
Jornalismo especializado em saúde: pressupostos, características e definições¹

Amanda Souza de Miranda

Professora na Faculdade Ielusc – Joinville (SC)

Resumo

Apesar da vasta oferta de produtos nas mais diferentes mídias, o jornalismo especializado em saúde carece de uma formulação teórica que dê conta de suas especificidades enquanto fenômeno sociocultural. O objetivo deste trabalho é compreender **o que é, quem faz, para quem se faz e como é feito** o jornalismo especializado em saúde para além dos seus manuais e estudos normativos, traçando uma reflexão acerca de suas características singulares e distinções de outras narrativas que cercam a temática da saúde. Oferece-se, ainda, uma aproximação teórica com o conceito de hibridação cultural, que pode contribuir com a teorização acerca das diferentes especializações do jornalismo.

Palavras-chave

Jornalismo especializado em saúde; hibridação; teorias do jornalismo; comunicação em saúde.

1. Mapeando um campo em formação

Toda investigação parte de uma grande pergunta, que não necessariamente é a questão-problema da pesquisa, mas a tangencia em seus mais diversos aspectos. Entender o que é o jornalismo especializado em saúde é uma dessas grandes questões: muito embora os produtos na área se multipliquem, acarretando também uma ampliação nas reflexões acadêmicas, o campo ainda carece de discussões epistemológicas e teóricas acerca de sua formação e de suas definições centrais.

Caracterizado por sua interdisciplinaridade, bem mapeada nos estudos que se ocupam das discussões sobre o campo da comunicação em saúde (ver Araújo *et al*, 2007), o jornalismo especializado tem características muito peculiares, que merecem um esforço investigativo por parte de pesquisadores cujos objetos se encontram no campo da saúde e por aqueles cujo interesse está localizado no jornalismo. No geral, os textos que buscam refletir sobre o jornalismo e suas especializações são manuais práticos a serem utilizados

¹Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

por estudantes ou por profissionais, o que os afasta de discussões mais abstratas sobre articulações teóricas e seus desdobramentos.

Tavares (2009) traz uma reflexão sobre jornalismo especializado a partir da leitura de pesquisadores espanhóis, cuja trajetória de pesquisa no campo se mostra mais densa. Uma das abordagens oferecidas por tais estudiosos é justamente a “especialização pelos conteúdos”, que estaria indiretamente relacionado a “questões de consumo, de método e de linguagem, o que se observa também em outras perspectivas reflexivas”(Idem, p.119). No Brasil, por outro lado, a leitura se revela ainda fragmentada e com uma trajetória de produção que toma especialmente a mídia impressa como objeto central.

Neste texto, busco compartilhar pressupostos e definições que podem ser úteis à compreensão e a categorização do jornalismo especializado em saúde, mas também às teorias do jornalismo especializado, de um modo geral. A ideia é apontar para o fenômeno de hibridação (Canclini, 2013) como um processo sociocultural capaz de mixar distintos campos ao jornalismo, gerando produtos originais, com características próprias. Tal processo é tomado como um pressuposto acerca do jornalismo especializado em saúde, ou seja, parte-se da definição de que este é uma construção híbrida, mesclando processos e práticas da saúde com processos e práticas do jornalismo.

Outros parâmetros irão nos conduzir na busca de definições que contribuam com teorizações sobre este fenômeno híbrido. Para isso, parte-se de quatro perguntas acerca do objeto investigado: **o que é, quem faz, para quem se faz e como é feito** o jornalismo que elabora narrativas sobre a saúde, o corpo, a mente e, de um modo geral, sobre a vida? Estas questões irão conferir uma categorização útil a qualquer estudo que envolva estes campos ou que com ele dialogue.

2. Breve histórico do jornalismo especializado em saúde

Do ponto de vista da prática profissional da divulgação científica, Massarani e Moreira (2003, p.42) registram a segunda metade do século XIX como um “momento de otimismo em relação aos benefícios do progresso técnico” e como um ponto chave para o aprimoramento dessas atividades. Mais tarde, especialmente a partir de 1920, a profissionalização das comunidades científicas aumentaria ainda mais esse espaço discursivo e político de discussão da temas da saúde.

Nesse período, os assuntos relacionados à saúde já se encontravam ao popular. Os almanaques farmacêuticos, por exemplo, tinham grande penetração entre as camadas populares e, além de serem uma ferramenta de marketing para a implantação das farmácias de manipulação, também difundiam uma ideia de cuidado do corpo que começava a se consolidar. Nesse sentido, como registra Gomes (2006), o xarope, a pílula ou o elixir eram apresentados como uma promessa para a boa aparência e para o corpo saudável.

Considerado um dos embriões do jornalismo especializado em saúde, o almanaque marca uma transição da linguagem predominantemente científica para uma linguagem popular, disposta a dialogar com grupos sociais cujos saberes começavam a se abrir para a medicina. Esse formato acabou influenciando o discurso dos jornais impressos e, mais tarde, das rádios, produzindo um primeiro encontro midiático entre científico e popular.

Os sucessivos movimentos de especialização na ciência – que da clássica divisão entre ciências naturais e da sociedade passou a abarcar outras tantas – tiveram seu impacto também no jornalismo. Assim, ao longo do século XXI, as editorias de ciência passaram a se dividir em diferentes nichos de cobertura, como saúde, tecnologia e meio-ambiente. Este foi um movimento ao encontro de um público que também começava a se especializar e a se interessar por produtos adaptados às suas demandas.

Tal segmentação resultou na profissionalização dos jornalistas que atuavam em cada ramo da cobertura e também das suas fontes, mais adaptadas à visibilidade e projeção proporcionados pelo jornalismo. Ao mesmo tempo em que as discussões sobre saúde ganhavam espaço no debate público, seus personagens passavam a ter relevância na arena discursiva. Foi o caso, por exemplo, do médico e cientista José Reis, um dos principais nomes da divulgação científica no Brasil, que se tornou um comunicador e foi colunista de grandes jornais do país a partir da década de 1940.

Com o avanço da medicina e da especialização jornalística, a cobertura sobre a saúde ganhou espaço junto ao público. Na década de 1980, por exemplo, revistas como a *Superinteressante* tratavam do assunto sob a ótica da ciência, estabelecendo uma relação bastante próxima com os objetos da divulgação científica. Além disso, a cada vez mais expressiva popularização de produtos televisivos fez com que programas como *Fantástico*, por exemplo, abordassem assuntos da área. Ou seja, mesmo em veículos de caráter mais generalista, a saúde nunca deixou de ser tratada como pauta jornalística.

Olhar para esse fenômeno como objeto teórico, portanto, implica apreciar sua trajetória de construção e consolidação, que ocorre de forma paralela à preocupação social com questões relacionadas ao corpo e a saúde, fenômeno relativamente moderno. Como

texto cultural, os produtos jornalísticos emergem quando se tornam úteis e necessários à organização do cotidiano, tornando-se também um registro material das transformações sociais e culturais de um determinado tempo.

3.Hibridações no jornalismo especializado em saúde

É pressuposto deste trabalho compreender o jornalismo especializado em saúde como objeto da hibridação entre dois distintos campos e seus sucessivos movimentos de entrecruzamento. Um desses campos é a mídia, produtora de textos culturais e cuja atuação dá-se em torno de especificidades que resgataremos no ponto 4 deste estudo. Outro é o campo da saúde, aqui entendido como lócus de ação e de efeito do saber-poder da medicina e da instituição científica (Foucault, 2010).

O conceito de hibridação aqui utilizado é o de Nestor Garcia Canclini, antropólogo, autor do clássico *Culturas Híbridas*. Nas páginas finais do seu livro, o autor registrou o grafite e os quadrinhos como “gêneros impuros”, “constitucionalmente híbridos”; “lugares de intersecção entre o visual e o literário, o culto e o popular, aproximando o artesanal da produção industrial e da circulação massiva” (Idem, p. 336). De acordo com a abordagem que se pretende discutir neste estudo, assim também é a prática jornalística, que em suas diferentes especializações opera segundo a lógica da popularização de saberes e conhecimentos específicos para vocacioná-los a um consumo massivo.

O universo do jornalismo está, então, repleto de produtos tomados pelo processo de hibridação, pois assim se encontra a base cultural sobre a qual a sociedade está estabelecida. No seu trato diário, lida com termos que parecem concorrer, mas, na verdade, complementam-se, tais como tradicional e moderno; culto, popular e massivo. O jornalismo especializado em saúde é fruto dessas dinâmicas e reorganizações, na medida em que sua função não é simplesmente reproduzir o conhecimento científico, mas apresentá-lo em outra roupagem, embalagem e estrutura narrativa.

Portanto, é ponto de partida deste estudo considerar que, em sua intersecção, os campos da saúde e do jornalismo criam uma narrativa híbrida, tensionada por uma forma e por uma estética que pertencem ao universo cultural e simbólico do popular; ao passo em que seu conteúdo é tributário de uma linguagem e de um saber respaldados pelo universo da ciência, não apenas erudito, como sustentado por uma tradição positivista. Esses permanentes contrastes não se dissolvem no momento da hibridação: ao contrário,

somam-se e originam um produto cujas características levam ao público um repertório que será copartícipe na sua produção de sentidos sobre o corpo, a saúde e a vida.

4. Definições

A partir do pressuposto de que o jornalismo especializado em saúde é resultado de processos de hibridação, é importante retomar a tentativa de defini-lo pensando em suas características particulares. Pois se considerarmos que produtos híbridos são originais, sua definição também deve tomar em conta suas particularidades e dinâmicas próprias.

A tentativa de definir o jornalismo especializado em saúde para além dos manuais profissionais se dará a partir de quatro questões centrais. A ideia é articular um conjunto de definições que identifique *quem* elabora seus produtos, *o que* é feito, *como* é feito e *para quem* é feito o jornalismo especializado em saúde. Com isso, objetiva-se contemplar diferentes momentos do fenômeno comunicacional (emissão, circulação e recepção), distinguindo o objeto do jornalismo a partir dos seus atores e produtos, que constituem narrativas cujos modos de produção e circulação são bastante específicos.

4.1 Quem faz e o que é feito

O jornalismo especializado em saúde é um campo que elabora narrativas sobre saúde a partir de lógicas de produção particulares e a partir da adesão ao mundo fático, ou seja, à realidade. Essas lógicas de produção delimitam *quem faz* o jornalismo especializado em saúde: os jornalistas (ou produtores de textos jornalísticos) e suas fontes. Os jornalistas e suas fontes, por sua vez, representam instituições, que se relacionam em movimentos de tensão e de dialogia, e cujos objetivos finais são sempre distintos: as instituições midiática e médico-científica.

A instituição midiática projeta-se como um sistema que abriga empresas de diferentes portes e configurações. As empresas públicas, por exemplo, sejam elas estatais, comunitárias ou educativas, podem tratar a saúde a partir também do seu conceito público e universal e de suas aproximações com o Estado. Por outro lado, as empresas privadas, por estarem submetidas também a outras instituições, de onde surgem seus anunciantes, acabam construindo seus produtos com base em outros procedimentos e filtragens.

Reconhecer isso não significa dizer que as empresas privadas estão associadas a laboratórios farmacêuticos ou à indústria médica, mas sim vislumbrá-la enquanto um elemento de um complexo jogo de interesses que, de algum modo, pode interferir no

produto jornalístico, embora essa não seja nem de longe uma regra. Esta característica definidora é essencial para se destacar que, embora exista sempre um compromisso com o público, o produto jornalístico também surge cercado de interesses comerciais, em uma lógica empresarial.

A instituição médico-científica, por outro lado, é co-autora das narrativas do jornalismo especializado em saúde, seja por meio de suas fontes técnico-especializadas, seja por meio de suas ações que são permanentemente vigiadas e acompanhadas pelas instituições midiáticas. No caso da saúde, a instituição médico-hospitalar, historiografada por Michel Foucault em *O Nascimento da Clínica, História da Sexualidade e Microfísica do Poder*, entre outros, tem um papel de destaque na construção dos textos jornalísticos.

O filósofo evoca, em seus trabalhos, o saber médico como um dos motores da biopolítica, como um mecanismo de normalização e de ajustes de um corpo são, apto a ser motor de trabalho e desenvolvimento. A autoridade dos médicos e dos seus discursos alimenta a credibilidade dos produtos jornalísticos, fazendo com que a fonte da medicina seja um recurso imprescindível para as narrativas sobre saúde produzidas pelo jornalismo.

A adesão formal a autoridades da ciência e a mensageiros de uma ordem racional prevalece por razões históricas. Medina (2008) refletiu sobre as influências do pensamento de Augusto Comte e do positivismo nos modos de se fazer e de se pensar o jornalismo. Ao resgatar o cientificismo do século XVIII e a extrema valorização dos saberes e conhecimentos pautados na racionalidade, ela construiu uma crítica ao modo como um campo que deveria estar aberto a pluralidade constituiu alguns de seus vícios.

Das ordens imediatas nas editoriais dos meios de comunicação social às disciplinas acadêmicas do jornalismo, reproduzem-se em práticas profissionais os dogmas propostos por Augusto Comte: a aposta na objetividade da informação, seu realismo positivo, a afirmação de dados concretos de determinado fenômeno, a precisão da linguagem. Se visitarmos os manuais de imprensa, livros didáticos da ortodoxia comunicacional, lá estarão fixados os cânones dessa filosofia, posteriormente reafirmados pela sociologia funcionalista. (Medina, 2008, p.25).

Estas questões relacionadas ao *quem faz* evidentemente influenciam na construção das narrativas e na definição sobre *o que é feito*: uma narrativa que centra-se numa abordagem científica sobre o corpo e o modo como lidamos com ele. Tendo em conta o pressuposto já compartilhado de que o jornalismo especializado em saúde hibridiza processos e práticas da saúde com processos e práticas do jornalismo, entende-se que esta narrativa passa por reescritas até chegar a uma audiência heterogênea, processo este que entende-se como de tradução cultural.

Isso implica dizer que todo jornalista é um tradutor em potencial, estando a ideia de tradução relacionada à noção de que “tudo é tradução, pois o (re)escrito nunca é original – o que vemos são camadas discursivas que se desdobram em outras, de modo infundável” (SILVA e SOARES, 2013, p. 111). As camadas discursivas de um texto sobre saúde guardam aspectos relacionados às rotinas jornalísticas, ao lugar das fontes nesse processo e à forma como o jornalista visualiza o leitor de suas estórias. Guardam, também, aspectos relacionados a criação e a autoria nos momentos de tessitura da narrativa. Muito mais do que o gesto de transformar um fenômeno biológico em uma analogia, traduzir significa construir um texto outro.

Para além dos aspectos de produção do texto, outra discussão pertinente sobre o jornalismo especializado em saúde diz respeito à sua categorização. A relação entre informação e entretenimento também é clássica nesse tipo de produção, já que assuntos práticos exigem uma abordagem prática sobre o cotidiano. Nesse aspecto, a categorização primária do jornalismo especializado em saúde quanto ao gênero, no entendimento deste estudo, está associada ao jornalismo utilitário. Segundo Vaz (2013, p. 59), trata-se de uma atividade “que se propõe a elaborar uma informação útil, utilizável e prática”, estando conectada aos interesses da audiência, o que já indica que é originária de um conhecimento do público por parte do seu produtor. “A mensagem de cunho utilitário é uma espécie de munição que o indivíduo recebe para enfrentar a vida cotidiana” (Idem, p. 60).

Tal entendimento excluiria do jornalismo especializado em saúde, pautas sobre o sistema público de saúde, sua qualidade, gestão da saúde e etc, que estariam associados aos clássicos gêneros informativos, pertinentes a outras editorias que não diretamente a de saúde. Um bom exemplo é o da rede britânica BBC, que tem jornalistas especializados na cobertura do NHS (equivalente ao nosso Sistema Único de Saúde) e outros especialistas em pautas relacionadas à saúde na perspectiva do cuidado, da prevenção e das explicações e inovações científicas.

Apesar disso, entende-se que pautas sobre vacinas, sobre epidemias (como dengue ou zika vírus, por exemplo), sobre problemas enfrentados pelos usuários dos serviços de saúde também podem pertencer à categoria “jornalismo especializado em saúde”, justamente por terem como força motriz a preocupação premente com o corpo. Estas pautas, especialmente quando associadas a explicações que prevalecem no gênero utilitário, costumam contar com preocupações que transcendem do corpo biológico para o corpo social.

Pautas sobre saúde mental e sobre beleza também costumam compor o escopo do jornalismo especializado em saúde. O *Bem Estar*, exibido pela *Rede Globo*, é um bom exemplo disso. Tematizado como um programa de saúde, ele explora pautas diversificadas também voltadas aos cuidados estéticos e com a mente. Em ambos os casos, mais do que uma preocupação efetivamente científica, existe uma lógica cultural operando – a de que estamos todos sujeitos a problemas da modernidade, como expressos pelo ditado *mente sã, corpo são* ou pelas cada vez mais difundidas dietas e dicas de exercícios para a manutenção de um corpo belo.

A adesão a esses assuntos e pautas jornalísticas alimenta um nicho que vem sendo chamado por alguns teóricos de *lifestyle*. Em posição quase que dicotômica ao conceito de saúde pública – orientado para um bem estar geral -, este termo sugere uma preocupação mais subjetiva e individual com aspectos relacionados ao corpo, aos modos de vida, ao ambiente doméstico etc. Esse conceito assume muito aquilo que se entende como um ideal de “bem estar”, não só relacionado ao trato com o corpo, mas com os contextos nos quais esse corpo se insere e com os quais dialoga,

Na TV britânica, por exemplo, conteúdos associados ao *lifestyle* são comuns desde a década de 1980, e sua relação com os assuntos da saúde é inevitável. Beleza e culinária são questões sempre associadas a cuidados com o corpo e com uma boa dieta alimentar. O conteúdo, em sua maioria, é produzido com a ideia de orientar e oferecer dicas práticas para a audiência. Segundo Christensen (2016), a mídia é agente de praticamente tudo que é relacionado à saúde: descobertas científicas, recomendações e ideias para o entretenimento, guias de consumo, remédios caseiros – tudo com o objetivo de “educar” a audiência sobre saúde na mesma medida em que a abastece de entretenimento.

4.2 Para quem e como se faz

No geral, o jornalismo especializado em saúde é produzido para uma audiência ampla e heterogênea, o que indica que não deve ser pensado a partir do conceito de nicho ou segmentação, que particularizam universos de recepção tomando como base interesses em comum. Como já argumentamos, a saúde, entendida como regida pela instituição médico-científica e por consequência pela instituição hospitalar, é objeto de interesse da humanidade pelas inúmeras relações que evoca.

Os movimentos de segmentação podem tomar também a saúde como objeto, particularizando-a em produtos para audiências específicas – como sites que falam sobre saúde para veganos, para quem pratica exercícios físicos com frequência ou que dirigem suas narrativas para pacientes com diabetes ou outras doenças. Neste caso, quanto mais

específica é a audiência, mais segmentado será o produto. Apesar disso, a especialização se dá de forma diferenciada à segmentação.

As pautas de saúde estão relacionadas, de certo modo, a uma preocupação pedagógica e preventiva. Mesmo os assuntos cuja abordagem científica predomina quase sempre vêm com a proposta de um senso de utilidade, ou seja, de gerar no receptor, *para quem* o produto é feito, uma sensação de recompensa, de promover e produzir um saber. Esta é uma característica reveladora, pois destaca um reconhecimento de que o público se preocupa com o corpo e a saúde, o que torna a pauta rentável, ao mesmo tempo em que posiciona o veículo como estando voltado ao interesse público.

Questões de endereçamento também são igualmente importantes para as definições do jornalismo especializado em saúde. Entender com quem ele dialoga e para quem ele fala, seja um texto elaborado por empresa pública ou comercial, é uma forma genuína de dar conta de suas especificidades. Neste aspecto, pensar a narrativa noticiosa como texto que circula para atingir uma audiência plural e heterogênea, não segmentada, é uma forma de compreender a saúde como preocupação de todos, ainda que diferentes grupos sociais tenham diferentes preocupações quanto ao corpo, à mente, à vida e à morte.

Diferentemente do que ocorre com o jornalismo científico, por exemplo, que é voltado a um consumidor que se interessa por temas da área ou tem algum envolvimento com seus desdobramentos, as narrativas do jornalismo especializado em saúde se dirigem ao leitor comum, por isso ganham espaços em produtos também generalistas. A audiência plural e heterogênea é o que constitui produtos cada vez mais populares, que se alimentam do conteúdo médico-científico, mas se transformam para chegar ao ponto de destino.

Tais questões estão diretamente inseridas nas rotinas de produção jornalísticas, pois os jornalistas projetam uma audiência para suas narrativas. O leitor imaginado (Storch 2012) é uma entidade presente como estruturadora de um discurso que é materializado, guardando marcas dos seus processos produtivos. Por isso é tão comum que textos sobre saúde que tratam de algum fenômeno científico ou biológico se utilize de metáforas ou analogias com situações do cotidiano, transformando seu conhecimento em algo mais *fácil*, mais *acessível*, mais *popular*. A ideia de dialogar com diversos públicos tende a afastar leitores muito especializados, que acabam procurando outras narrativas para se informarem. A ideia de atrair um público maior ao consumo e, por isso, elaborar produtos com uma linguagem mais simples, é útil também por questões mercadológicas, para garantir uma maior circulação e audiência.

Alguns aspectos produtivos relacionadas ao jornalismo especializado em saúde são mapeados por uma experiência etnográfica no programa *Bem Estar* (Miranda, 2018), exibido pela *Rede Globo*, que trata diariamente de pautas sobre saúde, mesclando o

gênero informativo ao opinativo na construção do gênero utilitário, com a presença de médicos-consultores. A partir de entrevistas e de observação, o *como é feito* registra uma série de especificidades da mídia televisiva, como preocupação com as imagens, com a desenvoltura das fontes e com a construção estética de uma narrativa atrativa à audiência, mas também traz em seu bojo questões que extrapolam a mídia.

Uma dessas questões é justamente a centralidade oferecida ao saber médico e a dependência da medicina para construir-se como um produto crível à audiência. A ênfase na “medicina baseada em evidência” e a parceria desenvolvida com médicos reconhecidos em suas áreas de atuação dão pouca margem à emergência de outros discursos. Evidentemente, trata-se de uma característica desse programa, mas é um fenômeno que tende a se repetir em outros produtos, de outras mídias.

O *como é feito* também pode ser diretamente relacionado às instituições que regem o jornalismo especializado em saúde. Seus diálogos e interações, seja em processos de sinergia ou de afastamento, incidem diretamente no material que circula social e culturalmente. Quando as instituições midiáticas e médico-científica se aproximam, a narrativa tende a manter-se dentro do que Clavreul (1983) chama de ordem médica, mas incorpora elementos da cultura midiática, em sucessivas reescritas estéticas. Quando se afastam, o gênero utilitário deixa de predominar para que o informativo assuma o papel de narrador central das histórias sobre saúde: como no caso de uma reportagem do *The New York Times*² que circulou em 2017, questionando a penetração de alimentos industrializados junto a populações de baixa renda.

5. Considerações finais

Definir o jornalismo especializado em saúde é tarefa complexa, considerando a diversidade de produtos jornalísticos que circulam com essa categorização. Entender que determinadas categorias não se equivalem – tais como especialização, nicho e editoria, por exemplo – também é um desafio para que se teorize acerca desses objetos. Entretanto, vislumbrar esses produtos a partir de dinâmicas que são comuns a todos eles, com a compreensão do fenômeno comunicacional e seus momentos de emissão, circulação e recepção, é tarefa preliminar para dar conta de formulações teóricas mais evidentes.

Esse exercício pode ser feito para além da empiria e se resume à ideia de levar em conta que processos e práticas do jornalismo na produção de suas narrativas são sempre

² Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/09/16/health/brasil-junk-food.html>

diferentes de processos e práticas de outros campos produtores de narrativa. Um texto didático de prevenção fornecido por uma secretaria da saúde, por exemplo, tem diferentes condições de produção e circulação, logo, não podem ser encarados como objetos equivalentes.

Do mesmo modo, é importante que teóricos do campo da saúde, ao fazerem suas críticas aos produtos jornalísticos, tenham em conta que, embora exista um ideal normativo de que notícias sirvam ao público, esta não é a tônica que prevalece no modelo brasileiro, fartamente regido por instituições privadas, repletas de anúncios da indústria farmacêutica, alimentícia e afins. Compreender essas especificidades é assumir novos pontos de partida: por exemplo, a de que a prevenção ou a preocupação pedagógica podem se manifestar nos produtos jornalísticos, mas não são seu objetivo único, nem mesmo preferencial.

O jornalismo especializado em saúde é, dentro de todas as complexidades e desdobramentos que incidiriam nessa frase, um produto da cultura, regido pelas instituições midiáticas e médico-científicas e cujos produtos circulam tendo em conta o seu valor para a audiência e o que esta pode determinar em valor para as empresas que desenvolvem estes produtos. É, portanto, promotor de narrativas híbridas, nos quais as lógicas e processos da Saúde se encontram às lógicas e processos particulares do Jornalismo pela via do consumo.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, I.S; CARDOSO, J.M; LERNER, K. Comunicação e saúde: um olhar e uma prática de pesquisa. **ECO-PÓS**- Rio de Janeiro, v.10, n.1, pp.79-92 , 2007.

CANCLINI, N.G. **Culturas Híbridas** – estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

Clavreul, J. A ordem médica: poder e impotência do discurso médico. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CHRISTENSEN, C, L. The mediatization of health expertise: Health programmes on Danish public service television. **Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies** - London, Vol. 2, n. 11, pp. 204–216, 2016.

FOUCAULT, M. Crise da medicina e da antimedicina. In: **Verve**, Porto Alegre, n 18, p. 167-194, 2010.

GOMES M. L. **Vendendo saúde!** Revisitando os antigos almanaques de farmácia. *História, Ciência e Saúde – Rio de Janeiro*, v13, p 1007 – 18, 2006.

MASSARANI, L; MOREIRA, I, C. A divulgação científica no Rio de Janeiro: um passeio histórico e o contexto atual. **Revista Rio de Janeiro**, n. 11, set.-dez., 2003. Disponível em: http://www.forumrio.uerj.br/documentos/revista_11/11-Massarani.pdf. Acesso em: 15 de jun. de 2017.

MEDINA, C, C, A. **Ciência e Jornalismo:** da herança positiva ao diálogo dos afetos. São Paulo-SP: Summus Editorial, 2008. v. 1. 118p.

MIRANDA, A. **Narrativas híbridas do científico e do popular no jornalismo especializado em saúde.** 262 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, UFSC, Florianópolis, 2018.

SILVA, Gislene; SOARES, Rosana de Lima. O jornalismo como tradução: fabulação narrativa e imaginário social. **Galáxia** (São Paulo, online), n. 26, p.110-121, 2013.

STORCH, Laura. **O leitor imaginado no jornalismo de revista:** uma proposta metodológica. 2012. 174 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em comunicação**, Rio Grande do Sul, n. 5, p.115-133, maio 2009.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. **Jornalismo utilitário:** teoria e prática: fundamentos, história e modalidades de serviço na imprensa brasileira. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo. / São Paulo. p. 221. 2013.