmissão de resultados de investigação e casos clínicos); a comunicação profissional (com papel de destaque para as associações profissionais); a comunicação estratégica e de marketing (da indústria farmacêutica e de outros prestadores de bens e serviços na área médica); a comunicação jornalística (consubtanciada no jornalismo médico); a comunicação interpessoal (entre médicos e doentes e/ ou familiares, entre colegas, entre outros); a comunicação mediática (os médicos como emissores e como recetores de informação proventente de vários media); a comunicação política (participação do Governo e autarquias na esfera da saúde); comuni-

cação com a comunidade (por exemplo, as campanhas de saúde pública); a comunicação institucional (relativa a hospitais, universidades, centros de investigação).

Uma terceira ilação importante foi relativa ao jornalismo especializado, tanto de uma de uma forma genérica, como nas áreas particulares da ciência e medicina. Apesar das críticas a que é sujeito, apenas o jornalismo especializado cumpre a necessidade de um tratamento informado, rigoroso, analítico e interpretrativo da informação. Na área da saúde, esta visão crítica sobre os acontecimentos é importante, pois além de serem muitas as fontes interessadas na divulgação de determinadas informações, o que está em causa é o bem-estar e até mesmo a vida das pessoas que recebem as notícias. Quanto ao jornalismo na área da ciência, é fulcral que os jornalistas dominem as regras específicas de relacionamento com os cientistas (como a lei do embargo) e que percebam a dinâmica de comunicação entre cientistas (como o sistema de revisão pelos pares das publicações científicas). Além deste conhecimento interno do funcionamento da ciência, os jornalistas devem conseguir interpretar a conjuntura económica e política da mesma, bem como o impacto social das descobertas científicas anunciadas.

Em quarto e último lugar, destaca-se a importância de ter conseguido traçar o estado da arte em Portugal a vários níveis. Assim, foi possível constatar a longa tradição da imprensa médica e científica em Portugal. No caso da imprensa médica, pôde perceber-se a passagem de uma atividade pródiga mas amadora, levada a cabo pelos médicos, para uma função a cargo de jornalistas profissionais num meio de comunicação social. Além disso, criou-se uma tipologia que permite categorizar as diversas publicações periódicas na área da medicina em Portugal. Mais: percebeu-se que o médico português é, potencialmente, um grande consumidor de informação, na medida em que é o destinatário de múltiplas fontes informativas.

Aliás, a intensa mediatização da saúde, já referida, é também um facto em Portugal, o que se pôde comprovar com um estudo concreto relativo aos meios de comunicação social deste país. Contudo, como se descobriu, falta

formação especializada para os jornalistas na área da ciência e saúde, bem como profissionais que se dediquem em exclusivo a estes assuntos. As questões culturais, políticas, educativas e económicas são, por certo, decisivas para este cenário.

Ao nível das políticas da saúde, em Portugal, percebeu-se que o forte pendor social das mesmas, contemporâneo da instauração da democracia em 1974, tem vindo a ser atravessado por importantes condicionantes económicas e profissionais nos últimos anos. Já em relação às políticas científicas, o atraso de Portugal a este nível era notório, mas a dada altura, deu-se um marco de viragem que tornou a investigação científica portuguesa uma realidade. Igualmente relevante foi a perceção dos aspetos legais, políticos, económicos e sociais da indústria farmacêutica em solo português. Quanto às estratégias de comunicação que esta desenvolve e aplica em Portugal, o investimento é de tal modo importante que se estudaram detalhadamente as políticas de comunicação da indústria farmacêutica, nomeadamente junto dos médicos, dos media e do público em geral.

Por fim, chega-se a um dado preocupante: o quadro económico negativo que se vive a nível nacional, está a provocar danos nestas áreas. Há um declínio empresarial da indústria farmacêutica e de tudo o que depende do seu investimento em comunicação (por exemplo: meios jornalísticos e agências de comunicação), está em causa o caráter universalista do sistema nacional de saúde português e diminui-se o investimento público em investigação e educação científica. Tudo isto pode trazer graves repercussões sociais, económicas e de desenvolvimento do país.

Voltando aos jornais de informação médica, e tendo já sido feito um diagnóstico dos principais problemas que estes enfrentam, poderão tecer-se, nesta fase, algumas recomendações. Será importante que os responsáveis pelos jornais de informação médica tenham em linha de conta a situação do mercado onde atuam e alguns princípios de marketing jornalístico. Mais concretamente, sem perderem a sua essência e para assegurarem a sua continuidade, os jornais de informação médica devem fazer o seguin-

te: diversificar os anunciantes, mas mantendo a adequação aos demais conteúdos da publicação, bem como ao respetivo público-alvo; adequar o que oferecem como suporte publicitário às necessidades dos anunciantes; transmitir conteúdos editoriais que correspondam aos interesses dos destinatários do jornal – os médicos, no suporte que for mais apelativo, se necessário a internet, como já se referiu. Perante tudo isto, seria importante que se realizassem estudos independentes sobre as audiências dos jornais de informação médica, complementados com o maior número possível de dados qualitativos, de modo a ir ao encontro dos objetivos, quer da indústria farmacêutica, quer de outros potenciais anunciantes. Aliás, dar a conhecer estes meios junto das agências de publicidade parece fundamental para assegurar a sua viabilidade económica, através da diversificação do mercado de anunciantes.

Em última análise, faça-se um balanço dos dois principais impactos decorrentes da investigação realizada. Primeiramente, em termos dos estudos do jornalismo, descobriu-se que existe um produto jornalístico com características específicas que faz com que se alargue o alcance dos estudos sobre jornalismo especializado, quer na área médica, quer noutras áreas. Seja qual for a área de especialização, a partir de agora, qualquer investigação sobre jornalismo especializado deve ter em conta a existência de veículos especializados para profissionais na respetiva área. Em segundo lugar, em termos práticos, fornecem-se as bases para uma adequação dos jornais de informação médica às necessidades e interesses dos vários elementos envolvidos nos mesmos: os médicos, os jornalistas, as empresas que editam os jornais e as empresas da área farmacêutica.

Enfim, definem-se novos pontos de partida e de chegada no jornalismo especializado na área médica. Por um lado, amplia o marco teórico. Por outro lado, obriga a pensar na redefinição dos jornais de informação médica tal e qual existem. O médico é um consumidor de informação cada vez mais exigente e face às múltiplas fontes a que tem acesso, apenas alguma delas merecerão a sua atenção. Consciente disso, a indústria farmacêutica,

apenas utilizará as estratégias de comunicação mais eficazes, cabendo aos jornais de informação médica tornarem-se apelativos o suficiente para serem considerados partes fulcrais deste processo.

Bibliografia

AAVV (1948): *Periódicos portugueses de Medicina e Ciências Subsidiárias*. Lisboa: Instituto para a Alta Cultura – Centro de Documentação Científica.

AAVV (1971): *Conférence intergouvernamentale pour l'établissement d'un système mondial d'information scientifique (UNISIST) - Rapport final*. Paris: UNESCO.

AAVV (1992): *A Ciência como cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

AAVV (2010): "A Ciência em Portugal: Relatório sobre a Ciência, v.1.0 (2010)". *Comissão Parlamentar de Educação e Ciência*. Internet. Disponível em: http://www.iifa.uevora.pt/content/download/633/4378/file/RelatoDiscussao(03set10).pdf (consultado em 22 de Janeiro de 2011).

ABREU, José Luís Pio e RIBEIRO, Carlos (1998): *Comunicação e Medicina*. Coimbra: Virtualidade.

AGUDO, Fernando Roldão Dias (1984): "Scientific research in Portugal". In: *Memórias da Academia das Ciências de Lisboa*, tomo XXV.

ALBARELLO, Luc *et al.* (2005): *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais.* Lisboa: Gradiva.

ALBERTOS, Martinez (1992): *Curso general de redaccion periodistica*. Madrid: Paraninfo.

ALMEIDA, Onésimo Teotónio (1986): "História e desenvolvimento da Ciência em Portugal". In: *Publicações do II Centenário da Academia das Ciências de Lisboa*, vol. II.

ANA, Joseph (2004): "The role of a general medical journal". In: *British Medical Journal*, vol. 328: 591.

ANGELL, Marcia (2004): *The truth about the Drug Companies. How they deceive us and what he do about it*. New York: Random House Trade Paperbacks.

ANKNEY, Raymond e CURTIN, Patricia (2000): "Delineating (and delimiting) the boundary spanning role of the medical information officer". In: *Public Relations Review*, vol. 28: 229-241.

ANTON, Ted e McCOURT, Rick (orgs.) (1995): *The new science journalists*. New York: Ballantine Books.

ANTUNES, José (2010): Entrevista realizada pessoalmente, a 8 de Fevereiro de 2010. CD-ROM.

APIFARMA (2003): *Código de Boas Práticas de Comunicação*. Internet. Disponível em: *http://www.apifarma.pt/deontologia/Paginas/codboaspratcom.aspx* (consultado em 1/09/2011)

_____ (2008): *Código Deontológico das Práticas de Comercialização de Produtos Farmacêuticos*. Internet. Disponível em: http://www.apifarma.pt/deontologia/Paginas/CodDeontIF.aspx (consultado em 1/09/2011)

_____ (2010): *A Indústria Farmacêutica em números: Edição 2010*. Lisboa: Apifarma.

_____ (2011[a]): *Apifarma*. Internet. Disponível em: http://www.apifarma.pt/apifarma/Paginas/default.aspx (consultado em 1/09/2011)

_____ (2011[b]): *Cooperação Entre a Classe Médica e a Indústria Farmacêutica*. Internet. Disponível em: http://www.apifarma.pt/deontologia/Paginas/CoopClassMedIndFarma.aspx (consultado em 1/09/2011)

APKER, Julie e EGGLY, Susan (2004): "Communicating Professional Identity in Medical Socialization: Considering the Ideological Discourse of Morning Report". In: *Qualitative Health Research*, vol. 14, nº 3: 411-429.

ASSOCIATION OF MEDICAL PUBLICATIONS (2000): *The Value of Medical Advertising. Survey of 125 Pharmaceutical Company Marketing Executives*. Internet. Disponível em: http://www.amponline.org/MJA/MJA.html (consultado em 05/12/2004).

AUBENAS, Florence e BENASAYAG, Miguel (2002): *A fabricação da informação – Os jornalistas e a ideologia da comunicação*. Porto: Campo das Letras.

AZEVEDO, Ana Paula Florêncio Margarido de (2009): *O jornalismo na saúde: uma visão transcontinental*. Braga: Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais.

AZNAR, Hugo (2005): *Comunicação Responsável – A auto-regulação dos media*. Porto: Porto Editora.

BAGANHA, Maria Ioannis, RIBEIRO, Joana Sousa e PIRES, Sónia (2002): *O sector da saúde em Portugal: funcionamento do sistema e caracterização sócio-profissional*. Internet. Disponível em http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/182/182.pdf (consultado em 5 de Março de 2011).

BARBOUR, Ginny *et al.* (2010): "Science Must Be Responsible to Society, Not to Politics". *Plos Medicine*. Internet. Disponível em: http://www.plosmedicine.org, vol. 7, nº 1: e1000222 (consultado em 5 de Março de 2011).

BARDIN, Laurence (2009): *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BARRASS, Robert (1978): *Scientists must write – a guide to better writing for scientists, engineers and students*. London: Chapmand and Hall.

BARROS, Luís Aires (1988): *A Ciência, a técnica e a condição do homem na Europa de hoje*. sl: se.

BARTLETT, Christopher *et al.* (2002): "What is newsworthy? Longitudinal study of the reporting of medical research in two British newspapers". In: *British Medical Journal*, vol. 325: 81-84.

BEACCO, Jean-Claude *et al.* (2002): "Science in media and social discourse: new channels of communication, new linguistic forms". In: *Discourse Studies*, vol. 4, nº 3: 277-300.

BICKNESE, Joanne *et al.* (1999): *Biomedical writing*. Internet. Disponível em: http://www.home.earthlink.net/~rhetrx/bmw/index.htm (consultado em 22/11/2004).

BLUM, Deborah (2001): "Foreword". In: Ragnar Levi, *Medical journalism: exposing fact, fiction, fraud*. Ames: Iowa State University Press: IX-X.

BLUM, Deborah e KNUDSON, Mary (orgs.) (1998): *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press.

BONI, Valdete e QUARESMA, Sílvia (2005): "Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais". In: *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*. Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005: 68-80.

BORRAT, Héctor (2003): "Las relaciones noticiables: fuentes-actores". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 69-71.

BREEN, Kerry (2004): "The medical profession and the pharmaceutical industry: when will we open our eyes?" In: *MJA (Medical Journal of Australia)*, vol. 180: 409-410.

BRETON, Philippe (1994): *A Utopia da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.

BROCKMAN, John (org.) (1998): *A Terceira Cultura*. Lisboa: Temas e Debates.

BURKETT, Warren (1990): *Jornalismo científico: como escrever sobre Ciência, Medicina e Alta Tecnologia para os meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

BURTON, Rob (2001): "Selling drugs – with a little help from a journalist". In: *British Medical Journal*, vol. 323: 1258.

BUSINO, Giovanni (1998): *Sociologie des sciences et des techniques*. Paris: PUF.

CAEIRO, Baltazar Mexia de Matos (1979): "Da imprensa geral aos periódicos médicos portugueses". In: Separata de *O Médico*, nº 1428.

CALADO, Liliane de Andrade (2006): *A ciência no jornalismo impresso. Análise das reportagens do suplemento Milenium – Jornal Correio da Paraíba*. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba.

CALSAMIGLIA, Helena e FERRERO, Carmen López (2003): "Role and position of scientific voices: reported speech in the media". In: *Discourse Studies*, vol. 5, nº 2: 147-173.

CAMPOS, Alexandra e GOMES, Catarina (2011): "SNS perdeu 200 médicos de família num ano". In: *Público*. Disponível em http://www.publico.pt/Sociedade/servico-nacional-de-saude-perdeu-200-medicos-de-familia-num-ano_1481195?all=1 (consultado em 15 de Março de 2011).

CARAÇA, João (1997): *Ciência*. Lisboa: Difusão Cultural.

CARDIA, Mário (1965): "Valor da Imprensa Médica na Medicina Contemporânea". Separata de *O Médico*, nºs 702-706.

CARDOSO, Gustavo, ESPANHA, Rita e PUGA, Pedro (2007): *Profissionais de Saúde na Era da Informação: Médicos, Enfermeiros e Farmacêuticos*. Lisboa: CIES-ISCTE.

CARVALHO, Anabela (2004): "Política, cidadania e comunicação 'crítica' da ciência". In: Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas, *Comunicação e Sociedade 6, Comunicação da Ciência*: 5-10.

CARVALHO, Anabela e CABECINHAS, Rosa (2004): "Comunicação da ciência: perspetivas e desafios". In: Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas, *Comunicação e Sociedade 6, Comunicação da Ciência*: 5-10.

CARVALHO, Augusto da Silva (1932): "O jornalismo médico português e 'A Medicina Contemporânea'". In: Separata de *A Medicina Contemporânea*, nº1.

CARVALHO, Irene *et al.*(2010): "O ensino da comunicação na relação médico-doente. Uma proposta em prática". In: *Acta Médica Portuguesa*, 23(3): 527-532.

CARVALHO, Maria Manuela (2002): "Medicina em História - A Medicina Hipocrática". In: *Saúde Mental*. Vol. IV, nº1: 41-44.

CEBRIÁN, Juan Luis (1998): *Cartas a um jovem jornalista*. Lisboa: Editorial Bizâncio.

COLLIER, Joe e IHEANACHO, Ike (2002): "The pharmaceutical industry as an informant". In: *The Lancet*, vol. 360: 1405-1409.

COLOMBO, Furio (1998): *Conhecer o jornalismo hoje: como se faz a informação*. Lisboa: Editorial Presença.

COMISSÃO EUROPEIA (2000): *SAÚDE XXI: Programa Operacional da Saúde 2000-2006*. Internet. Disponível em: http://www.qca.pt/pos/download/2000/saude.pdf (consultado em 16/06/2011).

CONDE, Áurea Oliveira Peneda (2008): "Entrevista Semiestruturada". *Metodologias de Investigação em Educação*. Internet. Disponível em: http://metodologiasua.blogspot.com/2009/12/entrevista-semiestruturada.html (consultado em 16/07/2011).

CONDE, José (1991): "Dr. Armando Pombal: figura ímpar do jornalismo médico português". In: Separata do *Jornal do Médico*, vol. 130, nº 2409: 677-679.

CORREIA, Fernando (1997): *Os jornalistas e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho.

CORREIA, João Carlos (2006): "A representação jornalística da doença: mecanismo de controlo social e espaço de mediação entre a ciência e a vida quotidiana". *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – BOCC*. Internet. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-representacao-jornalistica-da-doenca.pdf (consultado em 10/08/2010).

_____ (2008): "Os estudos jornalísticos em Portugal: 30 anos de História". In: Jorge Pedro Sousa (org.), *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa. Perspetivas Luso-Brasileiras*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa: 367-378.

CORTESÃO, Armando (1962): "Do ambiente científico em que se iniciaram os Descobrimentos portugueses". In: Separata de *O Instituto* (Número Especial Dedicado às Comemorações Henriquinas). Coimbra.

COSTA, João Ribeiro da (2007): "Publicidade de Medicamentos e Saúde Pública: algumas reflexões a partir do Novo Estatuto do Medicamento". In: *Sub Judice*, nº 38: 77-85.

COUTINHO, Ana Godinho *et al.* (2004): "Comunicar ciência em Portugal: uma avaliação das perspetivas para o estabelecimento de formas de diálogo entre cientistas e o público". In: Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas, *Comunicação e Sociedade 6, Comunicação da Ciência*: 113-134.

CRATO, Nuno (2003): "Algumas experiências de divulgação da Matemática na Imprensa Portuguesa". In: *Jornal da Ciência*, 1 de Julho de 2003. Rio de Janeiro.

CRESPO, Margarita Antón (2003): "Bases heurísticas en la comunicación científica". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 277-289.

CRIPPEN, David (2004): "A Look at Medical Journals in the Electronic Age". *8th World Congress of Intensive and Critical Care in Medicine*. Internet. Disponível em: http://www.medscape.com/viewarticle/420055 (consultado em 19/11/2004).

DANTAS, Júlio (1947): "A Medicina e a Arte". In: Separata do *Jornal do Médico*, vol. 9, nº 222: 461-472.

DAY, Abby (1996): *How to get research published in journals*. Hampshire: Gower.

DAY, Robert (1998): *How to write and publish a scientific paper*. Oakleigh: Cambridge University Press.

DEACON, David *et al.* (1999): "From inception to reception: the natural history of a news item". In: *Media, Culture & Society*, vol. 21, nº 1: 5-31.

DEBUS, Allen G. (1984): "The history of science today". In: *Memórias das Academias de Ciências de Lisboa*, tomo XXV: 89-111.

DELICADO, Ana (2006): "Os Museus e a Promoção da Cultura Científica em Portugal". In: *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 51: 53-72.

DEUS, Jorge Dias (1990): *Ciência: curiosidade e maldição*. Lisboa: Gradiva.

DIAS, Maria do Rosário (2005): *Serão os mass media estrategas de saúde?* Lisboa: Climepsi Editores.

DICKINSON, John P. (1988): *Science et chercheurs scientifiques dans la societé moderne*. Paris: Unesco.

DIRECÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO ESTATÍSTICA EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA (2009): *Produção Científica Portuguesa, 1990-2008: Séries Estatísticas*. Lisboa: GPEARI (Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais) – Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

DIRECÇÃO-GERAL DA SAÚDE (2010): *Elementos estatísticos – Informação Geral Saúde/2008*. Internet. Disponível em: http://www.dgs.pt/upload/membro.id/ficheiros/i013685.pdf (consultado em 5 de Março de 2011).

DUNWOODY, Sharon (1992): "The challenge for scholars of popularized science communication: explaining ourselves". In: *Public Understanding of Science*, vol. 1: 11-14.

DUNWOODY, Sharon (2004): "How valuable is formal science training to science journalists?". In: Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas, *Comunicação e Sociedade 6, Comunicação da Ciência*: 75-87.

EATON, Lynn (2005): "Editor claims drug companies have a "parasitic" relationship with journals". In: *British Medical Journal*, vol. 330: 9.

ELÍAS, Carlos (2003): "Las fuentes en el periodismo científico". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 265-275.

ENTWISTLE, Vikki e BEAULIEU, Micheline Hancock (1992): "Health and medical coverage in the UK national press". In: *Public Understanding of Science*, vol. 1: 367-382.

ENTWISTLE, Vikki (1995): "Reporting research in medical journals and newspapers". In: *British Medical Journal*, vol. 310: 920-923.

EPSTEIN, Isaac (2004[a]): "Etos e tempos da Ciência e do jornalismo científico". In: *Boletín Comunicación - Alaic*, nº 16.

EPSTEIN, Isaac (2004[b]): "Comunicación y Salud". In: *Boletín Comunicación - Alaic*, nº 16.

ERBOLATO, Mário (1981): *Jornalismo Especializado. Emissão de Textos no Jornalismo Impresso*. São Paulo: Atlas

ESPANHA, Rita (2009): *Saúde e Comunicação numa Sociedade em Rede – O Caso Português*. Lisboa: Monitor.

ESQUENAZI, Jean-Pierre (2006): *Sociologia dos Públicos*. Porto: Porto Editora.

EUROPEAN COMISSION - DIRETORATE-GENERAL FOR RESEARCH (2010): "European Guide to Science Journalism Training". *European Comission*. Internet. Disponível em: http://ec.europa.eu/research/conferences/2007/bcn2007/guide_to_science_journalism_en.pdf (consultado em 10/10/2011).

EYCK, Toby Ten e WILLIMENT, Melissa (2003): "The National Media and Things Genetic - Coverage in the New York Times (1971–2001) and the Washington Post (1977-2001)". In: *Science Communication*, vol. 25, nº 2: 129-152

FAGUNDES, Maria José Delgado *et al.* (2007): "Análise Bioética da Propaganda e Publicidade de Medicamentos". In: *Ciência e Saúde Coletiva*, vol. 12, nº 1: 221-229.

FALCÃO, Verónica (2006): "Dupla hélice. Aos jornalistas, auxílio; aos cientistas, preparo para lidar com a imprensa". In: Sergio Vilas Boas (org.): *Formação & Informação Científica. Jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus: 89-104.

FARSETTA, Diane, PRICE, Daniel (2006): *Fake TV News – Widespread and Undisclosed – A multimedia report on television newsroom's use of material provided by PR firms on behalf of paying clients*. Wisconsin: Center for Media and Democracy.

FELT, Ulrike (2000): "A adaptação do conhecimento científico ao espaço público". In: Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Cultura científica e participação pública*. Oeiras: Celta Editora: 265-288.

FERNANDES, Rui (2009): "Entrevista Semiestruturada II". *Metodologias de Investigação em Educação*. Internet. Disponível em: http://rfmcemmie09.blogs.sapo.pt/6304.html (consultado em 10/06/2011).

FERREIRA, Sueli *et al.* (2004): "Comunicação científica e o protocolo OAI: uma proposta na área das Ciências da Comunicação". In: Anabela Carvalho e Rosa Cabecinhas (Orgs.): *Comunicação e Sociedade, Revista 6 – Comunicação da Ciência*. Porto: Campo das Letras: 193-209.

FIDALGO, Joaquim (2004): *Em Nome do Leitor*. Coimbra: Editora Minerva.

FILHO, Aníbal de Matos (1965): "A moderna Imprensa Médica portuguesa". In: Separata de *O Médico*, nº 739.

FILHO, Claudio Bertolli (2006): "Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico". *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – BOCC*. Internet. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf (consultado em 10/09/2009).

FITAS, Augusto (2006): "A Ciência em Portugal ao longo do séc. XX (cenas exemplares de um percurso incompleto)". In: *Prelo.* nº 3: 2-22.

FLETCHER, Robert (2003): "Adverts in medical journals: caveat lector". In: *The Lancet,* vol. 361: 10-11.

FONTANAROSA, Phil e DeANGELIS, Catherine (2002): "The importance of Journal Embargo". In: *JAMA (Journal of American Medical Association),* vol. 288, nº 6: 748-750.

FORMOSINHO, Sebastião (1992): "A comunicação da ciência". In: AAVV, *A Ciência como cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian: 189-203.

FORMOSINHO, Sebastião (1988): *Nos bastidores da Ciência – resistências dos cientistas à inovação científica*. Lisboa: Gradiva.

FRADA, João José Cúcio (1989): "História, Medecina e Descobrimentos Portugueses". In: *ICALP*, vol. 18: 63-73.

FRAIMAN, Héctor (1997): "La Medicina, el Arte y la Ciencia- Cavilaciones semióticas". In: *Revista Nuestro Hospital*. Ano 1, nº 1.

FRANÇA, Martha San Juan (2006): "Divulgação ou jornalismo? Duas formas diferentes de abordar o mesmo assunto". In: Sergio Vilas Boas (org.): *Formação & Informação Científica. Jornalismo para iniciados e leigos.* São Paulo: Summus: 31-47.

FRIEDMAN, Lester (org.) (2004): *Cultural Sutures: Medicine and Media*. Durham and London: Duke University Press.

GAGO, José Mariano (org.) (1991): *Ciência em Portugal*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

_____, José Mariano (2004): "As condições para o desenvolvimento científico de Portugal no contexto Europeu e o problema da base social de apoio a esse desenvolvimento". *Conselho dos Laboratórios Associados.* Internet. Disponível em: http://www.labs-associados.org/docs/prici1-gago.pdf. (consultado em 1/02/2010).

_____, José Mariano (2007): "Na abertura da Conferência da Presidência Portuguesa da União Europeia: 'O Futuro da Ciência e da Tecnologia na Europa'". *European Comission*. Internet. Disponível em: http://ec.europa.eu/research/conferences/2007/fst/presentations/day8/morning/opening/1-mariano-gago/mariano-gago.pdf (consultado em 1/02/2010).

GALLIAN, Dante Marcello Claramonte (2000): "A (Re)humanização da Medicina". *Priory Medical Journals*. Internet. Disponível em: http://priory.com/psych/galli0500.htm (consultado em 10/11/2004).

GARCIA, José Luís (2000): "Comunicação e ciência: introdução". In: Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Cultura científica e participação pública.* Oeiras: Celta Editora, 257-264.

GIL, João (2010): Entrevista realizada pessoalmente, a 3 de Maio de 2010. CD-ROM.

GLIK, Deborah (2004): "Health Communication in Popular Media Formats". *American Public Health Association 131st Annual Meeting*. Internet. Disponível em: http://www.medscape.com/viewarticle/466709?src=sidesearch (consultado em 19/11/2004).

GOLDFIELD, Norbert (2004): "Drive-by Medicine – Managed care ads on Billboards". In: Lester Friedman (org.): *Cultural Sutures – Medicine and Media*. Durham and London: Duke University Press: 109-125.

GOMES, Prudenci (1971): *Guía para la redacción y presentación de trabajos cientificos, informes técnicos e tesinas*. Barcelona: Oikos-Tau.

GONÇALVES, António Maia (1989): "Subsídios para a História do jornalismo médico portuense". In: Separata de *O Médico*, nº 121 (1958).

GONÇALVES, Maria Eduarda (org.) (2000): *Cultura científica e participação pública*. Oeiras: Celta Editora.

_____, Maria Eduarda (org.) (1993): *Comunidade Científica e Poder*. Lisboa: Edições 70.

GÖPFERT, Winfried (1996): "Scheduled science: TV coverage of science, technology, medicine and social science and programming policies in Britain and Germany". In: *Public Understanding of Science*, vol. 5: 361–374.

GÖRKE, Alexander e RUHRMANN, Georg (2003): "Public communication between facts and fictions: on the construction of genetic risk". In: *Public Understanding of Science*, vol. 12: 229-241.

GRANADO, António (2008): *The use of Internet in newsgathering among European science journalists*. Tese de Doutoramento. Leeds: University of Leeds.

GRANADO, António e MALHEIROS, José Vítor (2001): *Como falar com jornalistas sem ficar à beira de um ataque de nervos – Guia para investigadores e profissionais de comunicação*. Lisboa: Gradiva.

GREENBERG, Joel (1998): "Using sources". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press: 94-101.

GREGORY, Jane e MILLER, Steve (2000): *Science in public: communication, culture and credibility*. New York: Perseus Publishing.

GUERRA, Miller (1961): *Medicina e sociedade*. Lisboa: Livraria Morais Editora.

GULKO, Candace (1998): "Drug industry and other medical business". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press: 245-250.

GUTIÉRREZ-FUENTES, J.A. (2008): "La medicina, una ciencia y un arte humanos". In: *Educación Médica*, nº 11: 11-15

HACKETT, Robert e UZELMAN, Scott (2003): "Tracing Corporate Influences on Press Content: a summary of recent NewsWatch Canada Research". In: *Journalism Studies*, vol. 4, nº 3: 331-343.

HAGENDIJK, Rob e MEEUS, Jan (1993): "Blind faith: fact, fiction and fraud in public controversy over science". In: *Public Understanding of Science*, vol. 2: 391-415.

HANCOCK, Elise (2003): *Ideas into words: mastering the craft of scientific writing*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.

HANSEN, Anders (1994): "Journalistic practices and science reporting in the British press". In: *Public Understanding of Science*, vol. 3: 111-134.

HOLLIMAN, Richard (2004): "Media coverage of cloning: a study of media content, production and reception". In: *Public Understanding of Science*, vol. 13: 107-130.

HOUGHTON, Bernard (1975): *Scientific periodicals – their historical development, characteristics and contro*l. London: Clive Bingley.

HOUTAD, Alphonse d' (2003): *A la recherche de l'image sociale de la santé*. Paris: L'Hartman.

IDE, Christopher (2005): "Why doctors don't read research papers. Editors' behaviour might have something to do with it". In: *British Medical Journal*, vol. 330: 256.

IGLESIAS, Francisco (2001): *Marketing Periodístico*. Barcelona: Editorial Ariel.

INFARMED (2011[a]): *Sobre o Infarmed. Atividades*. Internet. Disponível em: http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/SOBRE_O_INFARMED/APRESENTACAO (consultado em 12/10/2011).

_____(2011[b]) – *Atividades*. Internet. Disponível em: http://www.infarmed.pt/portal/page/portal/SOBRE_O_INFARMED/APRESENTACAO (consultado em 12/10/2011).

_____ (2011[c]) - *Relatório de atividades 2010*. Lisboa: Ministério da Saúde e Autoridade Nacional do Medicamento e dos Produtos de Saúde.

JOHNSON, Timothy (1998): "Shattuck Lecture: Medicine and the Media". In: *The New England Journal of Medicine*, vol. 339, nº 2: 87-92.

JÚNIOR, José Soares de Veras (2005): *Da informação ao conhecimento: o jornalismo científico na contemporaneidade*. Rio Grande do Norte: Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Rio Grande do Norte.

KASSIRER, Jerome P. (2005): *On the Take – How Medicine's complicity with big business can endanger your health*. New York: Oxford University Press.

KATZ, J (1989): *El médico y el paciente: su mundo silencioso*. México: Fondo de Cultura Econômica.

KIERNAN, Vincent (2000): "The Mars Meteorite: A case study in controls on dissemination of scientific news". In: *Public Understanding of Science*, vol. 9: 15-41.

_____, Vincent (2003): "Diffusion of News about Research". In: *Science Communication*, vol. 25, nº 1: 3-13.

KING, Alexandre (1993): "Ciência e poder". In: Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Comunidade Científica e Poder*. Lisboa: Edições 70: 17-25.

KITZINGER, Jenny e REILLY, Jacquie (2002): "Ascensão e queda das notícias de risco". In: *Cadernos Minerva*, nº 1. Coimbra: Minerva Coimbra.

KOMESAROFF, Paul e KERRIDGE, Ian (2002): "Ethical issues concerning the relationships between medical practitioners and the pharmaceutical industry". In: *MJA (Medical Journal of Australia)*. Vol. 176: 118-121.

KRIEGHBAUM, Hillier (1970): *A Ciência e os meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Edições Correio da Manhã.

KUA, Eunice, *et al.* (2004): "Science in the news: a study of reporting genomics". In: *Public Understanding of Science*, vol. 13: 309-322.

LAEMMER, M. (1941): *A Medicina, a Arte e a Literatura*. Serviços de Bibliografia Cientifica do Instituto Pasteur de Lisboa, nº20.

LEACH, Edmund (1992): "Universais culturais e singularidade das culturas". In: AAVV, *A Ciência como cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian: 15-26.

LEÓN, Bienvenido (2001): *O Documentário de Divulgação Científica*. Aveiro: Cine-Clube de Avanca.

LEVI, Ragnar (2001): *Medical journalism: exposing fact, fiction, fraud*. Ames: Iowa State University Press.

LIMA, Maria Alice *et al.* (1999): "A utilização da observação participante e da entevista semiestruturada na pesquisa em enfermagem". In: *Revista Gaúcha de Enfermagem*, vol. 20, nº especial: 130-142.

LOGAN, Robert *et al.* (2004[a]): "Prevailing Impressions of Social Actors in Korean News Coverage of a Public Health Crisis". In: *Science Communication*, vol. 25, nº 4: 399-416.

_____ (2004[b]): "Elite Sources, Context, and News Topics. How Two Korean Newspapers Covered a Public Health Crisis". In: *Science Communication*, vol. 25, nº 4: 364-398.

_____ (2004[c]): "Prevailing Impressions in Science and Medical News. A Content Analysis of the Los Angeles Times and the Washington Post". In: *Science Communication*, vol. 22, nº 1: 27-45.

LOPES, Ana Catarina Colaço dos Santos (2006): *Constrangimentos organizacionais na prática jornalística. A coluna dos provedores do leitor como reflexo dos constrangimentos organizacionais vividos pelos jornalistas no contexto das empresas mediáticas*. Almada: Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares.

LOPES, Inês (2008): *Comportamento de utilização de fontes de informação médica pelos médicos de Clínica Geral portugueses*. Tese de Mestrado. Lisboa: ISCTE.

LUPTON, Deborah e McLEAN, Jane (1998): "Representing Doctors: Discourses and Images in the Australian Press". In: *Social Science and Medicine*, vol. 46, nº 8: 947-958.

MAJOR, Ann e ATWOOD, Erwin (2004): "Environmental risks in the news: issues, sources, problems, and values". In: *Public Understanding of Science*, vol. 13: 295-308.

MALONE, Ruth *et al.* (2000): "Science in the News: Journalists' Construction of Passive Smoking as a Social Problem". In: *Social Studies of Science*, vol. 30, nº 5: 713-735.

MANSFIELD, Peter (2003): "Healthy Skepticism's new AdWatch: understanding drug promotion". In: *MJA (Medical Journal of Australia)*. Vol. 179: 644-545.

MARCELA, Ana (2008): "Imprensa médica interpõe providência cautelar ao Infarmed". *Meios e Publicidade*. Internet. Disponível em: http://www.meiosepublicidade.pt/2008/03/20/imprensa-medica-interpoe-providencia-cautelar-ao-infarmed-2/ (consultado em 20 de Março de 2008).

MARKETEER (2009[a]): *Suplemento Marketeer Farmacêutico*. Edição Março 2009: 112-125.

_____ (2009[b]): *Suplemento Marketeer Farmacêutico*. Edição Dezembro 2009: 152-162.

MARKTEST (2006): *EAIM Novadir, 1ª Vaga 2006: Hábitos de Leitura de Imprensa Médica*. Internet. Disponível em: http://www.marktest.com/wap/a/q/idtema~170/id~c9.aspx. (consultado em 26 de Abril de 2007).

_____ (2008): *Audiência Imprensa Médica - Outubro de 2008*. Lisboa: Novadir, Grupo Marktest.

MARTÍNEZ, Francisco Mercado (2000): "Las enfermedades crónicas en la prensa mexicana. Estudio a partir de un boletín de información periodística". In: *Comunicación y Sociedad*, nº 37: 37-51.

MAROY, Christian (2005): "A análise qualitativa de entrevistas". In: Luc Albarello *et al. - Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva: 117-155.

MARTINS, Cyro (1993): *Caminhos: ensaios psicanalíticos*. Porto Alegre: Movimento/ Instituto Cyro Martins: 162-175.

MARTINS, José *et al.* (2003): "Caracterização dos profissionais de saúde em Portugal (Parte I) – Quantos somos e quem somos". In: *Revista Portuguesa Clínica Geral*; 19: 513-17. Internet. Disponível em: http://www.apmcg.pt/files/54/documentos/20080304144946703990.pdf (consultado em 5 de Março de 2011).

MATOS, Augusta Clara *et al.* (1993): "Bioética e poder político. A retórica da biotecnologia". In: Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Comunidade Científica e Poder*. Lisboa: Edições 70: 85-99.

MAURITTI, Miguel Múrias (2010): Entrevista realizada pessoalmente, 16 de Abril de 2010. CD-ROM.

McINERNEY, Claire *et al.* (2004): "The Flow of Scientific Knowledge form Lab to the Lay Public. The Case of Genetically Modified Food". In: *Science Communication*, vol. 26, nº 1: 44-74.

McKENZIE, A. E. (1960): *The major achievements of science*. (vol. I) London, New York: Cambridge University Press.

McKIE, Douglas (1979): "The development of the scientific journal". In: A. J. Meadows (org.), *The scientific journal*. London: Aslib: 7-17.

MEADOWS, A. J. (org.) (1979): *The scientific journal*. London: Aslib.

MEDINA, Cremilda (org.) (1991): *A crise dos paradigmas*. São Paulo: USP/ECA.

MELO, José Marques de (2003): "Trajectória Acadêmica do Jornalismo Científico no Brasil: iniciativas paradigmáticas no Brasil". In: José Benedito Pinho (org.), *Anuário Internacional da Comunicação Lusófona*: Ano 1, nº 1: 123-133. Lisboa: Lusocom.

MENDES, Teresa (2010): Entrevista realizada pessoalmente, a 8 de Fevereiro de 2010. CD-ROM.

MENESES, João Paulo (2003): *Tudo o que se passa na TSF - ... para um "livro de estilo"*. Porto: Edição Jornal de Notícias.

MERCK SHARP & DOHME (2009): *Um olhar sobre a indústria farmacêutica*. Internet. Disponível em: http://www.msd.pt/content/corporate/about/pt_olhar_industria.html#section_1 (consultado em 10 de Julho de 2010).

METZL, Jonhathan (2004): "Psychiatry, Scopophilia, and Psychotropic – Medication Advertising, 1964-1985". In: Lester Friedman (org.), *Cultural Sutures – Medicine and Media*. Durham and London: Duke University Press: 15-35.

MILLER, David (1995): "Introducing the 'gay gene': media and scientific representations". In: *Public Understanding of Science*, vol. 4: 269-284.

MILLER, Julie Ann (1998): "Trade journals". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press, 27-31.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (2005): *Programa do XVII Governo Constitucional para a Saúde - 2005-2009.* Internet. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal/conteudos/a+saude+em+portugal/politica+da+saude/politica+arquivo/programa.htm (consultado em 1 de Setembro de 2011).

_____ (2009): *Programa do XVIII Governo Constitucional para a Saúde - 2009-2013*. Internet. Disponível em: http://www.min-saude.pt/portal/conteudos/a+saude+em+portugal/politica+da+saude/programa/programa+xviii.htm (consultado em 1 de Setembro de 2011).

MIRANDA, Giovanna *et al.* (2004): "Information sources in biomedical science and medical journalism: methodological approaches and assessment". In: *Pharmacological Research*, vol. 50: 267-272.

MOIRAND, Sophie (2003): "Communicative and cognitive dimensions of discourse on science in the French mass media". In: *Discourse Studies*, vol. 5, nº 2: 175-206.

MONTGOMERY, Scott (2003): *The Chicago Guide to Communicating Science*. Chicago, London: The University of Chicago Press.

MORAL, Javier Fernández del (2003): "El periodismo de fuente en el marco de la especialización periodística". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 25-48.

MORENO, Armando (2003): "Esculápio pinta, escreve e molda". In: Isabel Patim (org.), *Literatura e Medicina – I Encontro de Estudos sobre Ciências e Culturas*. Porto: Universidade Fernando Pessoa: 29-35.

MOULTON, Forest Ray e SCHIFFERES, Justus (1957): *Autobiografia da Ciência*. Lisboa: Sociedade de Intercâmbio Cultural Luso-Brasileiro.

MOYNIHAN, Ray e CASSELS, Alan (2005): *Selling Sickness – How the world's biggest pharmaceutical companies are turning us all into patients*. New York: Nation Books.

MUELLER, Suzana (2005): "A publicação da ciência: áreas científicas e seus canais preferenciais". In: *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação - v.6 n.1 fev/05*. Internet. Disponível em: http://www.datagramazero.org.br/fev05/Art_02.htm (consultado em 10/10/2005).

NERESINI, Federico (2000): "And man descended from the sheep: the public debate on cloning in the Italian press". In: *Public Understanding of Science*, vol. 9: 359-382.

NEVEU, Érik (2005): *Sociologia do jornalismo*. Porto: Porto Editora.

NIZA, José (1989): *Os jornalistas e a droga*. Lisboa: Gabinete de Planeamento e Coordenação do Combate à Droga e Direcção Geral da Comunicação Social.

NOVADIR (2003): "Médicos e Informação médica". *Grupo Marktest*. Internet. Disponível em: http://www.marktest.com/wap/a/n/id~167.aspx (consultado em 10/10/2010).

NUNES, Maria de Fátima (2001): *Imprensa periódica científica (1772-1852) – leituras de "sciencia agrícola" em Portugal*. Lisboa: Estar Editora.

_____ (2004): *A imprensa especializada na 2ª Metade do Século XIX em Portugal. Estudos em Homenagem a Luís António de Oliveira Ramos*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

OCDE (2010): *Perspetivas OCDE 2010 sobre a Ciência, Tecnologia e Indústria*. Internet: Disponível em: www.oecd.org/dataoecd/17/13/46679897.pdf (consultado em 22/01/2011).

O'DONNEL, Michael (2005): "Why doctors don't read research papers. Scientific papers are not written to disseminate information". In: *British Medical Journal*, vol. 330: 256.

OLIVEIRA, Valente de (2000): *Entrevistas*. Internet. Disponível em: http://w3.ualg.pt/~jvolivei/ep/ep.html (consultado em 22/01/2011).

OPSS – Observatório Português dos Sistemas de Saúde (2003): *Evolução do sistema de saúde* Internet. Disponível em: http://www.observaport.org/node/141 (consultado em 22/01/2011).

PATIM, Isabel (org.) (2003): *Literatura e Medicina – I Encontro de Estudos sobre Ciências e Culturas*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

PAVÃO, Francisco (2010): Faculdades de Medicina. *Jornal de Notícias*. Disponível em: http://www.jn.pt/PaginaInicial/Nacional/Interior.aspx?content_id=1471761 (consultado a 17/01/2010).

PELLECHIA, Marianne (1997): "Trends in science coverage: a content analysis of three US newspapers". In: *Public Understanding of Science*, vol. 6: 49-68.

PEREIRA, João (2010): Entrevista realizada pessoalmente, a 8 de Fevereiro de 2010. CD-ROM.

PEREIRA, Tiago Taveira Santos (1996): "Uma análise do impacto das políticas europeias na colaboração internacional em investigação científica em Portugal e no Reino Unido". In: *Análise Social*, vol. XXXI (135), 1996 (1): 229 -265.

PERLMAN, David (1998): "Introduction". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press: 3-6.

PESSONI, Arquimedes (2004): "Informação Científica em Fonte Primária, Intermediária e Secundária: Dialectos Muito Além da Torre de Marfim". In: *Boletín Comunicación - ALAIC*, nº 16.

PINA, Luís de (1945): "Isagoge histórica do jornalismo médico". In: Separata do *Jornal do Médico*, vol. 5.

_____(1964): "Letras e Medicina". In: Separata do *Studium Generale* do Centro de Estudos Humanísticos (Porto), vol. X, nº 1.

POLANCO, Xavier (org.) (1990): *Naissance et développement de la science-monde: production et reproduction des communautés scientifiques en europe et en amérique latine*. Paris: Éditions La Découverte/ Conseil de l'Europe/ Unesco.

PONTE, Cristina (2002): "O nascimento de Adam Nash. Análise comparada de uma notícia de genética em seis jornais de informação geral". In: *Media & Jornalismo*, vol. 1, nº 1: 65-82. Minerva Coimbra.

_____ (2004): *Notícias e Silêncios – A cobertura da Sida no Diário de notícias e Correio da Manhã*. Porto: Porto Editora.

POUSA; Luis Álvarez (2003): "Los expertos en el proceso de producción periodística especializada". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 49-64.

PRIEST, Susanna Hornig (2001): "Cloning: a study in news production". In: *Public Understanding of Science*, vol. 10: 59-69.

PROENÇA, Reinaldo (1993): "Posicionamento de Produtos Ético-Farmacêuticos: do Conceito ao Modelo". In: *Revista Portuguesa de Gestão I*: 15-32.

RABANILLO, Serafín Chimeno (2003): "Formación y especialización en el periodismo de fuentes". In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca, 133-146.

RALHA, Alberto (1967): "A experiência japonesa de política científica". *Análise Social*. Internet. Disponível em: http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224173747Y2kCW9ov8Ll29XQ2.pdf (consultado em 22 de Janeiro de 2011).

RAMÍREZ, Francisco Esteve, MORAL, Javier Fernández del (1999): *Áreas de Especialización Periodística*. Madrid: Fragua.

RCMPHARMA (2010): *Sector farmacêutico foi o que mais reforçou aposta em publicidade em 2009*. Internet. Disponível em: http://www.rcmpharma.com/news/6080/51/Sector-farmaceutico-foi-o-que-mais-reforcou-aposta-em-publicidade-em-2009.html (Consultado a 5/1/2010).

REI, José Esteves (1998): *Retórica e Sociedade*. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional.

REIS, Carlos Vieira (2003): "Médicos escritores – razão, motivação e criação". In: Isabel Patim (org.), *Literatura e Medicina – I Encontro de Estudos sobre Ciências e Culturas*. Porto: Universidade Fernando Pessoa: 12-28.

REIS, Fernando Egídio (2004): "Para a História da Divulgação Científica em Portugal. As ciências nos periódicos portugueses de finais do século XVII e princípios do século XIX". In: *Actas do II Congresso Ibérico em Ciências da Comunicação na Covilhã.* Covilhã: Universidade da Beira Interior.

RENSBERGER, Boyce (1998): "Covering science for newspapers". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press: 7-16.

RESENDE, Catarina Mendes (2008): *Saúde e corpo em movimento*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RIBEIRO, Vasco (2009): *Fontes sofisticadas de informação – Análise do Produto Jornalístico Político da Imprensa Nacional Diária de 1990 a 2005*. Porto: Media XXI.

RICOU, Eduardo (1987): "Publicações Médicas Nacionais na primeira metade do século XIX. A Imprensa Médica". In: Separata do *Jornal do Médico*, vol. CXXIII, nº 2241.

RIEFFEL, Rémy (2003): *Sociologia dos Media*. Porto: Porto Editora.

ROBERTS, David (1977): *Que Sabes de Ciências e de Inventos?* Lisboa: Celbrasil.

ROCHA, Paula Melani (2008): "A importância do jornalismo como ciência no processo de profissionalização da carreira". Trabalho apresentado no *VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.*

ROCHON, Paula *et al.* (2002): "Comparison of review articles published in peer-reviewed and throwaway journals". In: *JAMA (Journal of American Medical Association),* vol. 287, nº 21: 2853-2856.

RODRIGUES, João (2000): "Obstáculos à Relação Médico-Paciente". In: AAVV, *Manual de Medicina Geral e Familiar.* Lisboa: Associação Portuguesa de Médicos de Clínica Geral.

ROSA, Gonçalo Pereira (2006): *A Quercus nas Notícias. Consolidação de uma fonte não oficial nas notícias de Ambiente*. Porto: Porto Editora.

ROTH, William (1997): "La press professionelle en France". In: *Communication et langages*, nº 114, vol. 4: 36-57.

RUQUOY, Danielle (2005): "Situação de entrevista e estratégia do entrevistador". In: Luc Albarello *et al.*, *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva: 84-116.

SACADURA, Costa (1944): "Exposição de jornais portugueses e brasileiros de Medicina e Ciências afins". In: Separata do *Jornal da Sociedade das Ciências Médicas de Lisboa*, Tomo CVIII, nºs 4 e 5.

_____ (1945): *Facetas do Jornalismo Médico Português*. Lisboa: Imprensa Médica.

SALOMONE, Kandice L. *et al.* (1990) – A Question of Quality: How Journalists and News Sources Evaluate Coverage of Environmental Risk. In: *Journal of Communication*, vol. 40, nº 4: 117-129.

SANTANA, Paula e PEIXOTO, Helena (2010): *Recursos humanos em Medicina Geral e Familiar: situação atual e perspetivas de futuro.* Internet. Disponível em: http://www.uc.pt/fluc/depgeo/gigs/Noticias/Recursos_Humanos_em_Medicina_Geral_e_Familiar (consultado em 5 de Março de 2011).

SANTOS, Boaventura de Sousa (1978): "Da sociologia da ciência à política científica". In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*. nº 1, Junho.

SANTOS, Domingos (2003): *Política de inovação: filiação histórica e relação com as políticas de desenvolvimento territorial.* Internet. Disponível em: http://www.apdr.pt/siteRPER/numeros/RPER03/ART02.PDF (consultado em 22 de Janeiro de 2011).

SANTOS, Fernando (2010): Entrevista realizada pessoalmente, a 3 de Maio de 2010. CD-ROM.

SANTOS, Filipe Duarte (1986): *História e desenvolvimento da Ciência em Portugal (vol. I) – Portugal na História da Ciência*. Lisboa: Publicações do II Centenário da Academia das Ciências de Lisboa.

SANTOS, João Moreira dos (1995): *Imprensa Empresarial. Da Informação à Comunicação*. Porto: Edições Asa.

SANTOS, Rogério (2003): *Jornalistas e fontes de informação – A sua relação na perspetiva da Sociologia do jornalismo.* Cadernos Minerva, nº 4. Coimbra: Minerva Coimbra.

_____ (2006): *A Fonte não quis revelar. Um estudo sobre a produção das notícias*. Porto: Campo das Letras.

_____ (2010): *Do Jornalismo aos Media. Estudos sobre a Realidade Portuguesa*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

SARAIVA, Carlos *et al*. (1978): "Redacção Médica". In: Separata do *Jornal do Médico*, vol. XCVIII, nº 1813: 332-334.

SCHATZMAN, Evry (1989): *A ciência ameaçada*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

SEMIR, Vladimir de *et al*. (1998): "Press Releases of Science Journal Articles and Subsequent Stories on the same topic". In: *JAMA (Journal of American Medical Association)*, vol. 280, nº 3: 294-295.

SERRANO, Estrela (2006): *Jornalismo Político em Portugal*. Lisboa: Edições Colibri.

SFEZ, Lucien (1997): *A saúde perfeita – críticas de uma utopia*. Lisboa: Instituto Piaget.

SHLYAKHTER, Alexander e WILSON, Richard (1992): "Chernobyl: the inevitable results of secrecy". In: *Public Understanding of Science*, vol. 1: 251-259.

SILVA, A. Correia da (1974): "Subsídios para a história da imprensa farmacêutica portuguesa". In: Separata do *Boletim da Faculdade de Farmácia de Coimbra*, vol. 34.

SILVA, Pedro Ribeiro da (2010): "A comunicação na prática médica: seu papel como componente terapêutico". In: *Revista Portuguesa de Clínica Geral* 2008; 24: 505-12.

SIMÕES, Jorge e DIAS, Ana (2009): "A governação em Portugal e a saúde nas políticas". In: *Linhas de Saúde – Revista de Ciências e Tecnologias da Saúde da Universidade de Aveiro*, nº1, ano 1. Internet. Disponível em www.cs.ua.pt/ReadObject.aspx?obj=13065 (consultado em 5 de Março de 2011).

SMALL, Meredith (1998): "Scientists who write about science for the public". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press, 57-64.

SOLOSKI, John (1993): "O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico". In: Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.

SOUSA, C. Soares de (1975): "Boletim dos Hospitais – Contributos para a sua História". In: Separata do *Boletim dos Hospitais da Santa Casa da Misericórdia do Porto*, 2ª série, vol. I, nº 5.

SOUSA, Jorge Pedro (2000): *As notícias e os seus efeitos. As "teorias" do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. Coimbra: Minerva Coimbra.

_____ (2005): *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.

_____ (2006): *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa (2ª edição revista e ampliada).

_____ (2008ª): "Pesquisa e reflexão sobre jornalismo até 1950: a institucionalização do jornalismo como campo de conhecimento e campo científico". *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – BOCC*. Internet. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-pesquisa-e-reflexao-sobre-jornalismo-1950.pdf (consultado em 8/8/2010).

_____(2008ᵇ): "Os Estudos Jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico". *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – BOCC*. Internet. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-estudos-jornalisticos-apos-1950.pdf (consultado em 8/8/2010).

_____ *et al*. (2008): "A teorização do jornalismo em Portugl até 1974". In: SOUSA, Jorge Pedro (org.) (2008) – *Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa. Perspetivas Luso-Brasileiras*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, pp. 315-361.

_____ (2010): *O Pensamento Jornalístico Português: Das Origens a Abril de 1974*. Covilhã: Livros Labcom.

_____ (org.) (2011): *A Gazeta "da Restauração": Primeiro Periódico Português. Uma análise do discurso*. Covilhã: Livros LabCom.

SOUSA, Maria de (1992): "Procedimentos experimentais: sobre cozinheiros-chefes e cientistas". In: AAVV, *A Ciência como cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian: 93-102.

SPRECKER, Kim (2002): "How Involvement, Citation Style, and Funding Source Affect the Credibility of University Scientists". In: *Science Communication*, vol. 24, nº 1: 72-97.

STRYKER, Jo Ellen (2002): "Reporting Medical Information: Effects of Press Releases and Newsworthiness on Medical Journal Article's Visibility in the News Media". In: *Preventive Medicine*, vol. 35: 519-530.

SWEET, Melissa (2001): "Sponsored journalism award shocks Australia media". In: *British Medical Journal*, vol. 323: 1258.

_____ (2002): "Generalists versus specialists". In: *British Medical Journal*, vol. 324: 178.

SZYMANIAK, Jozef Wlodzimierz (org.) (2000): *Dicionário de Ciências da Comunicação*. Porto: Porto Editora.

TANNER, Andrea (2004): "Agenda Building, Source Selection, and Health News at Local Television Stations - A Nationwide Survey of Local Television Health Reporters". In: *Science Communication*, vol. 25, nº 4: 350-363.

TENGARRINHA, José (1965): *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Editorial Caminho.

THOMAS, Richard K. (2006): *Health Communication*. New York: Springer.

TORRES, Elvira García de (2003): *La negociación de la información en el periodismo especializado*. In: Ángel Losada Vázquez e Francisco Esteve Ramírez (orgs.), *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca: 85-95.

TRACY, James (2004): "Between Discourse and Being: The Commodification of Pharmaceuticals in Late Capitalism". In: *The Communication Review*, vol. 7: 15-34.

TRAFFORD, Abigail (1998): "Critical coverage of public health and government". In: Deborah Blum e Mary Knudson, *A Field Guide for Science Writers: The Official Guide of the National Association of Science Writers*. New York and Oxford: Oxford University Press: 131-141.

TRAQUINA, Nelson (org.) (1993): *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.

_____ (2004[a]): "Theory consolidation in the study of journalism. A comparative analysis of the news coverage of the HIV/AIDS issue in four countries". In: *Journalism*, vol. 5, nº 1: 97-116.

_____ (2004[b]): "A SIDA como notícia: Análise de caso sobre a cobertura jornalística da problemática VIH/SIDA nos jornais 'Diário de Notícias' e 'Correio da Manhã'". In: *Media e Jornalismo*, nº 5: 81-107.

_____ *et al.* (2007): *A problemática da SIDA como notícia*. Lisboa: Livros Horizonte.

TRIGT, Anke Van, *et al.* (1994): "Medical journalists and expert sources on medicines". In: *Public Understanding of Science*, vol. 3: 309-321.

_____ (1995): "Setting the Agenda : Does the Medical Literature Set the Agenda For Articles About Medicines in the Newspapers?" In: *Social Science and Medicine*, vol. 41, nº 6: 893-899.

TUFFANI, Maurício (2006): "Ciência e interesses. As regras do jogo acima do método e da razão". In: Sergio Vilas Boas (org.), *Formação & Informação Científica. Jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus: 49-68.

UNESCO (2010): *Relatório UNESCO sobre Ciência 2010*. São Paulo: Unesco.

UNGAR, Sheldon e BRAY, Dennis (2005): "Silencing science: partinsanship and the career of a publication disputing the dangers of secondhand smoke". In: *Public Understanding of Science*, vol. 14: 5-23.

VALA, Jorge (1986): "A Análise de Conteúdo". In: Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento: 101-128.

VÄLIVERRONEN, Esa (2004): "Stories of the 'medicine cow': representations of future promises in media discourse". In: *Public Understanding of Science*, vol. 13: 363–377.

VÁZQUEZ, Ángel Losada e RAMÍREZ, Francisco Esteve (orgs.) (2003): *El Periodismo de Fuente*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontifícia de Salamanca.

VILLANUEVA, Pilar *et al.* (2003): "Accuracy of pharmaceutical advertisements in medical journals". In: *The Lancet*, vol. 361: 27-32.

VIRELLA, Daniel (2009): "A leitura crítica de um artigo médico". In: *Acta Pediátrica Portuguesa*, vol. 40, nº 1: 37-41

WAHL, Otto (2004): "Stop the Presses – Journalistic Treatment of Mental Illness". In: Lester Friedman (org.), *Cultural Sutures: Medicine and Media*. Durham and London: Duke University Press: 55 – 69.

WALLACK, Lawrence *et al*. (1993): *Media advocacy and public health: power for prevention*. Newbury Park: Sage.

WAZANA, Ashley (2000): "Physicians and the Pharmaceutical Industry: Is a Gift Ever Just a Gift?" In: *JAMA (Journal of American Medical Association)*, vol. 283, nº 3: 373-380.

WEITKAMP, Emma (2003): "British newspapers privilege health and medicine topics over science news". In: *Public Relations Review*, vol. 29: 321-333.

WHITE, Caroline (2003): "Publish and be pampered". In: *British Medical Journal*, vol. 327: 348.

WILLIS, James e OKUNADE, Albert Adelowo (1997): *Reporting on Risks – The practice and ethics of health and safety communication*. Westport, Connecticut, London: Praeger.

WILSON, Kris (2000): "Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change". In: *Public Understanding of Science*, vol. 9: 1-13.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (2010): *Portugal Health System – Performance Assessment*. Internet. Disponível em: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/131766/E94518.pdf (consultado em 3/3/2011).

XAVIER, José *et al.* (2011): "Jornalismo de Ciência em Portugal: esperança para o futuro?" In: *Jornalismo & Jornalistas*, nº 45, Jan/Mar 2001: 38-39.

ZULAICA, Pedro Bilbao (1995): "Medicina: Arte o Ciencia". In: *Deia*:14.

FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

COMPETE
PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE

QREN
QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL
PORTUGAL 2007.2013

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

LABCOM.IFP
COMUNICAÇÃO, FILOSOFIA E HUMANIDADES
UNIDADE DE INVESTIGAÇÃO
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

contracapa