



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A COMUNICAÇÃO SOBRE SAÚDE NO RÁDIO¹

Nicolau José Carvalho **MARANINI**
Doutor em Comunicação
Universidade Gama Filho

Resumo

Analisa-se o percurso das notícias sobre saúde veiculadas nas emissoras de rádio do Rio de Janeiro, utilizando como base metodológica a análise de conteúdo. Apresenta-se o histórico da relação entre as emissoras de rádio, a divulgação científica no Brasil e a análise dos tipos de notícias e de todos os profissionais envolvidos. Analisa-se, ainda, a comunicação científica e os vários tipos utilizados por cientistas, identificando-se, então, informações jornalísticas das emissoras de rádio que permitem uma sinalização do tratamento e do processo de divulgação científica no Brasil. O resultado é a pouca utilização da comunicação primária como fonte de informação para os atores envolvidos dentro do campo jornalístico.

**SAÚDE E MÍDIA
COMUNICAÇÃO E SAÚDE
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA**

INTRODUÇÃO

O estudo sobre saúde nos veículos de comunicação tem ganho importância nos últimos anos e muitos motivos levam a esse aumento do espaço na mídia que a ciência vem conquistando. Podemos citar o caso da incidência de doenças, dadas como erradicadas, que tem despertado discussões a respeito do tema; a preocupação crescente em relação os cuidados com a saúde por parte da sociedade ocupa espaços crescentes; toda a polêmica envolvendo a política de produção nacional de remédios com a "queda de braço" entre governo e laboratórios. O principal objetivo desta pesquisa é examinar o tratamento da saúde nos meios eletrônicos de comunicação do Rio de Janeiro - rádios AMs e FMs.

A proposta deste trabalho surgiu a partir do *Comsalud*, que compreende investigação integrada sobre a cobertura do tema *Saúde nos meios de comunicação* em diversos países da América Latina. No Brasil, o *Projeto Comsalud* foi realizado no Brasil por uma equipe

¹ Trabalho apresentado no NP09 – Núcleo de Pesquisa Comunicação Científica e Ambiental, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

de investigadores com alunos que são professores e profissionais da comunicação em três universidades, sendo duas no estado de São Paulo, a Universidade Metodista de São Paulo e a Universidade Estadual de Campinas, e uma do Rio de Janeiro, a Universidade Gama Filho.

Ainda são poucos os estudos profundos neste setor e existe uma real necessidade de estudos analíticos sobre o assunto para que possamos, com maior número de dados e com novas informações, descrever como ocorrem as distorções e inadequações na transmissão da informação da fonte ao público através da mediação do divulgador.

A base desta análise é a matriz desenvolvida por Epstein, conforme **TABELA 1**:

	VERTENTE TEÓRICA	COMUNICAÇÃO PRIMÁRIA	COMUNICAÇÃO SECUNDÁRIA
Funções da Linguagem (Jakobson, p.129)	Linguística	Referencial	Referencial, Fática, Emotiva, Estética
Signos	Semiótica	Unívocos (Eco, 1974)	Plurívocos (Marcus, 1974, p. 83-96)
Língua	Semiótica	Idioleto - tradução (Barthes, 1970, p. 23)	Intersemiótica - Natural (Jakobson, 1969) (Jacobi; Schiele, 1988)
Juízo	Filosofia	Apodíctico	De Valor, Problemático (Kuhn, 1978)
Etos	Etologia	da Comunidade de Cientistas (Merton, 1967)	Dos Jornalistas
Conceito de Novidade		Sujeita à Corroção (Popper, 1965)	Como Evento Inesperado (Wolf, 1996)
Tempo		Normal da Pesquisa	Do Fechamento das Edições
Semiótica (Hjelmslev, 1975, p. 212-219)	Semiótica	Denotativa	Conotativa
Discurso	Competente	Legitimador	Obstáculo na Interface
Controle de Qualidade	Sociologia	Pela Revisão dos Pares	Pela Editoria e pelo Mercado
Mídia		Segmentada	Massiva
Deontologia		Tendência a Normalização por Critérios Internos	Flexível, Influenciada pelo Público

As fontes iniciais de hipóteses originaram-se dos resultados dos trabalhos desenvolvidos pelo Grupo *Comsalud*:



- admitindo que existe disponibilidade de material de comunicação primária de saúde, as emissoras de rádio no Rio de Janeiro veiculam baixo percentual de informações sobre o tema em sua grade de programação;
- existem inadequações e distorções que interferem diretamente na eficácia do processo comunicacional do tema saúde nos meios eletrônicos de rádio no Rio de Janeiro. Quais os fatores que levam este tipo de mídia a dar um tratamento superficial à divulgação da saúde do País? Qual a natureza destas inadequações?

ABORDAGEM METODOLÓGICA

A vertente epistemológica utilizada foi a de trabalhar com a interdisciplinaridade, conforme o desenvolvimento da pesquisa, realizada em diversas fases: (1) levantamento de estudos acadêmicos publicados em livros, revistas, teses, dissertações e seminários; (2) entrevistas semi-estruturadas, em profundidade, com professores, pesquisadores, jornalistas e produtores dos institutos de pesquisas; (3) análise de conteúdo na primeira interface entre produtores dos institutos de pesquisas e jornalistas das emissoras analisadas; (4) entrevistas estruturadas, em profundidade, com os jornalistas das emissoras analisadas, visando à verificação de valores, tempo e ética e a conferência com a fonte; (5) análise de conteúdo na segunda interface, efeito agenda *setting* e entre os jornalistas das emissoras analisadas; (6) jornalismo comparado entre o material coletado nas emissoras de rádio analisadas.

O trabalho foi realizado em duas etapas. Na primeira, com o uso de pesquisas exploratórias, para a construção de um *corpus*, que serviu como base de estudo. Na segunda, uma metodologia de análise de conteúdo e de entrevistas estruturadas.

POPULAÇÃO E AMOSTRA

No caso, foram escolhidas cinco emissoras de rádio do Rio de Janeiro, que ocupam as primeiras posições do *ranking* segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) e a soma dos índices de audiência supera os 50% dos ouvintes por



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

minuto em toda a categoria de rádio. Foram quatro emissoras de Amplitude Modulada (AM) e uma de Freqüência Modulada (FM). Nosso propósito era trabalhar com as quatro emissoras FM - O Dia, 98, Melodia e JB - sendo que depois da pesquisa exploratória verificamos a falta de material jornalístico para prosseguirmos com a pesquisa em três emissoras, e por isso concentramo-nos, na freqüência modulada na JB, onde existia material suficiente para que a emissora pudesse ser enquadrada na pesquisa.

Informações sobre as emissoras escolhidas estão na **TABELA 2**:

AMPLITUDE MODULADA (AM)	
Rádio Globo	44%
Rádio Tupi	26%
Rádio CBN	6%
Nacional	5%
Total	81%
Nº ouvintes por minuto	752 mil
Fonte: IBOPE, jan. 2000	

FREQUÊNCIA MODULADA (FM)	
Dia FM	25%
98 FM	13%
Melodia	11%
JB FM	6%
Total	55%
Nº ouvintes por minuto	683 mil
Fonte: IBOPE, jan. 2000	

O tempo total de análise do material foi de 55 dias: 11/07 de 2000 a 15/07/2000; de 17/07/2000 a 29/07/2000; de 31/07/2000 a 10/08/2000; de 25/08/2000 a 31/07/2000; de 01/09/2000 a 02/09/2000; de 04/09/2000 a 06/09/2000 e de 08/09/2000 a 25/09/2000. As gravações foram feitas entre seis da manhã e 22 horas, com intervalos para a *Hora do Brasil*.

O RÁDIO E A EDUCAÇÃO

Com o surgimento do rádio, os intelectuais começam a imaginar o meio como enorme e eficaz maneira de educar seus ouvintes, com uma programação educativa em vários setores do conhecimento humano.

Brecht (1984) lembra que a radiodifusão, em sua primeira fase, teve como objetivo a substituição do teatro, da ópera, dos concertos, das conferências e da presença local. O novo meio foi visto "como um milagre libertador e considerado como um fator de cultura cujas repercussões na



vida cultural, política e econômica não puderam ser suficientemente avaliadas.” Esse autor acredita que o rádio sempre deveria empenhar-se para defender e assumir sua devida importância social, que, segundo ele, é usar o veículo em toda potencialidade, não só como meio de lazer e de entretenimento. A ligação com a realidade e a capacidade de influenciar deve ser colocada em prática em todos os momentos. O rádio seria o mais fabuloso aparato de comunicação, um sistema capaz de enviar e receber, não esgotando na tarefa de somente emitir e sim de usar o veículo como ferramenta ideológica. Todas as nossas instituições ideológicas acreditam que sua missão principal seja manter intranscendente o papel das ideologias, de acordo com um conceito de cultura segundo o qual sua configuração já está terminada e a cultura não tem necessidade de nenhum esforço criador continuado. (Brecht, 1984, p. 48).

Apesar de o Brasil do início do século XX apresentar-se social e economicamente em diferente nível da Europa e, principalmente, da Alemanha de Bertold Brecht, o pensamento no aproveitamento do rádio era convergente:

“... aqueles que demonstravam boa vontade em relação ao invento, julgavam-no capaz de coisas maravilhosas, sem, todavia, poderem precisar onde, quando e de que maneira se dariam os maravilhosos eventos ... A exemplo de todas as manifestações de cultura que exibem formas materiais, o rádio possuía um conjunto de características físicas que delimitavam desde logo, dentro de ampla e imprecisa faixa de alternativas, os usos que se lhe poderiam atribuir, abrindo destarte algumas perspectivas quanto a seus potenciais de aplicação.”

Ou, segundo Roquette-Pinto:

“Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realizada definitiva entre as nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias.” (Pereira, 1967, p. 48).

O marco da radiodifusão no Brasil é a entrada no ar da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Edgar Roquette Pinto e Henry Morize (que era diretor do Observatório Nacional), em 20 de abril de 1923, impondo à emissora cunho nitidamente educativo, sendo um empreendimento “*financiado*” por intelectuais e cientistas, com finalidades culturais, educativas e altruísticas. As sociedades eram um circuito fechado, de uma confraria de poucos, que lentamente foram aceitando mais pessoas e



terminaram, mais de 10 anos depois, abrindo suas portas para uma participação mais popular.

"No início, ouvia-se ópera, com discos emprestados pelos próprios ouvintes, recitais de poesias, concertos, palestras culturais etc., sempre uma programação muito 'seleta', apesar de Roquette Pinto estar convencido, desde o início, de que o rádio se transformaria num meio de comunicação de massa. E, devido a essa certeza e à vontade de divulgar a ciência pelas camadas populares, muitas iniciativas foram tomadas no sentido da implantação efetiva da radiodifusão no Brasil." (Ortriwano, 1982, p.40).

As emissoras que se estabeleceram, na década de 20, no Brasil, foram influenciadas pelas diretrizes de programas educativos e culturais enunciadas por Roquette Pinto. Os principais fatores foram o alto índice de analfabetismo, as grandes distâncias reforçadas pela ausência de um sistema de transporte eficiente e as dificuldades de comunicação entre as províncias (Moreira, 1999, p. 43). As idéias e os ideais de Roquette Pinto sempre tiveram a difusão/educação como objetivo principal, buscando servir como forma de contribuição para aumentar o nível intelectual e educativo das camadas populares: *"...talvez ele tenha sido o único brasileiro a realmente perceber toda a potencialidade do veículo rádio, de compreender suas possibilidades e eficácia como veículo de comunicação, principalmente como integrador dos indivíduos na sociedade..."* (Federico, 1982, p. 9).

A preocupação com a difusão da educação não era uma prerrogativa de Roquette Pinto. A emissora de Paulo Machado de Carvalho, Record de São Paulo, também introduziu, alguns anos mais tarde, uma programação com *"palestras instrutivas"*: *"... No distante 30 de novembro de 31, dávamos início a uma série de palestras culturais. O autor-apresentador era nada mais nada menos que Monteiro Lobato."* (Reis, 1976, p. 50-51).

A PROGRAMAÇÃO

Meditsch (1999, p. 155) revela que as emissoras da época tiveram que enfrentar um



problema de conteúdo para montar as grades das programações. As rádios travaram uma luta contra o silêncio e por isso as estações buscaram usar as formas já existentes de expressão: “*a rádio viveu então da leitura de jornais, poemas e trechos de obras literárias, da execução ao vivo de peças musicais por músicos contratados, da transmissão de espetáculos como concertos, óperas e peças teatrais, e ainda da abertura de seus microfones para conferências de intelectuais e eruditos.*”

A programação das emissoras incluía noticiosos jornalísticos, previsão do tempo, informativos da Academia Brasileira de Letras e Brasileira de Ciência, do Instituto Histórico e Geográfico, conferências e sessões de declamação, óperas completas, recitais de piano, violão, poesia e peças teatrais. Também foram introduzidas aulas de francês, português, geografia, História do Brasil, higiene, silvicultura, química, história natural e física. Os programas infantis também surgiram nesta época.

A ENTRADA DA PUBLICIDADE E OS NOVOS TEMPOS

O “*modelo*” rádio educativo e pouco participativo chegou na década de 30 e encontrou um novo caminho para trilhar: por uma questão de sobrevivência, foi obrigado a inserir em sua programação o espaço publicitário. Essa nova relação entre o emissor e o receptor deixa de ser uma relação paritária, entre iguais, e passa a ser um relacionamento de quem produz a mensagem com quem presumivelmente absorve o conteúdo, já que este fato é simultâneo à própria formação do público consumidor (tanto do veículo quanto de bens de consumo em geral). A formação do mercado de consumo brasileiro é desencadeada, também, pela injeção pela larga escala de aparelhos receptores e bens de consumo de grandes empresas estrangeiras, entre elas Westinghouse, a RCA e outras.

Roquette Pinto era radicalmente contra a publicidade no rádio e nunca permitiu qualquer tipo de mensagem comercial na emissora radiofônica até a sua transferência para o Ministério da Educação e Cultura, em 1936.

A entrada da publicidade no rádio provocou verdadeira metamorfose no veículo, até então, erudito, instrutivo, “*cultura*” e se transformou em popular, órgão de lazer e diversão. O rádio passou a se consolidar como meio de comunicação e veículo publicitário, lembrando que a publicidade no rádio entrou em vigor, oficialmente, através do Decreto-Lei Nº 2.111, de 1 de março de 1932. Logo, surgiram as primeiras polêmicas: “*o rádio deve educar o povo ou difundir formas*



inferiores de música, como samba e outros gêneros do folclore?’’
(Tavares, 1997, p. 55).

As mudanças no contexto econômico, político e social obrigaram a uma nova composição de força de propriedade: as associações e agremiações em rádio-sociedades e rádio-clubes, passaram a ter feição empresarial, levada a efeito por empresários ligados a conglomerados ou grupos econômicos e políticos. No Brasil, as emissoras de rádio começam a surgir das mais variadas formas, e intensidades, de pressão: o monopólio estabelecido pelas grandes redes e cadeias de rádio, que interfere no sentido de fortalecer esta ou aquela tendência no próprio modo de fazer rádio das emissoras isoladas; o controle do anunciante e das agências de propaganda, na medida em que é exercido o poder censitário sobre o conteúdo da programação (Federico, 1982, p. 62).

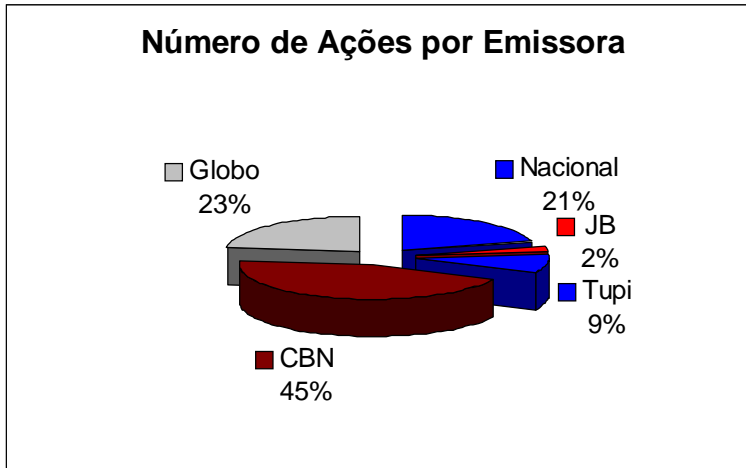
Assim, desde os seus primeiros passos, o rádio vem tentando encontrar a fórmula que possa equacionar o problema e solucionar as questões intermediárias: linguagem (a necessidade de estabelecer uma linguagem adequada ao veículo, exercida por pessoas competentes e que alcance eficazmente o público pretendido), representativamente (o rádio deve estabelecer vínculos com a comunidade, no sentido de ser percebido pela mesma como uma espécie de porta-voz, com referenciais confiáveis); e recursos financeiros (que pode determinar ou inviabilizar ações).

OS RESULTADOS DA PESQUISA

As informações apresentadas foram compiladas durante 55 dias nas emissoras de rádio Globo AM, CBN AM, Tupi AM, Nacional AM e JB FM. O período de seleção das notícias seguiu um critério adotado durante a elaboração do projeto e foi dividido entre os dias 11 a 31 de julho de 2000; de 01 a 10 de agosto, de 25 a 31 de agosto e de 1 a 9 de setembro e de 11 a 25 de setembro.

Foram registrados 247 casos que tratavam de saúde nos 55 dias da pesquisa, sendo que a CBN foi responsável por 113 intervenções, enquanto na Globo, houve 56, seguida da Nacional

GRÁFICO 1



Nacional, com 52, Tupi com 22 e a JB com 4. Em termos percentuais, o **GRÁFICO 1** registra a divisão.

Analisaremos o comportamento das intervenções em cada programa das respectivas emissoras estudadas.

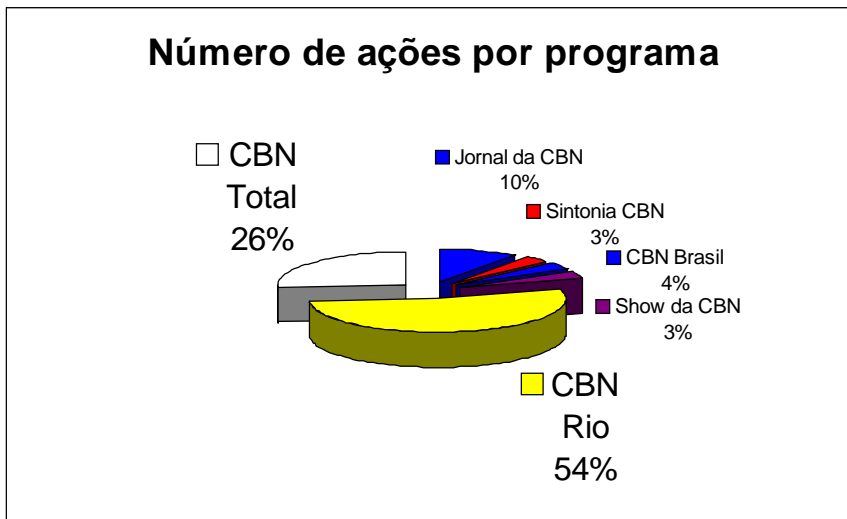


GRÁFICO 2



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Na CBN, das 113 intervenções, o programa local CBN Rio foi a que apresentou maior número com 62 casos, seguido da CBN total com 30, do Jornal da CBN com 11, da CBN Brasil com 4 e da Sintonia CBN e Show da CBN, cada um com 3, respectivamente. O

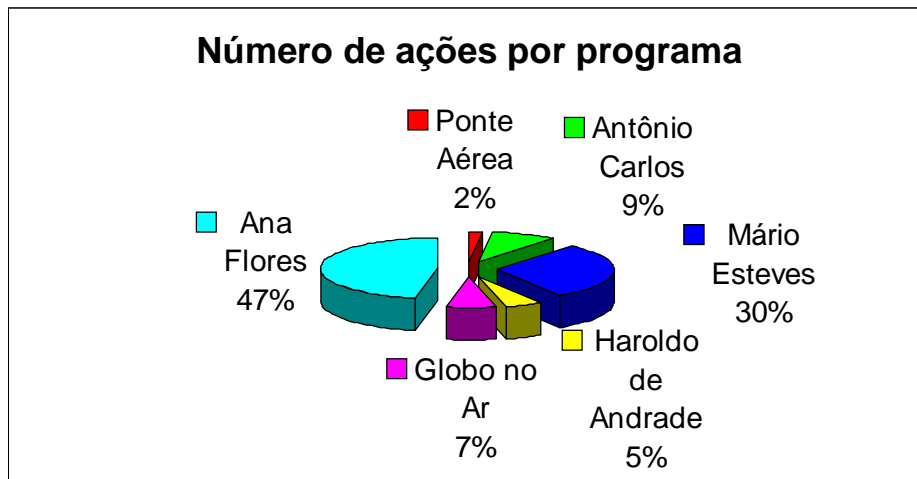


GRÁFICO 2 registra em termos percentuais:

GRÁFICO 3

Na rádio Globo o programa que é líder em ações é o da comunicadora Ana Flores com 26, seguido pelo do Mário Esteves com 17, do Antonio Carlos com 5, o informativo Globo no Ar com 4, Haroldo de Andrade com 3 e ponte Aérea com 1 caso. As divisões estão no **GRÁFICO 3**.

Na Rádio Nacional o programa líder é o Nacional Informa com 19 casos, seguido pela revista Brasil com 15, Daisy Lucidi com 7, Jornal Nacional com 5, e Manhã com Notícias e Revista Nacional com 2 respectivamente. O **GRÁFICO 4** demonstra em percentuais:

Na Rádio Tupi o programa Luiz de França apresenta 17 casos, contra 2 nos programas Fala Governador e Tupi Notícias e apenas um registro em Paulo Barbosa.

Na Rádio JB, o painel JB apresenta 2 casos e o JB *on line* e o JB informa uma intervenção, respectivamente.

Quando comparamos a incidências durante as faixas horárias, notamos que existe balanceamento das informações com 121 casos na parte da manhã e 136 na parte da tarde; sendo que durante o período da manhã existe um pico no horário das 10 horas. O mesmo



se repete às 14 horas. A emissora responsável pelo pico da manhã é a CBN, sendo que às 14 horas a Globo é que lidera.

Na questão do gênero jornalístico dividimos o estudo em editorial, entrevista, notícia, opinião programa especializado e reportagem. O gênero mais utilizado foi a entrevista com 136 casos, seguida de opinião com 46, notícia com 29, reportagem 16 e editorial e programa especializado com 1, respectivamente. No quesito opinião, vale a pena ressaltar que 45 intervenções foram feitas na CBN por um único programa diário chamado *Saúde em foco*. Este programa, um comentário do médico Vicente Amato, foi o responsável pelo maior volume de casos registrados pela CBN. Caso ele fosse eliminado do estudo, existiria um balanço no número de informações e tipos de gêneros entre as emissoras.

Emissora	Editorial	Entrevista	Notícia	Opinião	Programa Espec.	Reportagem
CBN	0	44	16	45	1	7
Globo	0	46	7	1	0	2
JB	0	0	4	0	0	0
Nacional	1	26	20	0	0	5
Tupi	0	20	0	0	0	2

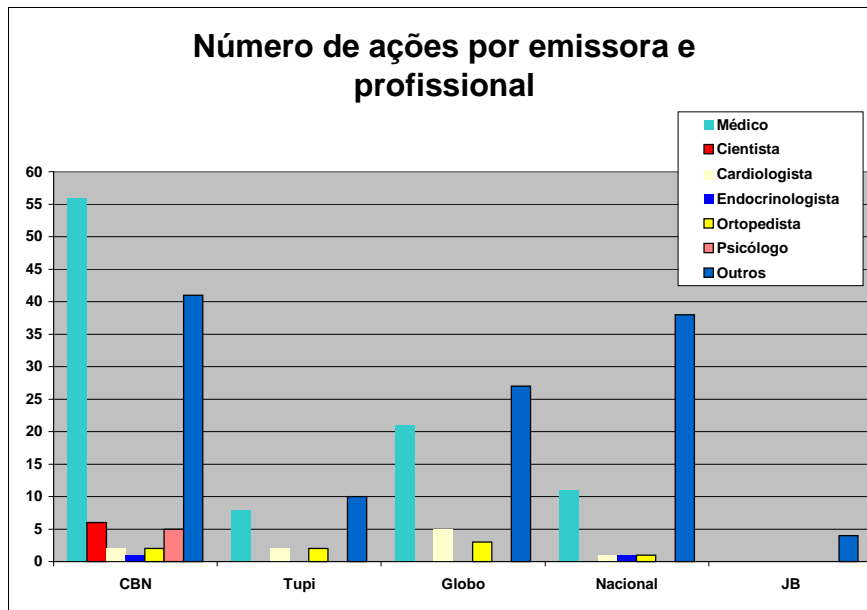
TABELA 3

Elaboramos um cruzamento de informações que envolvem as emissoras e as especialidades profissionais, dividindo-as em médicos, cientistas, cardiologistas, endocrinologista, ortopedista, psicólogos e outros (fisioterapeutas) A categoria dos entrevistados que apresenta maior incidência são os médicos com 96 incidências (fazer nota de rodapé), seguidos dos cardiologistas com 10 casos; ortopedista com 8, cientistas com 6; psicólogos com 5; endocrinologistas com 2 e outros com 120.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A CBN foi a emissora que mais entrevistou médicos, com 56 registros, seguida da Globo com 21, Nacional 11 e Tupi 8. A JB não registra nenhum tipo do gênero entrevista. Já no caso dos cardiologistas a Globo apresenta 5 casos, seguida da Tupi e CBN com 2 cada uma e a Nacional com 1 entrevistado. O mesmo



percentual refere-se no caso dos ortopedistas. A única emissora a

GRÁFICO 6

entrevistar cientistas e psicólogos é a CBN com 6 e 5 casos, respectivamente.

Analisamos os tempos utilizados pelas emissoras com o material sobre saúde e dividimos suas faixas da seguinte forma: menos de 1 minuto, 1 minuto, até 5 minutos, até 10 minutos e acima de 10'. O período de até 5 minutos foi o que registrou maior número de ações com 82, seguida de até 1 minuto com 69; até 10 minutos com 44; até um minuto com 32 e acima de 10 minutos com 20 casos. A CBN utiliza matérias com até 1 minuto em sua maioria - 60 casos-, seguida de até 10 minutos com 21, até 5 minutos com 10, acima de 10 com 17 e cinco registros com menos de 1 minuto.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A Globo prefere matérias com até 5 minutos - 44-, seguida de 6 casos com menos de 1 minuto, 4 com até 10 minutos, 2 registros de 1 minuto e nenhum com acima de 10.

Na Rádio Nacional existe um uso maior de matérias com menos de 1 minuto -17-, seguida de até 10 minutos - com 14 casos -, até 5 minutos com 12 intervenções e 6 com 1 minuto e três acima dos 10 minutos.

A Tupi acumula seus maiores índices com matérias até 5 minutos, com 16 casos, seguida de 5 intervenções de até 10 minutos e um caso até um minuto.

Na JB todas as matérias analisadas- 4- apresentam menos de 1 minuto de duração.

Elaboramos um cruzamento com o número de ações por descritores temáticos - ao todo são 41 temas e para efeito de estudo destacamos os 13 mais citados e os demais englobamos na categoria de outros. Os temas que mais citados são: acidentes, aids, avanços médicos, câncer, cardiovasculares, economia e saúde, enfermidades transmissíveis e não transmissíveis, eventos, fatores de risco, medicina tradicional, outras enfermidades, serviços de saúde e tabagismo.

Outras enfermidades, que classificamos como dor de cabeça, otite, enxaqueca, etc..., merecem o maior destaque das emissoras com 37 intervenções, seguida de enfermidades transmissíveis e não transmissíveis com 34 casos; Aids com 22; doenças cardíacas e serviços de saúde com 15; eventos com 12; fatores de risco com 10; câncer com 9; medicina tradicional com 8; tabagismo com 6; economia e saúde com 5, acidentes com 4 e outros com 63.

A CBN apresenta em seus 113 casos distribuídos com outras - com 33 intervenções, seguidas de Aids e enfermidades transmissíveis e não transmissíveis com 16, outras enfermidades com 10 câncer com 7, doenças cardíacas, economia e saúde e eventos com 5, avanços médicos e tabagismo com 3, acidentes, fatores de risco e medicina tradicional com 2.

A Rádio Globo tem 56 ações sendo outras com 17 casos, seguidas de outras enfermidades com 16, doenças cardíacas com 6, enfermidades transmissíveis e não transmissíveis e fatores de



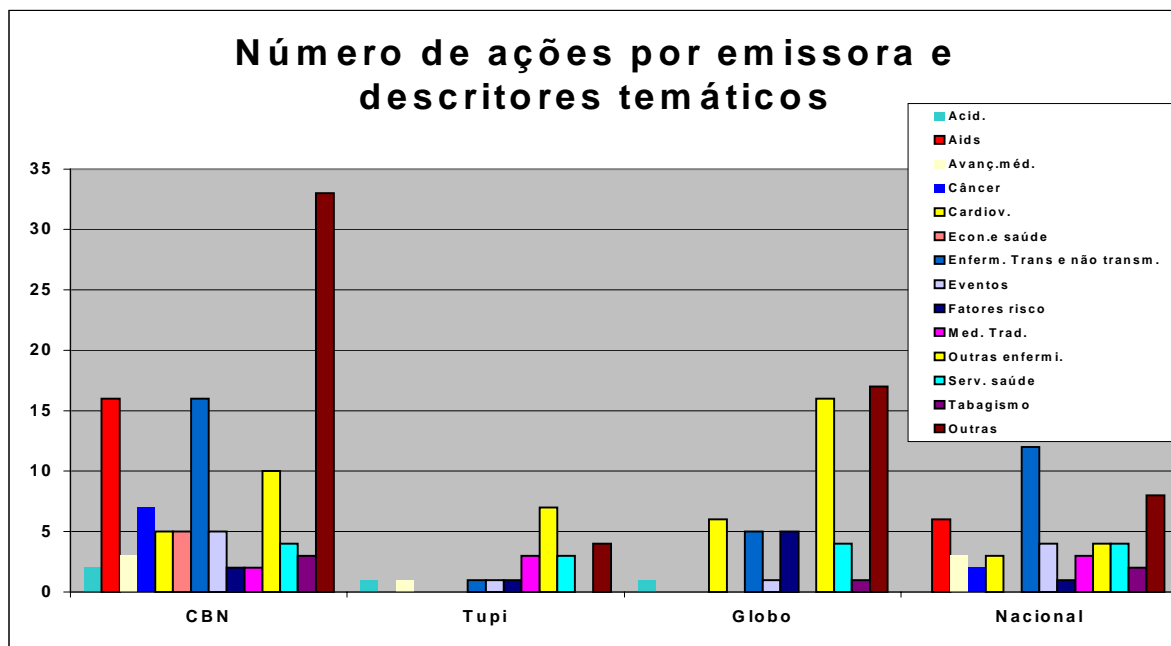
risco com 5 e serviços de saúde com 4, tabagismo, acidentes e eventos com 1.

Na Rádio Nacional as doenças transmissíveis e não transmissíveis apresentam 12 casos, seguidas de outras com 8, Aids com 6, eventos, outras enfermidades e serviços saúde com 4, avanços médicos, doenças cardíacas e medicina tradicional com 3, câncer e tabagismo com 2 e fatores de risco com 1.

A Rádio Tupi com 22 intervenções apresenta outras enfermidades com 7 casos, seguidos de outros com 4, medicina tradicional e serviços de saúde com 3 e acidentes, avanços médicos, enfermidades transmissíveis e não transmissíveis, eventos, fatores de risco e tabagismo com 1 caso.

Na JB os seus 4 casos foram distribuídos com 1 intervenção para doenças cardíacas, eventos, fatores de risco e outros.

GRÁFICO 8



A UTILIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO PRIMÁRIA COMO FONTE DE PESQUISA

O nosso objetivo, neste momento, foi descobrir, através dos dados conseguidos na pesquisa, como a comunicação primária é utilizada pelos profissionais das emissoras de rádio para elaborarem pautas e matérias jornalísticas, gerando, assim, a



comunicação secundária. Tínhamos que responder a indagação: quantos profissionais de saúde possuíam publicações técnicas de autoria própria sobre o que discursavam em suas entrevistas às rádios?

Observou-se que pouco mais de noventa pessoas falaram sobre temas relacionados à saúde nas emissoras escolhidas, dos 247 casos registrados. Mas desse montante, apenas trinta e cinco tiveram seus telefones divulgados pelos atuais produtores dos programas. De posse desses números partiu-se em busca do contato direto com as pessoas entrevistadas. E após diversas ligações telefônicas terem sido feitas, somente vinte profissionais, entre médicos, fonoaudiólogos e psicólogos - responderam a questão que se refere à autoria de publicações técnicas. Os outros quinze não puderam ser questionados.

As respostas indicam que os 90 profissionais correspondem a 36,43% dos 247 casos. Sendo que das 90 entrevistas - 35 médicos - foram registrados pela produção dos programas, o que equivale a 38,8% e destes 20 profissionais, cerca de 57,14% foram localizados por telefonemas e contactados. A resposta de quatro profissionais da área médica, cerca de 20%, é que possuem trabalhos de comunicação primária.

Os motivos que levaram os entrevistados a não responderem à pergunta foram os mais variados. Médicos muito ocupados e por isso sem tempo para falar sobre o tema, uns que estão sempre viajando e, portanto nunca são encontrados nos telefones indicados, alguns que se mudaram; para outros estados do país e ainda não têm telefones, além daqueles que simplesmente não fazem contato após os inúmeros recados deixados com suas respectivas secretárias. Tudo isso, é claro, sem contar com os números de telefone que chamam diversas vezes e ninguém atende ou com aqueles cujo recado transmitido pela secretária eletrônica não identifica o verdadeiro dono do aparelho.

CONCLUSÃO



A primeira trata-se de que é um trabalho inédito de pesquisa envolvendo o tema saúde e emissoras de rádio do Rio de Janeiro. Isto não chegou a dificultar a nossa produção, mas também não facilitou, porque não existia referencial para balizarmos alguns pontos. Em todas as etapas com o levantamento de dados, entrevistas e gravações com os profissionais envolvidos na pesquisa, emissoras de rádio, médicos, produtores, jornalistas, comunicadores, estudantes, ouvintes, institutos de pesquisa, só tivemos problemas em uma destas categorias: os médicos, que colocaram, em sua maioria, dificuldades para responder aos contatos e os questionamentos, conforme indicamos anteriormente.

Quando confrontamos as hipóteses defendidas no início deste trabalho com o resultados das pesquisas podemos chegar as seguintes conclusões:

Admitindo que existe uma disponibilidade de material de comunicação primária de saúde, as emissoras de rádio no Rio de Janeiro veiculam um baixo percentual de informações sobre o tema em sua grade de programação.

- Confirmamos que existe um farto material de comunicação primária no Rio de Janeiro, só a FIOCRUZ produziu em 2000, cerca de 4 mil trabalhos científicos.

- Sobre o baixo percentual de informações sobre o tema saúde em sua grade de programação, durante a pesquisa registramos 247 casos, entre as 5 emissoras pesquisadas, nos 55 dias escolhidos. A média é de 4 matérias/dia, o que consideramos um número razoável. Por isso, não entendemos que as emissoras de rádio veiculam um baixo número de informações sobre saúde. Pelo contrário, existe uma pré-disposição dos jornalistas, comunicadores, de todos os protagonistas envolvidos no processo, de que o tema saúde está ganhando cada vez mais espaço nas programações das emissoras pesquisadas.

Existem inadequações e distorções que interferem diretamente na eficácia do processo comunicacional do tema saúde nos meios eletrônicos de rádio no Rio de Janeiro. Quais os fatores que levam este tipo de mídia a dar um tratamento superficial à divulgação da Saúde do país? Qual a natureza destas inadequações?

Confirmamos que existem inadequações e distorções. As naturezas dessas inadequações são várias, que comprovamos na pesquisa:

- Os jornalistas não utilizam comunicação primária como fonte para elaboração de matérias e entrevistas;



- Os jornalistas utilizam como fonte para suas matérias comunicação secundária – materiais publicadas em jornais, revistas e internet;
- Os médicos entrevistados nos programas, em sua maioria, não produzem comunicação primária, sendo considerados generalistas, o que no jornalismo denomina-se de “*entrevistados de plantão*”, que ficam a disposição da mídia para “falar” sobre todos os assuntos;
- As emissoras de rádio “*não possuem opinião*” a respeito do tema saúde; sendo que é necessário rever o balanceamento dos tipos de gêneros mais utilizados, já que a entrevista é muito superior ao tipo notícia e reportagem;
- O baixo índice de reportagens demonstra que as emissoras de rádio não “*pensam*” matérias sobre saúde;
- Os jornalistas de rádio acreditam que divulgação científica está ligada ao ato de receber e enviar “*releases*”;
- Nas emissoras de rádio pesquisadas não existe nenhum profissional que tenha formação em **divulgação científica**;
- O tema de saúde com maior destaque na programação são doenças do dia-a-dia do ouvinte, como **dor de cabeça, otite e enxaqueca**, Isso demonstra a tendência atual das emissoras de rádio de prestação de serviços;
- Quase a totalidade dos temas foi tratada de forma **cognitiva**;
- Os médicos que foram entrevistados dominam as **técnicas de oralidade** e conhecem as características do veículo rádio;
- Os entrevistados demonstraram uma forte influência das emissoras e dos programas em suas rotinas, já que é elevado o percentual, cerca de 66,66%, de pessoas demonstrando vontade de **mudar seu modo de vida** em consequência das matérias;
- Os médicos que produzem comunicação primária não conseguem “*aparecer*” para os jornalistas e consequentemente não entram na agenda para entrevistas;
- A *agenda-setting* é caracterizada através da escolha da ordem do dia dos temas, assuntos e problemas e na hierarquia de importância e prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na ordem do dia;



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

REFERÊNCIAS

BRECHT, B. Teoría de la radio (1927-1932). In: BASSETS, L. De la ondas rojas a las radios libres. [S. l.: s.n], 1984.

EPSTEIN, I. Revoluções científicas. São Paulo: Ática, 1988.

_____: Comunicação e informação. **Revista da Fundação SEADE**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 60-68, 1996.

FEDERICO, M. E. B. História da comunicação: rádio e TV no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1982.

MEDITSCH, E. O rádio na era da informação. Coimbra: Minerva, 1999.

MOREIRA, S. V. O rádio chega ao século XXI: evolução das tecnologias e das leis nos EUA e no Brasil. 1999. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, 1999.

ORTRIWANO, G. S. A informação no rádio. 1982. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, 1982.

REIS, F. O rádio risonho e franco. Propaganda, n. 235, p. 50-51, fev. 1976.

TAVARES, R. C. Do galena ao digital desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Negócio, 1997.