



Observatório Saúde na Mídia: um olhar sobre o gênero editorial dos jornais Folha de Pernambuco e Jornal do Commercio.¹

Silvia Bezerra Santos²

Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães/Fundação Oswaldo Cruz, Recife, PE

Resumo

Este trabalho integra as atividades do *Observatório Saúde na Mídia*. É um estudo exploratório que analisa os editoriais de dois jornais pernambucanos sobre o tema saúde e o sistema único de saúde (SUS) no período de agosto a dezembro de 2010. O editorial é um dos gêneros primordiais do jornalismo, que expressa a opinião da empresa jornalística diante dos fatos de maior repercussão. O método consistiu na leitura crítica e analítica dos editoriais dos dois jornais, utilizando-se para a análise o método da Análise Social de Discurso. Pesquisa bibliográfica realizada revelou muitos estudos sobre o gênero, mas nenhum tendo a saúde como tema principal. A conclusão aponta para a importância da análise do gênero jornalístico para a compreensão dos sentidos produzidos na mídia impressa sobre a saúde o SUS.

Palavras chave: comunicação, mídia; saúde; observatório; sociedade.

Introdução

O projeto Observatório Saúde na Mídia integra as atividades de pesquisa do Laboratório de Comunicação e Saúde, do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica da Fundação Oswaldo Cruz (Laces/ICICT/Fiocruz). Com uma equipe multidisciplinar, o projeto teve início em 2008 e envolve, além do Icient, outras unidades da Fiocruz. Em Pernambuco, a coordenação é do Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, unidade da Fiocruz no Estado³.

O *Observatório Saúde na Mídia* tem, entre outros, o objetivo de propiciar uma vigilância crítica sobre os modos pelos quais os meios de comunicação produzem sentidos sobre o Sistema Único de Saúde (SUS) e temas específicos da saúde. Para tanto, realiza o monitoramento diário de alguns dos principais periódicos impressos de

¹ Trabalho apresentado no *GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade*, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Saúde Pública, jornalista do Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães/Fundação Oswaldo Cruz (CPqAM/Fiocruz). Coordenadora do Projeto *Observatório Saúde na Mídia* em Pernambuco. E-mail: sbsantos@cpqam.fiocruz.br

³ Neste trabalho contamos com a colaboração dos bolsistas Enrile Ribeiro e Debora Santana.



grande circulação em nosso país.⁴ Este monitoramento consiste na leitura dos jornais, seleção das matérias publicadas que abordam o tema *saúde e o Sistema Único de Saúde (SUS)* e a inclusão das informações referentes a estas matérias em um banco de dados, que tem por base a plataforma eletrônica do DATASUS/FormSUS.⁵

Para este trabalho, analisamos os editoriais sobre essa temática nos jornais pernambucanos *Folha de Pernambuco* e *Jornal do Commercio*,⁶ no período de agosto a dezembro de 2010, a partir do referencial teórico-metodológico da Semiologia dos Discursos Sociais.

A concepção de comunicação adotada é a do modelo do mercado simbólico, proposto por Araújo (2002), que pensa a comunicação como um grande espaço de negociação – um mercado simbólico – no qual bens simbólicos são produzidos, circulam e são apropriados. Nesse mercado, o que está sendo negociado, em última análise, é o poder simbólico, a prerrogativa de fazer ver e interpretar a realidade sob determinada ótica. A concorrência que se estabelece, então, é entre várias perspectivas possíveis sobre os fatos sociais e os agentes, perspectivas que resultarão em os diferentes de agir sobre a realidade. É um conceito baseado nas idéias de Verón, Bourdieu, Bakhtin e Foucault, que integra uma perspectiva de produção de sentidos envolvendo as noções de polifonia, contexto, concorrência discursiva, poder simbólico e lugar de interlocução.

Neste trabalho especificamente adotamos para análise o método de Análise Social de Discursos (Pinto, 1999; Araújo, 2000), que correlaciona os textos com suas condições de produção e circulação: condições sociais, econômicas, políticas, institucionais e situacionais. Nessa perspectiva, os conceitos de texto e contexto, ou seja, a contextualização como condição de produção de sentidos sociais, são fundamentais. O discurso - conjunto de textos articulados numa prática, a prática discursiva - é situado e o sistema produtivo dos discursos é constitutivo dos efeitos que produz.

⁴ No Rio de Janeiro: *O Globo* e *O Dia*; em São Paulo: *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*; em Brasília: *Correio Braziliense*; em Recife: *Jornal do Commercio* e *Folha de Pernambuco*.

⁵ FormSUS - Um serviço do DATASUS para a criação de formulários na WEB, de uso público, com Normas de Utilização definidas, compatíveis com a legislação e com a Política de Informação e Informática do SUS. Página: <http://w3.datasus.gov.br/formsus/formsus.php>

⁶ Pernambuco tem três grandes jornais diários: *Jornal do Commercio (JC)*, *Diário de Pernambuco (DP)* e *Folha de Pernambuco*. Esse último segue uma linha editorial popular, diferentemente do JC, o mais vendido atualmente no Estado, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC). A escolha por esses dois veículos, portanto, se justifica pelas linhas e políticas editoriais distintas.

Ao sistema produtivo denominamos **contexto**, ou, em outros termos, o conjunto de variáveis que possibilitam a existência de uma enunciação, um texto, um discurso, mantendo com eles uma relação dialética de mútua constitutividade. (Araújo, 2009, p. 45)

Os contextos são campos de luta simbólica e, como tal, espaços onde os agentes desenvolvem estratégias de manutenção ou transformação da ordem dominante, seja econômica, política, ou discursiva.

Tais concepções são fundamentais para análise e compreensão do editorial, um dos gêneros primordiais do jornalismo impresso, pertencente à categoria de jornalismo opinativo. O editorial é um texto predominantemente argumentativo, voltado para a persuasão, para convencer o leitor sobre o ponto de vista defendido pela empresa jornalística. Para Beltrão (1980), o editorial “é a voz do jornal, sua tribuna”. Para Marques de Melo (1994), o “editorial é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento”. É, portanto, o gênero de maior responsabilidade discursiva da empresa jornalística dentre os diversos da esfera midiática.

É importante observar ainda a finalidade do discurso do editorial. Ainda de acordo com Beltrão (1980) ao manifestar sua opinião sobre os fatos, o grupo proprietário e administrador do jornal têm a intenção de “orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum”. Para o autor, o editorial tem a finalidade de aconselhar e dirigir a opinião dos leitores.

Marques de Melo (1994), porém, afirma que ao atribuir ao editorial o sentido de opinião da empresa jornalística é indispensável caracterizar as relações de propriedade existentes. De acordo com o autor, o editorial reflete não exatamente a opinião dos seus proprietários nominais, mas o consenso das opiniões de todos aqueles que participam da propriedade da organização, como os acionistas majoritários, os financiadores e os anunciantes:

Assim sendo, o editorial afigura-se como um espaço de contradições. Seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico. Sua vocação é a de aprender a conciliar os diferentes interesses que passam sua operação cotidiana (Melo, 1994, p.96).

Ainda de acordo com o autor, “embora se dirijam formalmente a opinião pública, na verdade encerram uma relação de diálogo com o Estado”. Concordando com Viggiano, Marques de Melo (1994) que diz que o editorial destina-se a uma determinada

classe de leitores, os empresários e políticos, e é por meio deles que as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos.

A idéia de que o editorial é dirigida a uma determina classe de leitores também é compartilhada por Carmo Chagas, ex-editor da Revista Veja,

(...) são pouquíssimos os leitores de editoriais, mas aprendi que eles são escritos exatamente para esses pouquíssimos leitores. Os empresários mais sólidos, os políticos mais perspicazes, os economistas mais consistentes, os intelectuais mais atentos constituem a elite interessada nas opiniões que aparece todo dia na imprensa. (Chagas et al, 1992, *apud* Silva, 2009, p. 91).

Sobre a estrutura dos editoriais, Beltrão (1980) afirma que o editorial tem estrutura rígida e simples, iniciando com o título, introdução, discussão e, por fim, a conclusão, que pode assumir diferentes modalidades: exortação, apelo, aviso, palavra de ordem, constatação pura e simples. “De qualquer modo, a conclusão, como o adverte Mostaza tem sempre de tomar partido, pois sua finalidade é aconselhar e dirigir a opinião dos leitores. Não se pode reservar: tem de decidir-se (...)” (Beltrão, 1980).

Em síntese, o editorial é singular, porque “estruturalmente, reproduz um modelo universal do discurso aristotélico; funcionalmente, orienta-se não como bussola da opinião pública e sim como conversação (ora matreira, ora ostensivamente ameaçadora) com os donos do poder” (Melo, 1998).

Sendo assim, a análise do gênero editorial nos permite observar “a opinião oficial da empresa”, ou na perspectiva do conceito de polifonia, é possível ouvir as diversas vozes que emergem dos textos sobre os temas da saúde e o SUS. Nesse trabalho, portanto, dirigimos o foco para o modo como os editoriais tratam os temas da saúde.

O período analisado, o segundo semestre de 2010, os meses de agosto a dezembro, os jornais *Folha de Pernambuco* e *Jornal do Commercio* apresentaram um total de 28 editoriais sobre o tema: 7 no JC e 21 na Folha (Tabela 1).

Jornal	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	total
JC	1	1	-	3	2	7
Folha	4	4	6	6	1	21
total	5	5	6	9	3	28

Tabela 1 – Quantitativo mensal dos editoriais sobre saúde o SUS de cada jornal analisado



O primeiro passo metodológico do estudo foi realizar uma pesquisa bibliográfica para conhecimento dos trabalhos existentes sobre o gênero priorizando aqueles que apresentavam como objeto de estudo exclusivamente os editoriais de jornais e revistas.. Não consideramos trabalhos que analisavam, em conjunto com o editorial, outros gêneros jornalísticos como capa, manchete e a seção carta do leitor ou até mesmo que analisavam os editoriais e reportagens, por exemplo.

A pesquisa foi realizada na internet, inicialmente no Google e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). No BDTD, foi feita a procura básica inicialmente com a palavra “editorial” resultando em 20 referencias, ou seja, 20 pesquisas, sendo 16 dissertações e quatro teses. Com o termo “editorial de jornal” encontramos mais quatro trabalhos sendo duas dissertações e duas teses. Com a palavra “carta ao leitor”, a pesquisa revelou apenas uma dissertação. A busca realizada no Google revelou mais oito trabalhos incluindo uma monografia, trabalhos participantes de congressos científicos e artigos.

A pesquisa bibliográfica na internet revelou 34 trabalhos científicos exclusivamente sobre editorias da mídia impressa, assim distribuídos: seis teses, 21 dissertações, cinco trabalhos participantes de eventos científicos, uma monografia e dois artigos (baseados em teses) publicados em revistas científicas. Dos 34 trabalhos, 26 foram desenvolvidos na área de Letras e apenas três trabalhos são oriundos área de Comunicação Social. Dois pertencem História, um a Ciência Política e um é uma dissertação em Arte Visual. (*Ver apêndice*).

A grande maioria analisa o gênero e suas repercussões em assuntos como religião, moda, ensino da língua portuguesa e política. Nenhum deles, entretanto, trata especificamente do tema saúde.

Um olhar sobre os editoriais.

Fundado em 03 de abril de 1998, o jornal *Folha de Pernambuco* pertence ao grupo pernambucano EQM, o maior produtor de açúcar de Pernambuco. O grupo EQM, iniciais do seu proprietário, Eduardo Queiroz Monteiro, possui, entre outros negócios, quatro usinas de açúcar e álcool espalhadas por Pernambuco, Maranhão, Tocantins e Mato Grosso. Além do jornal, integram o complexo de comunicação do grupo, a Rádio Folha FM e a Agência Nordeste de Notícias. Eduardo Queiroz Monteiro é irmão do

senador Armando de Queiroz Monteiro Neto presidente do PTB em Pernambuco e ex-presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

O *Jornal do Commercio* pertence ao grupo JCPM, formado também pelas iniciais do seu proprietário, o empresário João Carlos Paes Mendonça. De acordo com o site do grupo, o JCPM atua nos setores de comunicação, shopping centers (em Pernambuco, Bahia, Sergipe e São Paulo) e imobiliário. O Sistema Jornal do Commercio de Comunicação – formado por rádio AM e FM, jornal e TV - foi fundado em 1960 pelo então senador F. Pessoa de Queiroz, tendo sido adquirido pelo o empresário Paes Mendonça em 1987. É hoje a maior rede de comunicação do Estado.

Apesar de politicamente não pertencerem ao mesmo grupo político, os dois empresários fazem parte da elite econômica do Estado mantendo uma relação de amizade. Relação que torna-se clara em episódio acontecido em 2005, em que dono do JC, determinou a demissão sumária do então editor executivo do jornal por ter ele autorizado a publicação de matéria - distribuída pela Agência Folha, de São Paulo -, sobre uma operação do Ministério do Trabalho. Nessa ação onde foram libertadas mais de 1.200 trabalhadores que estavam sendo submetido a trabalho escravo em uma lavoura de cana-de-açúcar da Destilaria Gameleira, no município de Confresa (MT). As terras pertenciam a Eduardo Queiroz Monteiro. “A justificativa da demissão foi de que ele não devia ter sido publicado a notícia, pois isso estremecera a relação de amizade entre o empresário e o dono da *Folha de Pernambuco*”. (Pompéia; Sampaio, 2005).

A localização e apresentação gráfica das editorias nos dois jornais constituem também aspectos importantes de análise. No modelo teórico utilizado, as representações por meio da imagem são consideradas significativos dispositivos de enunciação. Os editoriais dos dois periódicos pertencem as editorias, que no JC é chamada “Opinião” e na Folha recebe o nome de “Cidadania”. Tais editorias reúnem além do editorial, os artigos de opinião, a charge e as cartas dos leitores. A charge, na Folha, é publicada na primeira página.

Na *Folha de Pernambuco*, a editoria Cidadania ocupa toda a página ímpar do primeiro caderno, com os gêneros assim distribuídos: o editorial fica localizado ao lado direito da página, tendo ao lado esquerdo a secção das cartas dos leitores. Em cima, na mesma linha do nome da editoria, a Folha de Pernambuco publica uma frase do dia. Abaixo do editorial localiza-se o único artigo de opinião publicado diariamente. (Figura 1).



Já o *Jornal do Commercio*, no período anterior⁷, o editorial ocupa toda a cabeça da página do lado ímpar. Abaixo ficam as cartas dos leitores e a charge. Os três artigos de opinião publicados ficam na página ao lado, a página par (Figura 2).



Figura 1 – Página da Editoria Cidadania da Folha de PE publicada em 13 de novembro de 2010.



Figura 2 – Página da Editoria Opinião do Jornal do Commercio publicada em 11 de dezembro de 2010.

O *JC* apresenta ainda duas particularidades gráficas: o nome da editoria Opinião, localizado do lado esquerdo da página estampava, na mesma linha, à direita - conduzido por uma imagem de uma seta duplicada, uma indicação de movimento - os nomes dos diretor de redação, do diretor adjunto, da editora executiva, além dos telefones do "Fale Conosco". (Interessante observar que com o novo projeto gráfico, o pequeno expediente desapareceu. Em contrapartida foi acrescido, ao nome da editoria, a sigla de uma revista jornalística ficando assim: "Opinião JC").

⁷ Em abril de 2011, o *JC* implantou um novo projeto gráfico e passou a dar mais destaque aos leitores, que passaram a dividir a página ímpar com uma coluna chamada "Repórter JC". O editorial permaneceu no início na página par juntamente com os três artigos de opinião e a charge.

A outra particularidade visual, que não mais existe no atual projeto gráfico do *JC*, é o “olho”⁸. Este recurso se constitui um elemento de análise importante porque revela a escolha do editorialista por uma frase que sintetiza – e destaca - o conteúdo do editorial.

O tamanho da letra utilizado pelo *JC* é menor que o tamanho empregado pela *Folha de Pernambuco*. Mas se nele as letras são maiores os textos são menores. Ocupa três colunas enquanto que os do *JC* ocupam cinco colunas. Todos os dois jornais usam o termo para introduzir o nome do gênero antes do título.

Cronologicamente, o primeiro editorial sobre o tema saúde e SUS do período analisado foi do *Jornal do Commercio*, publicado em 11 de agosto de 2010. Com o título “Vidas transplantadas”, o texto teve como base o balanço, divulgado pelo Ministério da Saúde, dos procedimentos de transplantes de órgãos realizados no primeiro semestre do ano no Brasil. Como todos os outros seis editoriais sobre saúde e o SUS publicados no período no *JC*, este, que opina sobre a política nacional de transplante de órgãos, apresenta sólida argumentação e uma estrutura textual como a definida por Beltrão (1980): título, introdução, discussão e conclusão. Diferentemente dos editoriais da *Folha*, que, em sua maioria, não apresenta essa estruturação.

Quando nos referimos a sólida argumentação dos editoriais do *Jornal do Commercio* significa dizer que os textos são construídos com a participação de diversas vozes – na perspectiva do conceito de polifonia – que ora se articulam, ora concorrem entre si, em busca do poder simbólico, o poder de constituir a realidade. (Araújo,2000)

O texto “*Vidas transplantadas*”, por exemplo, além dos números divulgados pelo Ministério da Saúde e os números da Central de Transplantes do Estado de Pernambuco, o editor referencia duas reportagens do próprio jornal, publicadas nos meses anteriores de junho e julho, sobre a importância e dificuldades da doação de órgãos.

Para o jornal, “a disparidade de condições entre as regiões” e “a falta de infraestrutura e a burocracia” para a efetivação dos transplantes são os principais problemas da política de transplante de órgãos. O “olho”, inclusive, destaca a questão das diferenças regionais (“Em toda a Região Norte, houve apenas quatro doadores no semestre”). A conclusão é de cobrança: “No entanto, para que a vida transplantada

⁸ De acordo com o Dicionário de Comunicação no jornalismo “olho” significa: (1) O mesmo que antetítulo; (2) Intertítulo diagramado com destaque, de forma atrativa em relação ao corpo da notícia. (3) Pequeno texto de chamada para a matéria principal. (RABAÇA; BARBOSA,1978).

represente esperança concreta para os brasileiros, faz-se urgente a implantação de uma política pública que prime pela democratização do acesso aos órgãos doados em todo o território nacional”.

É de cobrança também o tom do editorial “Reconstrução Penosa”, de 28 de dezembro, sobre as promessas feitas “pelos gestores municipais, o governo do Estado e até o presidente da República” para a recuperação das cidades da Região da Mata Sul do Estado. O intertítulo destaca: “O que foi prometido debaixo de emoção e holofotes ainda não foi cumprido”.

Regionalizar a discussão, ou seja, apresentar dados relativos a situação de Pernambuco ao opinar sobre temas nacionais é outra característica exclusiva do *JC*. O editorial publicado em 14 de setembro, “*O fim da desnutrição*”, comenta estudo realizado pela Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo sobre a diminuição da desnutrição infantil vem diminuindo no Nordeste. O intertítulo destaca a participação do Estado na questão: “Pernambuco tem uma participação expressiva na indesejável história da desnutrição”.

Outro exemplo do que estamos chamando de regionalização é o editorial “*A invasão e o perigo das motos*”, de 11 de dezembro, (intertítulo: “Esse fenômeno é nacional, mas parece bem mais acentuado em Pernambuco”), em que o jornal manifesta preocupação sobre o crescimento da frota de motos no Nordeste e o impacto na saúde pública, inclusive na perspectiva econômica. Como justificativa o editorial se vale, entre outros argumentos, de pesquisa realizada no Hospital das Clínicas de São Paulo, realizada com 84 pacientes acidentados de moto, em que “em média, os pacientes fizeram mais de duas cirurgias, a um custo de R\$ 35 mil para o SUS cada uma”.

A questão da regionalização remete a questão das diferentes linhas editoriais adotados por cada um dos jornais. De fato, observamos que todos os editoriais da *Folha de Pernambuco* quando tratam das questões nacionais, e até internacionais, não contextualizam a situação de Pernambuco. E dos 21 editoriais sobre saúde publicados pela *Folha de Pernambuco*, apenas quatro tratam de questões locais.

O editorial “*O Hospital Pedro II*”, publicado em 16 de agosto, é o primeiro sobre saúde do mês de agosto de 2010. Manifesta contentamento pela reinauguração de um antigo hospital escola – “uma excelente notícia para a saúde de toda a população” –, e louva “os esforços dos responsáveis pelas obras”. O segundo editorial, publicado em 03 de novembro, com o título “*Criminalização da transmissão do HIV*” é, na verdade, a

divulgação de seminário sobre o tema que será realizado pelo Ministério Público de Pernambuco. O terceiro, também publicado em novembro (13), é sobre a dengue, a partir de dados divulgados pelo Ministério da Saúde. Com o título “*Combate a dengue*”, o texto é bem diferente do editorial do JC, como veremos mais adiante.

E, por fim, no editorial “Solidariedade e o Hemope”, a *Folha de Pernambuco* se integra a campanha do Hemope, hemocentro do governo do Estado, para doações de sangue. Na conclusão o jornal justifica a integração: “Trata-se de um apelo (*do Hemope de convocar as pessoas para repor e reforçar os estoques de sangue*) procedente, justo, sem qualquer pieguismo, e que, atendido, a solidariedade está se materializando num ato de doação da própria condição humana, de forma concreta”.

Em síntese, a grande maioria dos editoriais da Folha de Pernambuco é formada por editoriais positivos, que não discutem e nem polemizam, cujas “vozes” convocadas pelo editorialista são quase sempre as vozes das instituições oficiais. O Ministério da Saúde (MS), por exemplo, aparece, de forma positiva nos editoriais “*Urgência e Emergência*”, publicado em 30 de agosto e republicado em 04 de outubro, sobre a rede nacional formadas pelas Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) e o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU); no editorial “*Saúde Indígena*”, de 25 de outubro, sobre os decretos assinados pelo presidente Lula que transferiu a saúde indígena da Funasa para uma secretaria dentro de estrutura do ministério; e no editorial “*Saúde do Homem*”, de 16 de novembro, o leitor toma conhecimento dos objetivos, investimentos e pioneirismo da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem. Por fim, o MS é convocado, juntamente com a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), com a Organização das Nações Unidas (ONU) e com o laboratório Bayer Schering Pharma, por meio de dados de pesquisa realizado pela multinacional para o editorial que destaca a importância de ações educativas e o uso do preservativo na prevenção da gravidez indesejada (“*Gravidez na adolescência*”, de 10 de novembro).

Ainda sobre o MS, em especial a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), também aparece de forma positiva nos editoriais “*Cresce o número de genéricos*”, (24 de agosto) e “*Acordo em vigilância sanitária*”, de 28 de setembro, sobre acordo fechado na semana anterior com a instituição correlata americana, a Food and Drug Administration (FDA). “O acordo expressa um reconhecimento da qualidade do trabalho desenvolvido pela Anvisa”, diz o texto.

Documento da Organização Mundial de Saúde (OMS) elogiando o sistema público de saúde do Brasil é o tema do editorial “*Avanços na saúde pública*”, de 13 de setembro. No editorial “Prevenção do HIV”, de 29 de setembro. O relatório da entidade sobre o sucesso do tratamento com a terapia antiretroviral e a redução de novas infecções no mundo é destaque do texto. A “intensa mobilização” realizada pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) para esclarecer e reduzir os índices da hanseníase no Brasil é o tema do editorial “*Redução e controle da hanseníase*”, de 19 de outubro de 2010.

“*Enfrentamento à droga*” (08 de novembro) louva a ação da Secretaria Nacional de Segurança Pública, do Ministério da Justiça, de realizar convenio com 11 estados brasileiros para o enfrentamento do crack. E, por fim, campanha para evitar o comportamento suicida lançado pela Associação Brasileira de Psiquiatria motivou dois editoriais com o mesmo título - “Saúde Pública” -, publicado no dia 18 de agosto e, reescrito, publicado em 10 de setembro. No primeiro editorial a conclusão parece confirmar os postulados de Beltrão (1980) de que ao manifestar sua opinião sobre os fatos o grupo proprietário do jornal tem a intenção de “orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum”. No parágrafo final do editorial é dito: “Nesse caso, *nosso dever é proporcionar orientação (grifo nosso)* e, quanto maiores as possibilidades de divulgação, mais benefícios para a população”.

Os dois únicos editoriais da Folha que se aproximam de um tom crítico são: “*Recriação da CPMF*”, editorial de 07 de novembro, sobre a provável recriação da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira pela presidente recém eleita, e os editoriais “*Eleições e Aborto I*” e “*Eleições e Aborto II*”, de 12 e 13 de outubro, época da campanha eleitoral do segundo turno disputado entre Dilma Rousseff e José Serra. A crítica era dirigida ao candidato Serra pelo uso que vem fazendo em sua campanha do tema aborto.

O único assunto que deu origem a editoriais nos dois periódicos foi a dengue. As diferenças de abordagem entre o editorial do *Jornal do Commercio* e o da *Folha de Pernambuco* são definidoras das características de cada um.

No editorial do JC, publicado em 21 de novembro, o título já revela a principal crítica do texto: “*O mosquito está ganhando*”. Nesse texto é possível observar ainda, por meio do emprego de palavras como “ataque”, “arma” e “recuo”, a presença do modelo de caráter coercitivo e militarizado presente nas práticas de saúde e nos

discursos das campanhas sanitárias, uma das principais estratégias de intervenção no campo da saúde pública brasileira no início do século XX. (Cardoso, 2001).

A cobrança continua ainda no primeiro parágrafo, quando ao informar sobre a mobilização da Secretaria de Saúde do Estado questiona (os grifos são nossos): “*Pergunta-se por que a mobilização não veio antes, se desde o ano passado já se esperava pelo ataque do mosquito em grande escala no País*”. Nessa frase destaque também para uma das principais características do editorial apontadas por Beltrão(1980) e Marques de Melo (1994): a impersonalidade, com a utilização da 3ª pessoa do singular ou a 1ª do plural, o que segundo os autores conferiria maior autoridade aos conceitos expressados.

No segundo parágrafo é revelada a solução para o enfrentamento da epidemia: “Uma vez que a ação educativa e de orientação preventiva é, por enquanto, a única arma eficaz contra o transmissor de um *mal* que se espalha no ambiente do desleixo, da bagunça e do abandono - (é o “olho” do editorial: “A dengue se espalha no ambiente do desleixo e do abandono”) - , restam motivos de sobra para o governo continuar com esse trabalho pelo menos até que os dados apresentem o *recuo* da doença”.

No terceiro parágrafo as razões da vitória do mosquito: “Com *maus hábitos* persistindo e pouca informação circulando – ou circulando de maneira equivocada – o mosquito faz a festa, e o índice de contaminação explode”.

Todavia, é na conclusão que é revelado o verdadeiro culpado pelo a explosão da doença: “A *responsabilidade maior*, entretanto, *continua* sendo do poder público, a quem cabe *orientar e punir* aqueles que não respeitam a saúde da própria família e a dos vizinhos, permitindo que seus imóveis se transformem em criatórios de dengue. Sem falar no déficit social que *não pode ser esquecido*, com milhões de pessoas sem saneamento básico, vivendo em condições mais propícias à reprodução de mosquitos do que de gente. Desse jeito, o mosquito *vai ganhar sempre*”.

Já o editorial da *Folha*, “Combate à dengue” apresenta os números nacionais divulgados pelo Ministério da Saúde, informa o crescimento de 600% nos números dos casos em Pernambuco, que estaria “causando preocupação à população e às autoridades da área de saúde pública, tanto que a Secretaria Estadual de Saúde lançou, há dois dias, o Plano de Mobilização Social contra a Dengue”. O texto informa os valores dos investimentos e os três pontos principais do plano (“educação em saúde nas escolas, visita de fiscais às residências e colocação de material destinado a cobrir reservatórios

de água”). Os dois parágrafos seguintes se dedicam a historiar as primeiras referências à dengue no Brasil e a história da epidemia no país.

A principal diferença, no entanto, da política editorial entre os dois periódicos pode ser observada na conclusão, pois enquanto o *JC* afirma que a responsabilidade maior é do poder público, a *Folha* opta pelo compartilhamento de responsabilidades: “São razões do grave problema de saúde pública, cuja responsabilidade deve ser *compartilhada* pelas autoridades competentes e a população, fato que, em última análise, exige a *colaboração de todos* para solucioná-lo”.

Finalmente, dos sete editoriais publicados pelo Jornal do Commercio no segundo semestre de 2010, dois deles foram dedicados às medidas da Anvisa relativa ao controle na aquisição de antibiótico e a superbactéria KPC. “*O perigo da superbactéria*”, de 3 de novembro e “*Controle dos antibióticos*”, de 7 de novembro, foram os títulos. Os discursos dos dois textos são emblemáticos, mas vamos destacar aqui apenas um, do primeiro editorial, em que o conhecimento científico é convocado para justificar a deficiente gestão da saúde. No texto a ideia se traduz por meio do depoimento de pesquisadora da Fundação Oswaldo Cruz que explica, de acordo com o editorial, de que “a origem da resistência aos tratamentos estaria ligada ao exagero na aplicação dos antibióticos dentro dos hospitais, e não do lado de fora”. O editorialista então conclui: “A origem da superbactéria nos hospitais, como sugerido pela cientista da Fiocruz passa pela deficiência na gestão de saúde no Brasil, onde o descuido com a higiene e com as condições básicas de respeito aos pacientes abre o corpo dos internados para infecções”.

Considerações finais

Observamos no relato apresentado, feito a partir de análises iniciais dos editoriais sobre saúde, a riqueza e importância de realização de estudos analíticos sobre o gênero para a compreensão dos sentidos produzidos na mídia impressa sobre a saúde e o SUS. As pesquisas que relacionam o gênero com o tema saúde são quase inexistentes.

O editorial é o texto de maior responsabilidade discursiva da empresa jornalística dentre os diversos da esfera midiática. Nosso estudo, apoiado na teoria da produção social dos sentidos, mais especificamente num modelo de comunicação baseado na semiologia dos discursos sociais, aponta a existência de um lugar de disputa de poder, o mercado simbólico. E, nesse mercado, o editorial ocupa um lugar privilegiado.



Referencias Bibliográficas

ARAÚJO, I. S. A reconversão do olhar. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

_____. Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. *Interface: Comunicação, Saúde, Educação*. Botucatu, SP, v. 8, n. 14, p.165-178, set. 2003/fev. 2004.

_____. Contextos, mediações e produção de sentidos: uma abordagem conceitual e metodológica em comunicação e saúde. *Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em saúde*. Rio de Janeiro, v.3, n.3, p.42-50, set.,2009. Disponível em www.reciis.icict.fiocruz.br. Acesso em 18 de Jun.

BELTRÃO, Luiz. 1980. Jornalismo opinativo. Porto Alegre: Editora Sulina.

CARDOSO, Janine. *Comunicação, saúde e discurso preventivo: reflexões a partir de uma leitura das campanhas nacionais de AIDS veiculadas pela TV (1987-1999)*. 2001. Dissertação (mestrado). Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

MELO, José Marques de. 1994. A opinião no jornalismo brasileiro. 2 ed. Petrópolis: Vozes.

OLHO. In: RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Codecri, 1978. p. 331.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso: Introdução à Análise de Discurso*. São Paulo, Hacker Editores, 1999.

POMPEIA, Rosário; SAMPAIO, Rafael. Jornalistas protestam contra demissão em jornal de PE. *Revista Carta Maior*. Disponível em http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=3540. Acesso em 10 de junho de 2011.

SILVA, Carla Luciana. A carta ao leitor de Veja: um estudo historico sobre editoriais. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo. v.32. n.1,p.89-107,jan/jun.2009.



Apêndice

Quadro com resultados da pesquisa bibliográfica sobre editorial

Título	Nível	Ano	Instituição	Área
1. As funções das construções passivas em editoriais em português e em inglês: um estudo à luz da perspectiva sistêmico-funcional	M	2006	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Letra
2. Os recursos persuasivos no editorial de jornal sob a perspectiva da lingüística sistêmico-funcional	D	2008	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Letras
3. Estudo das relações enunciativas do editorial da revista Graça Show da Fé da Igreja Internacional da Graça de Deus	M	2008	Universidade Presbiteriana Mackenzie	Letras
4. Transitividade e construção de sentido no gênero editorial	D	2006	Universidade Federal de Pernambuco	Letras
5. O discurso no radiojornalismo esportivo: estudo do comportamento do gênero editorial	M	2008	Universidade de São Paulo	Letras
6. O gênero editorial: uma proposta de caracterização	M	2009	Universidade Federal de Uberlândia	Letras
7. Traços de mudanças e de permanência em editoriais de jornais pernambucanos: da forma ao sentido	D	2007	Universidade Federal de Pernambuco	Letras
8. Um estudo do uso de operadores argumentativos no gênero editorial de jornal	M	2006	Universidade Federal de Uberlândia	Letras
9. A palavra do jornal : a construção da política no espaço dos editoriais	M	2003	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Ciência Política
10. De 64 a redemocratização: uma representação do governo militar por meio do sistema de transitividade em editoriais pernambucanos	M	2007	Universidade Federal de Pernambuco	Letras
11. O gênero editorial e a polêmica do ensino religioso	M	2008	Universidade de São Paulo	Letras
12. Mulher na moda: recepção e identidade feminina nos editoriais de moda da revista Elle	M	2007	Unisinos	Comunicação
13. Intertextualidade e dialogismo na revista Cidade Nova	M	2005	PUC São Paulo	Letras
14. Além da ponta do iceberg: o papel das orações subordinadas substantivas na projeção de verdades e opiniões no discurso editorial: uma proposta funcional cognitiva	M	2004	PUC Rio de Janeiro	Letras
15. O processo argumentativo em editoriais	M	2008	Universidade Presbiteriana Mackenzie	Letras
16. Os editoriais da Folha de São Paulo: evidências de uma solução bonapartista para a crise (1963-1964)	M	2007	PUC São Paulo	História
17. O discurso outro em editoriais jornalísticos	M	2008	Uerj	Letras
18. Por Uma Abordagem Diacrônica Dos Gêneros Do Discurso À Luz	D	2009	Universidade Federal do Ceará	Letras



Da Concepção De Tradição Discursiva: Um Estudo Com Editoriais De Jornal				
19. Produzindo imagens e desejos: uma análise do papel do stylist na sedução exercida por editoriais de moda publicados pela mídia impressa brasileira	M	2008	Universidade Federal de Goiás	Artes Visuais
20. Expressões nominais referenciais em editoriais: foco na paragrafação	M	2008	PUC São Paulo	Letras
21. Representações da opinião pública em editoriais sobre a eleição presidencial de 2006	D	2010	Universidade Federal de Minas Gerais	Letras
22. O bonapartismo uruguaio nos editoriais do Semanário Búsqueda (1972-1985)	M	2007	PUC São Paulo	História
23. A linguística crítica, leitura e mudança social: um enfoque sistêmico-funcional	M	2009	PUC São Paulo	Letras
24. República de penas e espadas: o discurso da imprensa republicana catarinense (1885-1889)	D	2007	PUC Rio Grande do Sul	Comunicação
25. Na língua, na história e na memória: a imagem do Movimento das Diretas Já	M	2007	PUC São Paulo	Letras
26. A estrutura no jornalismo opinativo: uma análise do conteúdo dos editoriais dos jornais <i>Estado de Minas</i> e <i>Folha de S. Paulo</i>	Mono	010	Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH)	Comunicação
27. O gênero jornalístico-editorial no ensino de língua portuguesa em educação de jovens e adultos: uma proposta teórico-metodológica	EC	2010	Centro de Ensino Superiores de Maceió(CESMAC) e UFAL	Letras
28. A imprensa escrita na era fhc: análise dos editoriais dos jornais <i>Folha de São Paulo</i> e <i>o Globo</i> no período 1995-2002	M	2006	Faculdade Cásper Líbero	Comunicação
29. Análise dos índices de polifonia no genero editorial	EC	2009	Universidade Estadual de Londrina	Letras
30. Operadores argumentativos: recursos essenciais ao direcionamento discursivo.	EC	2009	Universidade Estadual de Londrina	Letras
31. A identidade feminina na maturidade: o gênero carta ao leitor nas revistas femininas	EC	2008	Faculdade Federal de Santa Maria	Letras
32. A análise do gênero <u>carta ao leitor</u> da revista <i>veja</i> sob a perspectiva de bakhtin	A	2010	Universidade Federal de Santa Catarina	Letras
33. A carta do leitor de <i>Veja</i> : um estudo histórico sobre editoriais	A	2009	Universidade Federal Fluminense	História
34. Gênero “editorial”: uma proposta de análise linguística para alunos de educação de jovens e adultos.	EC	2009	Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste)	Letras

D (doutorado); M (mestrado) EC (evento científico); Mono (Monografia); A (artigo).