



Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Brasil

Bertol, Sônia

Comunicação da saúde: um estudo comparado sobre a divulgação do câncer de mama  
Brasil-EUA

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 39, agosto, 2009, pp. 105-111

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550195016>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# Comunicação da saúde: um estudo comparado sobre a divulgação do câncer de mama Brasil-EUA

## RESUMO

Neste estudo usamos um esquema interpretativo fornecido pela Análise de Enquadramento, Agenda Setting e da Teoria do Aprendizado Social, para argumentar que cientistas e jornalistas comunicam as novidades da Ciência de modos diversos. Através da análise dos dados de periódicos científicos e jornalísticos que divulgam o câncer de mama, nós encontramos apoio significativo para nossas previsões. As implicações destas diferenças entre a comunicação primária (inter pares) e a comunicação secundária (público leigo) para a comunicação da saúde são discutidas, às vezes apresentando-se como convergências, às vezes como divergências. Quando bem esclarecidas e compreendidas, fazem avançar a Comunicação da Saúde, obtendo resultados positivos no bem-estar das populações.

## PALAVRAS-CHAVE

comunicação da saúde  
câncer de mama  
análise de enquadramento

## ABSTRACT

*We used an interpretation method provided by Framing Theory, Agenda Setting and Social Learning Theory, basing our argument on the fact that scientists and journalists communicate scientific news under a different light. We found considerable supporting material through the analysis of data from scientific and journalistic periodicals which publish news regarding breast cancer. The implications of such differences between primary communication (among peers) and secondary communication (general public) for the health communication are sometimes presented as convergences, and sometimes as divergences. When they are presented in a clear and understandable manner, they represent an advancement to Health Communication, bringing positive results for the well being of the population.*

## KEY WORDS

health communication  
breast cancer  
framing theory

**Sônia Bertol**

Professora da UPF/RS/BR.  
sobertol@upf.br

Desde o ano de 1998, o dia 27 de novembro vem sendo comemorado no Brasil como o “Dia Nacional de Combate ao Câncer”, momento em que campanhas de conscientização sobre a necessidade de prevenção desta doença são levadas à população. No último ano, 2006, chamou a atenção o fato de o tema escolhido ser a *informação*: “*Câncer: a informação pode salvar vidas*”. Objeto de inúmeros estudos científicos no Brasil e no mundo, o câncer de mama feminina foi o segundo tipo de câncer mais incidente sobre a população brasileira – 49 mil novos casos em 2006. Objeto também de inúmeras ocorrências na mídia massiva, ainda percebemos, entretanto, a necessidade de relacionar o conhecimento sobre prevenção e diagnóstico precoce com a redução nas taxas de mortalidade e incidência da doença. Gratifica-nos imensamente, portanto, que este tema de saúde, o câncer em geral, e o câncer de mama em particular, venha sendo pensado também sob o viés da “informação”.

A pedra fundamental da Comunicação da Saúde é considerado o *Stanford Heart Disease Prevention Program*, dirigido pelo cardiologista Jack Farquhar e pelo professor de comunicação Nathan Maccoby, em 1971, programa que, baseando-se na aplicação da Teoria do Aprendizado Social, da Teoria do Marketing Social e da Teoria da Difusão de Inovações, utilizou mensagens de prevenção de doenças do coração na mídia massiva. Este programa não apenas mudou comportamentos de risco dos indivíduos, mas também criou normas na comunidade para promover a saúde do coração, normas que significaram uma revolução no estilo de vida daquela comunidade e levaram a números decrescentes nas taxas de mortalidade. Desde então, diversos outros programas bem sucedidos seguiram o mesmo modelo, sedimentando um campo em franco desenvolvimento – a Comunicação da Saúde.

Ao se pensar na saúde, passou a se levar em conta aspectos mais globais, como alimentação, moradia, segurança, educação, nível sócio-econômico, ecossistema, justiça social, igualdade e paz. Na agenda contemporânea dos temas de saúde, vêm fazendo parte a promoção e fomento da adoção e manutenção de estilos de vida saudáveis por parte da população. Sendo assim, a idéia presente hoje que sintetiza o conceito de saúde adotado pela Organização Mundial da Saúde, é de que a saúde é um estado de bem-estar positivo – associado à adoção de atitudes, potencialidades e qualidades e não à mera ausência de enfermidades, o que reforçou mais ainda a relevância dos programas comunicacionais, tendo a saúde encontrado na comunicação um componente fundamental e indispensável dentro desta sua nova visão.

Beltrán (2001) situou o ano de 1848 como de suma

importância dentro desta mesma visão, quando se promoveu um movimento de reforma no conceito tradicional da medicina praticada na Alemanha, que preconizava sua atuação como ciência social e difundia uma visão da saúde como algo da responsabilidade de todos, não apenas do médico, cabendo ao Estado o papel de assegurá-la. Este entrelaçamento entre o social e o biológico, entretanto, vem sendo reivindicado ainda hoje, como por exemplo no que expressa Berlinguer (1999, p.23):

Nessa passividade generalizada, que peso terão tido os silêncios interessados de quem detém o saber, o oportunismo de quem detém o poder (a começar pela Organização Mundial da Saúde), a cumplicidade da política e, afinal, as distorções das ciências médicas, fortemente avessas a reconhecer que a origem das doenças está, fundamentalmente, onde se entrelaçam o biológico e o social?

### Análise de Enquadramento

Esta é uma Teoria que considera os “atributos” que vão sendo dados às notícias, com a intenção de mantê-las vivas na mente do leitor. Pode ser entendida como o processo de estruturação das notícias no que se refere ao seu enfoque, onde diversas características vão sendo enfatizadas durante o período de vida de determinado evento, ocupando-se de “como” este evento está sendo (ou foi) coberto pela mídia. “Framing Theory expande-se para além de ‘o que’ as pessoas falam ou pensam sobre alguma coisa para examinar ‘como’ elas pensam e falam” (Wicks, 2005, p. 339, tradução nossa). Ainda, Wicks afirma que

O enquadramento da mídia começa quando decisões são feitas em histórias que são cobertas e como elas serão tratadas. Isto envolve seleção e saliência colocando questões ou eventos em um campo de significados. Comunicadores profissionais selecionam aspectos particulares da realidade e então os salientam nas mensagens que eles produzem. (2005, p.340, tradução nossa)

No que se refere à área das notícias de saúde, inúmeros estudos vêm sendo realizados com o intuito de examinar seu enquadramento ou *framing* (Lima J, Siegel M, 1999; Menashe CL, Siegel M, 1998; Meyerowitz BE, Chaiken S, 1987). Lima e Siegel, por exemplo, dedicaram-se a encontrar o enquadramento das notícias publicadas na mídia acerca do debate nacional sobre o tabaco nos Estados Unidos, durante os anos de 1997-98. Através de uma análise de conteúdo aplicada em artigos extraídos do jornal *Washington Post*, os pesquisadores examinaram as principais tendências de enfoque destas notícias sobre o debate nacional das políticas do tabaco, considerado o debate mais importante sobre este tema na história recente dos Estados Unidos, estando presente nas

manchetes dos jornais quase que diariamente durante aquele período.

Por que a cobertura da mídia ao debate das políticas do tabaco durante 1997-1998 foi tão extensa, o modo pelo qual o problema do tabaco foi enquadrado durante este debate pode influenciar a formação das suas políticas de ação no futuro”, dizem os autores do estudo. (Lima & Siegel, 1999, p.247, tradução nossa)

O modo pelo qual a mídia cobria a questão do regulamento nacional do debate, portanto o seu *framing* ou seu enquadramento, fez os pesquisadores perceberem que o modo como os argumentos eram arranjados para definir o problema do tabaco no debate, não apenas sugeria aos responsáveis por suas políticas e ao público porque o problema do tabaco é importante, mas define as soluções apropriadas para o problema do tabaco.

Assim, um *frame* representa o modo como a mídia e os editores da mídia organizam e apresentam as questões que eles cobrem, e o modo como as audiências interpretam o que eles estão oferecendo. *Frames* ou enquadramentos são noções abstratas que servem para organizar ou estruturar significados sociais. *Framing Theory* ou Análise de Enquadramento também defende que a forma “como” algo é apresentado, influencia nas escolhas que as pessoas fazem. Segundo Gaye Tuchmann (1978, IX, tradução nossa),

Em 1954 o comitê de escuta do Exército de McCarthy moveu-se através dos estúdios de televisão da nação, substituindo novelas, shows e filmes. Eu era uma entre as tantas crianças que vinham para casa da escola para assistir aquela nova forma de seriado. Mais tarde eu ouvi os adultos discutindo a questão em reuniões familiares. Em 1966, parcialmente lembrando aquelas experiências e incitada pela preocupação com a Guerra do Vietnã, comecei a estudar notícias. Eu me dei conta de que as notícias da mídia estabelecem o enquadramento no qual cidadãos discutem eventos públicos e que a qualidade do debate cívico necessariamente depende da informação disponível. Desta forma, eu queria encontrar como os que trabalham com a notícia decidem o que a notícia é, porquê eles cobrem determinados tópicos e não outros, e como eles decidem o que eu e os outros queremos saber.

De acordo com Tuchman (1978), as notícias são uma janela do mundo e o discurso da mídia é parte de um processo pelo qual indivíduos constroem significados, e a opinião pública é parte de um processo pelo qual os jornalistas e/ou comunicadores desenvolvem e cristalizam significados no discurso público. “O enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e o

enquadramento das notícias é parte e parcela da realidade cotidiana [...] isto é uma característica essencial das notícias". (p.193, tradução nossa).

### Agenda Setting

Para muitos estudiosos, a Análise de Enquadramento compartilha uma fundação comum com a teoria da Agenda Setting, já que ambas basicamente envolvem o mesmo processo. Neste sentido, o primeiro nível da Agenda Setting é considerado como a transmissão da saliência de um objeto e o segundo nível é a saliência de seus atributos. Para Wicks (2005, p. 343, tradução nossa),

Os processos do primeiro e segundo níveis de agenda setting têm muito em comum. A idéia central é a mesma para agendas de atributos como o é para agendas de objetos: a saliência de elementos, objetos ou atributos na agenda da mídia influencia a saliência desses elementos na agenda do público.

Considera-se, portanto, como preocupação da Análise de Enquadramento a ênfase à atributos de questões presentes na mídia, e como preocupação da Agenda Setting a ênfase das próprias questões. Segundo McCombs e Chyi (2004, pp. 22-24, tradução nossa),

A proeminência de um objeto, a relativa importância de um objeto – uma questão pública, uma figura pública, ou qualquer outro tópico – na mídia ou

entre o público, tem sido o foco central da pesquisa em Agenda Setting. Uma suposição fundamental da teoria da Agenda Setting é que uma vez que um objeto aparece na agenda da mídia, o volume de sucessiva cobertura pela mídia aumenta sua proeminência. Empiricamente, a saliência/proeminência de um objeto na agenda midiática tipicamente é medida pelo volume de cobertura da mídia ao longo do tempo. Entretanto, o processo dinâmico no qual as notícias da mídia constroem a saliência de um tópico na agenda da mídia tem recebido pouca atenção. [...] Um desenvolvimento recente na pesquisa em Agenda Setting é ver a seleção de atributos-chave como enquadramento.

Segundo McCombs (1994), as notícias afetam as nossas vidas diárias, desde a maneira como nos vestimos para trabalhar, algumas vezes ao decidirmos o caminho que tomamos para ir ao trabalho, o que planejamos fazer no fim de semana, até nossos sentimentos de bem-estar ou de insegurança, nossa atenção sobre o mundo e nossas preocupações sobre as questões de todo dia são influenciadas pelas notícias diárias.

### Teoria do Aprendizado Social

Para a Teoria do Aprendizado Social, as pessoas não nascem com repertórios de comportamento, mas devem aprendê-lo, tanto por experiência direta quanto por observação. No aprendizado de um comportamento pela

Nº	Título	Revista Científica	Data de Publicação	PubMed
1	<b>Recreational Physical Activity and the risk of Breast Cancer in Postmenopausal Women</b>	JAMA The Journal of the American Medical Association	10/09/2003	02 anos AND cancer = 291 items; AND breast cancer = 78 items
9	<b>Breast self-examination and death from breast cancer: a meta-analysis</b>	British Journal of Cancer	2003 88 (7)	02 anos AND cancer = 2042 items; AND breast cancer = 435 items

Nº	Título	Jornal/Revista	Data de Publicação	LexisNexis
1	<b>But Will It Stop Cancer?</b>	The New York Times	01/11/2005	02 anos - AND cancer = 642 items; AND breast cancer = 420 items
9	<b>Toque não evita morte por câncer da mama</b>	Folha de São Paulo	02/04/2004	Não encontrado

<b>Análise de Enquadramento</b>	
Comportamento	
<b>Teorias</b>	Teoria do Aprendizado Social(Bandura,1977, 1994)
<b>Categorias</b>	- auto-eficácia;- mudança de comportamento;- experiências de segunda mão (vicárias);- modelos;- preocupação em aprender, reter e mudar o comportamento;- benefícios com o novo comportamento;- interação entre comportamento, fatores pessoais e ambiente;- instrução;- aprendizado, cognição;- incentivos;- habilidades.
<b>Questões</b>	- Há a proposição de auto-eficácia nos artigos?- Há uma clara influência nos artigos em termos de mudança de comportamento?-Há ênfase em processos vicários, simbólicos e auto-regulatórios?-Há uma clara preocupação sobre a aquisição e adoção de novos comportamentos?- Há modelos nos artigos, os quais exemplificam determinados padrões de comportamento?- O jargão/terminologia usado nos artigos demonstra benefícios em prevenir/promover a saúde?- Há uma clara percepção nos artigos sobre a interação entre comportamento, fatores pessoais e ambiente?- Os artigos podem instruir as pessoas?- A informação apresentada nos artigos pode servir como um guia para futuras ações?

experiência direta dos indivíduos, o modo considerado como mais rudimentar de fazê-lo é pelos efeitos positivos ou negativos de suas ações. As capacidades cognitivas habilitam os homens a reforçar ações em seu comportamento, moldando-as pelos resultados previstos. Aprender pelas consequências de suas ações inclui funções como a informativa, na qual os resultados de suas ações servem como guias para futuras ações; motivacional, na qual experiências passadas podem demonstrar que certas ações trazem certos benefícios; de reforço, ou seja, regulando o comportamento que já vinha sido aprendido (Bandura, 1977). Por outro lado, aprender através de um modelo tem sido visto como o modo no qual o comportamento humano mais tem sido aprendido, ou seja, pela observação dos outros, pelo seu exemplo.

Os componentes do processo de aprendizado observacional na análise do aprendizado social são: processo de atenção (no qual a mídia de massa prende nossa atenção, por exemplo); processo de retenção (padrões são representados na memória em forma simbólica); processo de reprodução matriz (convertendo representações simbólicas em ações apropriadas); e processo de motivação (incentivos). Segundo Bandura (1977, p.29, tradução nossa), “um modelo que repetidamente demonstra respostas desejadas, instrui outros a reproduzir seu comportamento”, o que estaremos tentando examinar também em nossa análise de conteúdo de nossos artigos científicos e jornalísticos sobre o câncer de mama,

isto é, se neles há esta proposição de aprendizado através de modelos de saúde.

A Teoria do Aprendizado Social de Albert Bandura é uma das teorias que mais comumente vêm sendo utilizadas ao definir como criar mensagens para motivar mudanças de comportamento relativas à saúde. Derivado desta teoria, portanto, o conceito de “auto-eficácia” é definido como a percepção da habilidade que o indivíduo tem para atingir um resultado através de sua própria ação.

### Amostragem

Os pares de artigos usados como unidades de análise neste estudo foram escolhidos a partir de uma busca intencional em jornais diários considerados de prestígio, com grande circulação e considerável influência em fixar a agenda dos demais meios de comunicação numa abrangência nacional, considerando-se o Brasil e os Estados Unidos, tanto em suas edições impressas quanto on-line, como aparece na tabela.

Nosso protocolo de busca nas bases de dados PubMed e Lexis Nexis utilizou as palavras chaves compostas pelo nome do periódico científico e câncer (no idioma Inglês, *cancer*), e imediatamente após câncer de mama (*breast cancer*); seguindo o mesmo critério para os artigos dos jornais diários, com a intenção de verificar a presença da doença “câncer” e da especificidade do “câncer de mama”. Estes dados utilizaremos para verificar a agen-

da dos periódicos, de acordo com o referencial oferecido pela Agenda Setting.

## Análise dos dados

### 1. Recreational Physical Activity and the risk of Breast Cancer in Postmenopausal Woman e But Will it Stop Cancer?

Os artigos acima citados, *Recreational Physical Activity and the risk of Breast Cancer in Postmenopausal Woman* (Atividade Física Recreacional e o risco de Câncer de Mama em mulheres na pós-menopausa) e *But Will it Stop Cancer?* (Isto irá evitar o câncer?) foram extraídos da revista científica JAMA, da American Medical Association, publicada em setembro de 2003, o primeiro, e da edição do dia 1º de novembro de 2005 do jornal *The New York Times*, o segundo.

Pela nossa proposta de evidenciar “o que” é dito nas revistas científicas, ou quais conteúdos ganham mais espaço e importância, como prevê a teoria da Agenda Setting, utilizamos um critério de busca através da base de dados PubMed para o artigo científico ora em análise, o que nos indicou, no período de tempo recortado de 2 anos, que 291 artigos trataram de cânceres em geral, enquanto 78 trataram de câncer de mama especificamente. A porcentagem é de 26,80% para o tópico “câncer de mama”.

Se o câncer de mama apareceu em mais de um quarto de todas as pesquisas médicas publicadas por JAMA em dois anos, o que nos realça a importância desta doença na saúde pública e na pesquisa médica, sua Agenda Setting foi também verificada no jornal diário *The New York Times*, através do critério de busca utilizado na base de dados Lexis Nexis, e indica que, novamente em dois anos, 642 artigos versaram sobre câncer, enquanto 420 preocuparam-se com o câncer de mama. Em números percentuais, 65,42% da cobertura do *New York Times* ocupou-se do câncer de mama, o que demonstra a ampla preocupação com este tema na mídia diária norte-americana, possivelmente justificada pela grande incidência da doença e também pelo número de mortes que ainda ocorrem devido a mesma.

Buscando a complementação com a Teoria da Agenda Setting, que verifica “o que” aparece nos textos que compõem nosso material de análise, iremos agora nos deter em “como” estes mesmos temas são alimentados, quais os principais enquadramentos que os fazem atraentes e vívidos aos leitores, seguindo o que nos orienta a Análise de Enquadramento, através da qual construímos nosso esquema interpretativo, começando pelos padrões de enfoque dominantes segundo a Teoria do Aprendizado Social, de Albert Bandura. Assim, tem-se como enquadramento de grande visibilidade neste artigo extraído de JAMA, a valorização da auto-eficácia, uma das categorias mais amplamente difundidas e conhecidas da teoria de Bandura, definida como a habilidade percebida para exercer controle pessoal. Ao longo do artigo *Atividades físicas de lazer e o risco de câncer de mama em*

*mulheres em pós-menopausa*, há uma defesa constante, comprovada cientificamente, de que exercícios físicos podem diminuir o risco de câncer de mama. Então as mulheres podem elas próprias prevenir-se contra a doença. O artigo privilegia uma das categorias fundamentais expressas no pensamento de Bandura: a auto-eficácia, um dos motivos mais fortes para a desejada mudança de comportamento – no caso, de prevenção da doença, ou de um comportamento sedentário para um comportamento saudável. O conceito de auto-eficácia, compreendido ainda como o processo através do qual os indivíduos percebem que controlam situações, aparece no artigo de JAMA ao “empurrar” o leitor a se exercitar. Um dos principais conceitos de Bandura, “auto-eficácia” é, neste caso, como que o coração do artigo, já que ensina ao leitor o “manejo” da saúde frente à doença.

### 2. Breast self-examination and death from breast cancer: a meta-analysis e Toque não evita morte por câncer da mama

*Breast self-examination and death from breast cancer: a meta-analysis* (Auto-exame da mama e morte por câncer de mama: uma meta-análise) e *Toque não evita morte por câncer da mama* constituem exemplos de comunicação primária, o primeiro, e de comunicação secundária, o segundo, como estamos considerando em nossa análise. Foram retirados da revista científica *British Journal of Cancer* e do jornal diário *Folha de São Paulo*, e publicados em 2003 e 2004, respectivamente.

De acordo com nosso protocolo de busca na base de dados PubMed, num período de dois anos, encontramos 2042 itens referindo-se à *cancer* (câncer) e 435 referindo-se à *breast cancer* (câncer de mama). Em termos percentuais, significa que, dos artigos que se ocuparam do tema “câncer” no período recortado, 21,30% trataram sobre câncer de mama. De acordo com o que preconiza a teoria da Agenda Setting, pode-se inferir a doença “câncer de mama” ganhou visibilidade nas páginas do *British Journal*, já que cerca de ¼ do conteúdo do mesmo, no período recortado de dois anos, dedicou-se ao câncer de mama, na disputa da agenda com todos os demais tipos de cânceres. O agendamento que este mesmo tema ganhou nas páginas do jornal *Folha de São Paulo*, entretanto, não pôde ser verificado através de nosso protocolo de busca, já que este jornal não é acessível através da base de dados Lexis Nexis.

No enquadramento “comportamento”, o qual representa uma das categorias basilares da Teoria do Aprendizado Social de Albert Bandura, encontramos grande evidência para a “mudança de comportamento”, já que o estudo do *British Journal of Cancer*, preocupado com três aspectos do auto-exame da mama: mulheres que praticam auto-exame da mama; mulheres que encontram seu câncer durante um de seus exames regulares; e mulheres que são ensinadas a fazer auto-exame da mama e aconselhadas a praticá-lo regularmente, provavelmente levará o (a) leitor (a) a repensar em sua postura de

prevenção ao câncer de mama. Assim, modelos de mulheres que participaram de todos os estudos que são revisados nesta meta-análise, certamente influenciarão uma mudança de comportamento.

Os modelos que aparecem aqui como um significativo enquadramento, levam a uma identificação dos leitores do artigo de comunicação primária com um dos tipos de experiência considerada no estudo. E todos estes modelos convergem no sentido da mudança de comportamento, com uma clara influência neste sentido, fazendo com que este enquadramento – mudança de comportamento – seja de fato o que prepondera no artigo do British Journal, como aparece em sua principal conclusão, a qual também terá um *framing* coincidente na matéria do jornal.

Se toda a meta-análise empreendida pelos pesquisadores teve sua determinação em buscar a relação entre o auto-exame da mama e a mortalidade por esta mesma doença, detendo-se para isto em importantes estudos com esta proposta realizados anteriormente, e teve como conclusão que o auto-exame da mama não é eficiente para salvar vidas, esta mesma idéia é apresentada no texto jornalístico da Folha de São Paulo, no qual o título já avisa: “Toque não evita morte por câncer da mama”. Parte dos estudos utilizados na meta-análise publicada pelo British Journal são citados na matéria da Folha, aqueles feitos na Rússia e na China e, somando-se aos mesmos a opinião de dois especialistas – um deles então presidente da Sociedade Brasileira de Mastologia, irão reforçar a conclusão do estudo. Assim, *mudança de comportamento* também prepondera no texto jornalístico: havia um tabu de que o auto-exame da mama seria protetor ao câncer de mama, o qual foi derrubado pelos estudos científicos, como bem explicita o mastologista José Luiz Barbosa Bevilacqua, do Hospital Sírio Libanês de São Paulo: “[...] além de mostrar a ineficácia para combater as mortes, os estudos revelam que o estímulo ao auto-exame leva a um aumento do número de biópsias desnecessárias e provoca ansiedade, depressão e medo nas mulheres.” (COLUCCI, 2004). Na sua proteção contra a doença, as mulheres são informadas de que deverão adotar um novo comportamento para proteger sua saúde, neste caso sendo sugeridos os exames mamográficos em idades mais precoces do que as que vinham sendo recomendadas até então: “Para ele, o ministério deveria reavaliar a indicação da mamografia apenas da faixa etária acima dos 50 anos porque há Estados, como o de São Paulo, em que o pico da incidência se dá antes, entre os 40 e os 49 anos.” (COLUCCI, 2004).

### Considerações finais

À luz do referencial utilizado, foi possível evidenciar convergências e divergências na maneira como cientistas e jornalistas divulgam as novidades da ciência, confirmando nossas predições de que a cultura científica e a cultura jornalística são diferentes em termos de objetivos, do entendimento do que seja “novidade” e da com-

petência das mídias em estruturar sentidos.

Neste estudo, nos questionamos se poderia haver uma uniformidade entre os modos como cientista e jornalista divulgam a ciência, mas, apesar de encontrarmos alguns enquadramentos essencialmente similares nos textos científicos e jornalísticos, estes apresentam-se de forma diferente, voltando-se aos seus respectivos públicos. Esta noção passa pela compreensão de que a Comunicação da Saúde é eficaz quando utiliza mecanismos distintos em sua divulgação, ora voltando-se aos pares, ora voltando-se ao público leigo em ciência ■ FAMECOS

### REFERÊNCIAS

- BANDURA, Albert. Social Cognitive Theory of Mass Communication. In: *Media Effects: advances in theory and research*. USA: Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, Hove, UK, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Social Learning Theory*. New Jersey: PRENTICE-HALL, INC. Englewood Cliffs, 1977.
- BELTRÁN, Luis Ramiro. La importancia de la comunicación en la promoción de la salud. In: *Midia e Saúde. Adamantina*: UNESCO/UMESP/FAI, 2001.
- \_\_\_\_\_. Promoción de la salud: uma estratégia revolucionária cifrada em la comunicación. In: *Comunicação e Sociedade*. São Paulo: Umesp, 2000, 35.
- BERLINGUER, Giovanni. *Globalização e saúde global*. Estudos Avançados. São Paulo: USP, n. 35, 13 v, jan.-abr. 1999.
- COLUCCI, Cláudia. *Toque não evita morte por câncer da mama*. In: Folha Online. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/noticias/ult263u3357.shtml>>. Acesso em: 02 abr. 2004.
- EPSTEIN, Isaac. *Gramática do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- \_\_\_\_\_. Os possíveis efeitos negativos devido à publicação prematura de notícia inesperada ou “novidade” na divulgação científica em medicina. O caso da bactéria Chlamydia. In: *Comunicação & Sociedade*, n.27, São Bernardo do Campo/SP: UMESP, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Divulgação científica*: 96 verbetes. Campinas, SP: Pontes, 2002.
- ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 1991.
- HACKSHAW, Allan. K.; PAUL, Elizabeth. A. Breast self-examination and death from breast cancer: a meta-analysis. In: *British Journal of Cancer*. (2003) 88, 1047-1053.

- HAIDER, Muhiuddin; KREPS, Gary L. Forty years of Diffusion of Innovations: utility and value in public health. In: *Journal of Health Communication*, Volume 9: 3-11, Taylor & Francis Group, 2004.
- JOURNAL of Health Communication. Disponível em: <<http://www.gwu.edu/~cih/journal/>>. Acesso em: 13 jan.2007.
- KEMP, Cláudio et al. *Quimioterapia e hormonioterapia no tratamento do câncer de mama*. São Paulo: Frôntis Editorial, 1999.
- KOLATA, Gina. *But will it stop cancer?* In: The New York Times. Tuesday, November 1, 2005.
- KUHN, Thomas S. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 2001, 6.ed.
- LIMA, J; SIEGEL, Michael. The tobacco settlement: an analysis of newspapers coverage of a national policy debate, 1997-98. In: *Tobacco Control*, 8 v; 247-253, 1999.
- McCOMBS, Maxwell; CHYI, H. Iris. Media Salience and the Process of Framing: Coverage of the Columbine School Shootings. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 81 v, n.1, 22-35, Spring 2004.
- McCOMBS, Maxwell. News influence on our pictures of the world. In: *Media Effects: advances in theory and research*. USA: Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, Hove, UK, 1994.
- MCTIERNAN, Anne. Recreational physical activity and the risk of breast cancer in postmenopausal women. In: *JAMA*, September 10, 2003. 290 v. n.10.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.
- MEIS, Leopoldo; LETA, Jaqueline. *O perfil da ciência brasileira*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996, p.13-37.
- MELO, José Marques de et al. *Mídia e Saúde*. Adamantina/SP: UMESP/UNESCO/FAI, 2001.
- \_\_\_\_\_. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 2.ed.
- MENASHE, Cláudia; SIEGEL, Michael. The power of a frame: an analysis of newspaper coverage of tobacco issues. United States, 1985-1996. In: *Journal of Health Communication*; 3: 307-25, Taylor & Francis Group, 1998.
- MEYEROWITZ, Beth; CHAIKEN, Shelly. The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 52:500-10, 1987.
- POPPER, Karl. *Science conjectures and refutations*. London: Routledge/Kegan, 1965.
- SOARES, Murilo Cesar. Análise de enquadramento. In: *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE MASTOLOGIA. Disponível em: <[http://www.sbmastologia.com.br/upload/sbm/comheca/projeto\\_diretrizes1.pdf](http://www.sbmastologia.com.br/upload/sbm/comheca/projeto_diretrizes1.pdf)>. Acesso em: 16 jan.2007.
- TUCHMAN, Gaye. *Making News*. A Study in the Construction of the Reality. New York: The Free Press; London: Collier Macmillan Publishers, 1978.
- WICKS, Robert H. Message Framing and Constructing Meaning: An Emerging Paradigm in Mass Communication Research. In: *Communication Yearbook* No. 29, Mahwah, New Jersey, London, 2005.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação de Massa*. Lisboa: Editorial Presença, 4.ed., 1995.