Mídia e Saúde: do que tratam os artigos científicos que percorrem e relacionam os dois campos.[1]

Clarisse Castro CAVALCANTE[2]
Kátia LERNER[3]
Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este artigo é parte dos estudos dirigidos para a pesquisa de mestrado entitulada 'O SUS nos jornais impressos do Ceará: uma análise do discurso produzido sobre o Sistema Único de Saúde pelos três jornais impressos comerciais do estado'. O objetivo do texto é mapear as pesquisas que já vêm sendo realizadas na mesma direção, a fim de perceber como os pesquisadores têm abordado e relacionado os campos da mídia e da saúde, destacando os conceitos privilegiados em tais abordagens. A coleta dos artigos foi realizada no Portal Capes e na Biblioteca Virtual de Saúde (BVS). O resultado foi um amplo conjunto de inferências e expectativas a respeito do papel da mídia em tempos de preocupação crescente com a saúde individual e coletiva e a repetição quase sistemática da Análise de Discursos como aporte metodológico do discurso científico apresentado.

Palavras-chave

Mídia; Sistema Único de Saúde; Análise de Discursos.

Introdução

O que seria, para efeitos de pesquisa, uma relação inteligível entre "mídia" e "saúde"? Duas áreas temáticas, dois campos científicos, tão amplos, tão independentes e, ao mesmo tempo, tão interpenetráveis, pois a mídia está para qualquer assunto do mundo como uma espécie de possibilidade de diálogo, e a saúde tem em sua essência um interesse público, por nos envolver subjetivamente, arbitrariamente, estatisticamente, por ser inerente à nossa condição humana. Vivemos em busca de saúde e de informação, e de informação sobre saúde, para vivermos mais e melhor, numa sociedade caracterizada pelo pensamento oscilante entre a memória, o passado; e o futuro, o destino. Ou estamos musealizando o mundo (Huyssen, 2000) ou estamos tentando antecipar o porvir.

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz.
[3] Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz.

Nossa experiência mais importante, parece, tem sido exatamente a de não ter uma experiência que justifique nossas preocupações. Não precisamos mais estar doentes para buscar a presença médica em nossas vidas (Vaz, 2007), assim como não precisamos viver materialmente a doença para arriscar discorrer sobre ela. Este acesso ao excesso de informação nos protege da vida, pois quanto mais informados estamos, quanto mais sabemos o que nos passa e pode vir a nos ocorrer, mais conseguimos com que nada nos aconteça, mais conseguimos nos distanciar do risco da vida e da experiência genuína dos acontecimentos e das sensações (Bondía, 2002).

Neste sentido, o discurso construído pela mídia sobre a saúde – ou seria o discurso construído pela saúde enquanto ciência (e política) através da mídia? – tornou-se mais uma relação de interesse crescente, um ponto de importância na perspectiva da construção de sentidos. Construção que não se dá de forma homogênea, mas dialética, conflitual, na forma de um mercado simbólico, "onde várias vozes concorrem entre si pela prevalência do seu próprio modo de perceber, analisar e intervir sobre a realidade" (Maingueneau, 1993; Araújo, 2002). Estes campos, da mídia e da saúde, se relacionam de forma tensa, pois estão carregados de poder e de vontade de poder, "de dizer, de nomear e de interpelar os atores e as situações sociais em que vivem e, ao fazerem isto, modulam, significativamente, os imaginários sociais a este respeito" (Oliveira, 2012).

Ao nos dispormos a mapear o que os artigos disponíveis estão a dizer sobre essa relação entre a mídia e a saúde, queremos captar tanto os assuntos que mais têm despertado interesse nos estudiosos que os escrevem quanto o que estão sendo legitimados através do ato de aprovação que os autoriza a serem publicados, portanto dignos de serem consultados. Não estamos, portanto, preocupados com quem diz, mas com o que se diz quando se constrói um texto que põe a dialogar em arena a mídia e a saúde, pois esta é uma parte representativa do todo que estamos em processo de pesquisa: os discursos que são construídos pela mídia impressa comercial sobre o Sistema Único de Saúde.

A metodologia da pesquisa

O ponto de partida da pesquisa foi definir a opção pela busca dos artigos publicados em periódicos impressos (com versão eletrônica) ou eletrônicos disponíveis gratuitamente no Portal de Periódicos da Capes e na Biblioteca Virtual em Saúde. Em seguida, estabelecemos as palavras-chaves, que assim foram relacionadas: "mídia" + "saúde" (528

resultados), "mídia" + "SUS" (202 resultados) e "mídia" + "Sistema Único de Saúde" (8 resultados); números da consulta no Portal de Periódicos da Capes. Na BVS, a soma dos termos "mídia" e "saúde" apresentou 420 resultados. Após análise de todos os resumos disponíveis na página principal do portal e da BVS, eliminamos as repetições, os artigos não mais disponíveis nos sites de origem e todos aqueles que apresentavam discordância semântica de nosso objetivo (por exemplo, quando 'sus' aparecia nos textos em espanhol, tradução de 'seus').

Restaram-nos quatorze artigos, que foram lidos na íntegra e de onde sublinhamos os trechos que ocorrerão ao longo deste artigo, que foram alocados em blocos 'de sentidos' e nos permitiram estruturar uma ideia geral de uma possível relação entre mídia e saúde nos artigos científicos. Tal relação se constituiu especialmente através do desenvolvimento de Análises de Discursos e de Conteúdo dos autores dos artigos sobre os produtos da mídia impressa comercial (jornais e revistas de grande circulação).

O poder da mídia

Parece consenso nos textos analisados a ideia de que falar sobre mídia requer, sobretudo introdutoriamente, falar sobre o poder que ela tem. Ou seja, já de início a maioria dos artigos admite que ela possui um poder, que ela exerce um poder, que ela é um poder, que vai se manifestar a partir de diversas possibilidades e sob os mais variados pontos de vista. Tal poder é simbólico, invisível, não palpável, e por isso muitas vezes ignorado, desconsiderado nas relações de comunicação, que são, em essência, relações de poder. Um poder capaz, através do enunciado, de impor, consensualmente, hábitos, crenças e costumes. Capaz de

> "fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto mundo, poder quase mágico que permite o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário." (Bourdieu, 1989, p. 14).

Somos seres interpretativos vivendo numa cultura midiática, já diria Stuart Hall (1997). Estamos a todo o momento instituindo sentidos, que nos vêm da experiência cognitiva, ética ou estética (Rodrigues, 1999). Neste sentido, nos é bastante cara a definição

de autonomização do campo dos media, que relaciona o poder do domínio da informação com as transformações que ocorreram no âmbito da experiência moderna no mundo.

> "Todos os seres vivos vêm ao mundo apetrechados com dispositivos naturais, mas nos homens eles não se encontram completamente determinados à nascença. Para poderem desencadear as respostas aos estímulos do mundo envolvente necessitam da aprendizagem de modalidades de mediação inventadas, do enxerto, da interiorização, ou da incorporação de dispositivos mediáticos artificiais, inventados pelas sucessivas gerações, que constituem aquilo a que damos o nome de cultura do povo em que os indivíduos nascem e a que pertencem" (Rodrigues, 1999, p. 7).

Este poder midiático, portanto, está relacionado às práticas sociais, e o exercício de poder se estabelece na própria organização simbólica de determinados aspectos da realidade, e na definição dos lugares e modos de fala dos interlocutores (Pinto, 1978, apud Oliveira, 2012). Assim, para Medeiros & Guareschi (2008), "a cultura midiática é como as práticas sociais, que ao forjarem sentidos ganham efeitos de verdade, instituem modos de viver, de ser, de compreender, de explicar a si mesmo e o mundo". Ou, de forma mais direta, "a mídia é uma prática social que atravessa o cotidiano das pessoas, não apenas veiculando notícias, mas também atuando como co-produtora de sentidos e subjetividades" (Menegon, 2008, p. 32).

Os autores Ronzani et al destacam que este poder simbólico da mídia, junto a família e a escola, atua na instituição das normas sociais, através de uma opinião pública compartilhada, nos orientando sobre como pensar e agir no mundo. Esta orientação poderia ser tomada por uma espécie de pensamento coletivo de uma determinada época e contexto, o que faria da mídia uma importante fonte de identificação para sujeitos e grupos, como forma identitária de localização social (Ronzani et al, 2009).

Ao longo de nossa pesquisa identificamos, no entanto, algumas resistências ao amplo dimensionamento deste poder simbólico. Os autores Costa & Diniz, por exemplo, não acreditam que a mídia cria realidades, mas que "ela reproduz e redimensiona realidades que existiam antes e além dela" (Costa; Diniz, 2000, p. 157). Neste sentido, ao estudar a relação entre a violência, reconhecidamente uma questão de saúde pública, Minayo & Njaine enfatizam não ser possível provar uma relação de causa e efeito entre o aumento da violência e o aumento da exposição das pessoas à mídia, mas reconhecem o potencial informativo da mídia como algo relevante. "Os estudos admitem que os meios de

comunicação são uma importante fonte auto-relatada de informações sobre sexo, drogas e violência" (Minayo; Njaine, 2004, p. 203).

Mídia e mediação

O segundo grupo de sentido que se constitui de nossa análise é o que poderíamos agrupar sob o ponto de vista do conceito de mediação. Estamos, contudo, correndo um risco interpretativo. Os pontos e autores a que daremos destaque a seguir não usam explicitamente a palavra mediação para caracterizar as complexidades que eles dimensionam para a relação entre mídia e saúde, que começa a ganhar destaque no artigo a partir deste ponto. A inferência é nossa e de nossa forma de perceber e tratar o conceito, lembrando que ele que nunca representou, por si só, um consenso. Martin-Barbero (1987), quando o popularizou em sua mais difundida obra (Dos meios às mediações), não estava, como afirmou Signates (1998), muito preocupado em desenvolvê-lo extensivamente, mas muito mais em fazer uma passagem de foco nos modos vigentes de analisar à mídia: precisávamos nos preocupar não apenas com os meios e seus poderes, mas com as relações não necessariamente cordiais – e consensuais - que se constituíam nesses processos simbólicos. Para Barbero, era preciso investigar as iniciativas não hegemônicas de comunicação vindas das culturas populares, os modos de se comunicar que elas operavam considerando o que viam se passar nas suas ruas, nos seus bairros, nas suas comunidades.

Acordamos que a mídia tem um poder, e alertamos que a operação de decifrá-lo é complexa, não devendo, portanto, ser generalizada. É o conceito de mediação, que põe o poder simbólico em constante movimento, que nos socorre a uma perspectiva maniqueísta da comunicação, hora ou outra diagnosticada nos estudos sobre mídia. Mediação "concebida como um processo ativo, um ato de intercessão, reconciliação ou interpretação entre adversários ou estranhos" (Signates, 1998).

Na contramão dessa dinâmica, percebemos, ao longo da análise, que existe uma expectativa em relação à mídia que soa tão arbitrária quanto admitir que todos estamos, a um só modo, condicionados e conformados a este poder, sendo a mídia o sujeito dominante e nós os sujeitos dominados. Vejamos.

> "A notícia esvazia qualquer conteúdo social e fragmenta a realidade. O colapso dos hospitais públicos e demais serviços estatais são citados para ilustrar a dissolvição do conceito de Estado-nação, diminuindo a presença

> deste e abrindo para a entrada dos interesses do capital estrangeiro" (Njaine, 1994, p. 514).

É necessário que nos debrucemos sobre o papel da mídia para a relação contemporânea com a saúde. Mas não nos parece possível esgotar o processo comunicativo numa relação cartesiana de obrigatoriedade, a que a citação acima parece recorrer, ou de fragmentação, a que é reduzida tantas vezes a notícia e quase todos os produtos midiáticos. Mas sobre estes produtos, teríamos que desenvolver outra discussão (sobre valores de produção, agendamento), que não é o objetivo último desta análise. Nossa perspectiva, como afirmamos anteriormente, é a de comunicação como um mercado simbólico, onde a heterogeneidade e a disputa de sentidos nos ocorrem como certezas paradigmáticas, operando num universo fortemente atravessado por dúvidas e reflexões. Na relação da mídia com a saúde, Oliveira (2012), mapeou estes sentidos.

> Neste contexto de disputas simbólicas duas questões basilares se entrelaçam e emergem simultaneamente das coberturas jornalísticas midiáticas sobre a saúde: os fatores de risco e os de promoção da saúde que, por sua vez, se desdobram em variáveis de segurança/insegurança envolvendo questões epidemiológicas, doenças, formas de tratamento, modos de viver, procedimentos de assistência, cura ou métodos comportamentais para se ter uma vida saudável (Oliveira, 2012, p. 2).

Nesta mesma linha, Menegon (2008), num dos artigos analisados, nos oferta uma contribuição importante quando afirma que "a produção de sentidos sobre os processos de saúde e de adoecimento e de como lidamos com isso não se limita aos espaços específicos da rede de saúde, mas está presente em outras relações do cotidiano".

Mediação é processo, e enquanto processo é ocupado por uma pluralidade de vozes, de sentidos que não se fecham na esfera da produção, de contextos que exercem coerções sobre as práticas midiáticas, institucionais e do cotidiano (Araújo, 2004).

> "Assim, os sentidos surgiram com tal e qual configuração por estarem vivos, enquanto experiência de sujeitos sociais concretos, na abertura à diversidade de possibilidades de interpretação com que os atores sociais se colocavam frente aos acontecimentos, sendo enfatizados pela mídia, em uma ou outra perspectiva" (Rangel, 2003, p. 14).

Mídia, fábula e produção de sentidos

Considerando a complexidade que envolve a relação mídia e saúde, e considerando que a mídia se qualifica como "componente dispositivo de mediação", voltamos a tratar aqui dos produtos dessa relação. Entre eles, as notícias. Em última instância elas seriam "ações intermediadoras" (Polistchuk; Trinta, 2003). "O autor do relato noticioso fornece uma versão do que se passou, fazendo uso de filtros que lhe vêm de seu modo de pensar, suas rotinas profissionais, sua cultura pessoal e outros mais" (Polistchuk; Trinta, 2003, p. 148).

Estes "filtros mediadores" podem ser de diversas espécies e ordens: estrutural, institucional, conjuntural, tecnológica. E o receptor, usando de seu sistema de valores e crenças, de seus mecanismos de decodificação e re-codificação, dará continuidade ao processo de composição de sentidos. "O sentido de uma mensagem repousará na interação continuada desses fatores, a cada um cabendo parcela de igual importância para que se consume, pela proposição de um sentido, a comunicação pretendida" (Polistchuk; Trinta, 2003, p. 151).

Na relação entre mídia e saúde, o processo é o mesmo. Interesses e influências dos jornalistas estão imbricados aos interesses e influências das fontes e dos veículos para os quais produz informação, embora os graus entre um e outro sejam heterogêneos e desiguais. As notícias sobre saúde, influenciadas pelo ponto de vista das instituições científicas, governamentais, de pesquisa, e também pelo caráter político de sua abrangência, quase sempre resultam em conteúdos didático-educativos ou informativos, dirigidas às demandas de um público imaginado. Público este que, sob o ponto de vista da mídia, quer manter-se atualizado sobre promoção, inovação e risco em saúde. Assim,

> "o jornalismo se transforma em uma espécie de amplo consultório público midiático caracterizado por matérias centradas no aconselhamento e nas orientações dos indivíduos responsabilizando-os pela qualidade de sua saúde mediante a adoção de determinados comportamentos e atitudes referenciados pelos avanços da ciência da saúde, tecnologias médicas, medicamentos ou por pessoas bem sucedidas na vida e na saúde cujos exemplos devem ser seguidos em nome da busca do bem-estar individual" (Oliveira, 2012, p.1).

Este modo de perceber e interpretar o mundo da saúde nem sempre se opera a partir das lógicas próprias do campo da saúde, mas a partir das lógicas do próprio campo da mídia, de seus valores e seus modos de operação. Assim sendo, não é difícil imaginar porque o fato sensacional, o pictórico, o emergencial, que tão facilmente se captura da saúde (a doença, a dor, o acidente, o trauma), é do mesmo modo tão facilmente difundido

pela mídia. O campo da saúde, com sua pluralidade de ocorrências e suas múltiplas possibilidades de sentidos é uma fonte inesgotável de matéria-prima para a mídia, que *fabula* distintas apropriações.

> "Sendo assim, a essência do material que realmente chega até os leitores trata-se de uma certa obra de ficção, uma vez que seu conteúdo é produzido de acordo com os padrões que dão forma e corpo aos fatos, sendo "real" antes de ser apresentado ao seu consumidor, selecionado, lido, interpretado, ganhando novos sentidos e relevâncias, acrescentando-se a esta produção o valor da credibilidade" (Ronzani et al, 2009, p. 1753).

Esta fabulação jornalística, no entanto, não prescinde de uma verossimilhança com o fato real. Dizer que o jornalismo constrói fábulas não equivale a dizer que a notícia é falsa, mas que é um produto outro, que já não é mais fato puro, "neutro", mas a sua reconstrução a partir de uma prática discursiva específica. Esta prática, nós sabemos, resultante de mediações tantas, preserva elementos que a caracterizem como credível, como autorizada, como legítima. Como aquilo que Giddens classificaria por um sistema perito (1991), que teria excelência técnica ou competência profissional para organizar grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje.

A noção de sistema perito ganhou espaço na contemporaneidade porque não temos mais o privilégio da face a face. As nossas relações se ampliaram em número e formatos, nossos deslocamentos estão quase ilimitados e nosso consumo de informação, embora heterogêneo em qualidade e quantidade, está cada vez mais amplificado. E já que não temos condições físicas e psíquicas de dominar todos os conhecimentos, só precisamos saber em quem confiar na hora de tomar decisões, e um bom jornal, que traga a voz de um bom especialista, pode ser a solução.

Desta forma, o jornal ocupa hoje o lugar privilegiado do discurso autorizado e o especialista é a pessoa escolhida pelo repórter ou pelo veículo para garantir a segurança e a credibilidade necessárias ao enunciado proposto. Estas assertivas também foram percebidas nos artigos em análise:

> "Ele (o especialista) está capacitado a ligar estes dois mundos, a academia e o povo, traduzindo para este último o que a ciência sabe sobre ele, que precisa ser esclarecido, referendando-se, assim, a ordem da modernidade. Ou seja, só o especialista pode nos explicar o nosso cotidiano, o que ele propõe como verdadeiro e universal sobre a saúde do brasileiro, fabricações de identidade

> nacional que controlam e regulam subjetividades" (Medeiros; Guareschi, 2008, p. 93).

Mídia perpetuando modelos hegemônicos

O que Oliveira (2012) aponta, a respeito dos sentidos construídos pela mídia sobre a saúde - promoção e os fatores de risco como temas difundidos em larga escala, e sobre os quais se ancora o processo discursivo midiático – nós pudemos perceber também como pontos de destaque levantados nos artigos analisados. Sobre o primeiro aspecto, Menegon (2008) destaca a prevalência do modelo hospitalocêntrico como espaço de promoção privilegiado pela mídia, a despeito das diversas críticas construídas por sanitaristas ao longo da construção do Sistema Único de Saúde, que quer se caracterizar por uma ênfase na Atenção Primária e nos mecanismos de proteção e prevenção da saúde.

> "Em primeiro lugar porque as notícias analisadas *redescrevem* a hegemonia do modelo hospitalocêntrico, reservando lugar periférico aos serviços de saúde que privilegiam a prevenção de doenças e a promoção da saúde (Unidades Básicas de Saúde, Programas de Saúde da Família, Centros de Referência). O segundo aspecto está relacionado aos repertórios utilizados nas notícias para relatar a crise instaurada nos serviços de saúde naquele período e o jogo de posicionamentos dos diferentes atores sociais envolvidos e/ou afetados pela crise" (Menegon, 2008, p. 35).

No entanto, foi interessante perceber também, em artigo que analisa a crise de uma Santa Casa de Misericórdia num estado do Brasil, como esta identidade da promoção e dos espaços a ela destinados pelo SUS ainda é confusa no ponto de vista da população, que assim colabora também para perpetuar essa hegemonia do hospital como espaço privilegiado de cuidado.

> "Assim como o jornal dá maior visibilidade às notícias que envolvem procedimentos hospitalares, também para a população em geral, cuidar da saúde está associado ao hospital e à procura de serviços de saúde para sanar doenças já instaladas e cuidados emergenciais" (Menegon, 2008, p. 37).

Mídia como dispositivo pedagógico x sociedade de risco

A presença dos fatores de risco na mídia pode ser verificada no cotidiano dos enunciados jornalísticos. O enfoque nas condutas de vida (de alimentação, de sono, de

prática ou não de atividade física), antes tidas como naturais, pode ser considerado uma característica informativa do tempo em que vivemos, orientado pela presença onipresente do cuidado médico como certamente o maior de todos os sistemas peritos da contemporaneidade. Focault, quando analisou a invenção da clínica e conceituou o biopoder, já nos antecipava isso. "Como diz Focault (1999), a tecnologia do poder disciplinar tem como objeto a sujeição do corpo do indivíduo, tornando-o dócil, manipulável, enquanto que a tecnologia do biopoder é exercida sobre um corpo, mas não um corpo individual, e sim coletivo" (Medeiros & Guareschi, 2008, p. 88).

Já que estamos nos propondo, com esta análise, observar o observador, ou seja, apreender o que os pesquisadores estão percebendo na relação da mídia com a saúde, nos parece adequada a fala de Vaz (2007) sobre uma possível qualificação nesta mediação, que é por hora o nosso tema. "A questão se torna a de compreender como essas notícias definem a maneira como os indivíduos, hoje, pensam poder lidar com seus prazeres cotidianos para que o futuro de desdobre como cognoscível, calculável e dependente de suas ações" (Vaz et al, 2007, p. 146).

O autodiagnostico foi apresentado por um dos artigos como consequência direta desta definição.

> "O estímulo ao diagnóstico precoce e ao autodiagnostico foi visualizado como recorrente nas matérias analisadas. Uma das matérias recomenda que o indivíduo que responder positivamente a, pelo menos, quatro dos seguintes sintomas (autoras apresentam uma lista de sintomas), procure a ajuda de um especialista" (Soares; Caponi, 2011, p. 443).

O cuidado que a enunciação sobre os fatores de risco nos solicita, a partir da consciência da dimensão dos espaços ocupados por eles em todos os dispositivos midiáticos, cujas pautas já parecem ter um agendamento capilarizado, nos traz também a reflexão sobre a perspectiva moralizante desta produção de sentidos. Ao dizer de que forma as pessoas devem se comportar para terem corpos perfeitos, para viverem mais e com aspecto mais jovial, ou mesmo para terem mais saúde, a mídia pode estar avançando um limite ético que já é mais profundo que a tendência comportamental de seus discursos, que é o limite do sujeito como ser individual, autônomo e não padronizado. Apesar disso, a responsabilidade, é importante lembrar, ainda é desse sujeito.

> "Se por um lado conscientizar as pessoas para o risco é uma responsabilidade dos profissionais de saúde e da mídia, por outro, pessoas conscientizadas são responsabilizáveis por suas decisões reprodutivas. Ou seja, a conscientização é um jogo de mão dupla, em que o objetivo último é a medicalização dos comportamentos pela incorporação da moralidade do risco" (Diniz ; Guedes, 2006, p. 1058).

Discurso jornalístico x científico

Não raras vezes em nossas atividades de pesquisa, ou mesmo na prática como entrevistadores, nós jornalistas nos deparamos com queixas constantes das fontes com as quais fazemos parceria sobre o modo como tratamos a informação recebida. Há, por parte dessas fontes, a consciência de que aquela informação fornecida será 'tratada': editada, reduzida e às vezes, sim, modificada por uma compreensão diferenciada do dado fornecido. Sem julgar o mérito da questão, e sem cedermos à acusação tão genérica e maniqueísta de manipulação de conteúdo, é fato que existe uma tensão residente entre o que as fontes esperam de nós e o resultado final que produzimos a partir da informação que nos é concedida, influenciados por tudo o que já mencionamos sobre valores profissionais e modos de produção do jornalismo. É claro que buscamos a verdade, ou deveríamos buscar, mas neutralidade e imparcialidade há muito são conceitos desmistificados.

O fato é que essa queixa apareceu em um dos artigos analisados com um transbordamento interessante: em nome de uma pressa que caracteriza o modo de operação temporal do jornalismo, o modo-agora, ou mesmo em nome da busca pelo componente inovador da reportagem, e assim uma forma a mais para conseguir audiência, estaríamos trocando gato por lebre, como diz o ditado popular. O problema é que quando se trata de saúde, generalizar ou errar na divulgação de um fato pode ter consequências arriscadas.

> "Ambas as apresentações, científicas e jornalísticas, têm em comum o fato de serem preditoras de risco. Sem as ressalvas necessárias, trazidas apenas nos artigos científicos, as matérias jornalísticas estão divulgando associações estatísticas como certezas, além de ampliarem significativamente a abrangência do risco, conforme ressalta o primeiro exemplo, para portadores de qualquer tipo de câncer" (Soares; Caponi, 2011, p. 439).

Esta divulgação apressada, que é contrária a um aprofundamento responsável dos dados e a uma conferência minuciosa das fontes, pode gerar resultados surpreendentes. Um deles foi apontado num artigo sobre o uso de drogas no Brasil, onde os autores analisaram o

conteúdo veiculado pela mídia e compararam com os dados estatísticos oficiais sobre o assunto no mesmo período das reportagens. "De uma forma geral, de acordo com os resultados encontrados, pôde-se observar que os temas e as principais drogas veiculadas, por diversas vezes, não condizem com dados epidemiológicos brasileiros e mundiais" (Ronzani et al, 2009, p. 1753).

Parte da queixa de cientistas para com jornalistas também se deve a uma espécie de confusão na hora de divulgar os dados de uma pesquisa, baseada em pressupostos moralizantes que não aparecem apenas na hora de condicionar comportamentos, mas na hora questionar os rumos de determinados assuntos, dentre eles práticas de ciência. Neste sentido, a cobertura sobre a ovelha Dolly foi considerada catastrófica em outro dos artigos encontrados.

> "Para utilizarmos um substantivo suave para o teor da mídia ao descrever a clonagem de Dolly, diríamos que faltou, no mínimo, tranquilidade. A tônica foi o medo, a apreensão, e a angústia moral diante de uma técnica cujas possibilidades de mal uso em humanos fizeram relembrar eventos da história mundial de que a humanidade se envergonha" (Costa; Diniz, 2000, p. 156).

Mídia x consumo

Por fim, não poderíamos deixar de mencionar uma forma de perceber a mídia, e aqui de maneira bem geral, que localizamos em nossa busca: aquela que trata a informação como uma mercadoria de valor preponderantemente econômico e a mídia como uma fábrica turbinada deste tipo de produto. "A relação de comunicação mantida pelo meio com o seu leitor é essencialmente determinada pela relação social de consumo que o jornal, enquanto empresa comercial, mantém com o leitor em geral" (Lefévre, 1999, p. 63).

Para o autor, a mídia realiza uma operação de venda travestida de outras intenções, especialmente quando o assunto é saúde e, mais especialmente ainda, quando se trata de consumo de medicamentos. Para legitimar essa prática, da venda implícita de produtos através não da publicidade específica, mas da enunciação jornalística, a mídia estaria usando o jornalista e sua condição de voz oficial como negociador credenciado deste mercado. "O aparente paradoxo então é que esta anti-venda, vista como álibi, confere eficácia ao processo de venda da saúde pelos jornais. Em outros termos, o jornal vende saúde justamente porque não está vendendo, mas informando sobre saúde" (Lefévre, 1999, p. 68).

Considerações finais

Os artigos publicados e selecionados para análise trouxeram um panorama dos temas que mais têm preocupado pesquisadores quando se trata da cultura midiática, especialmente voltada para a área da saúde. Patologias como violência e depressão; comportamentos ilegais e de risco para a saúde como uso de drogas; ocorrência de epidemias; políticas públicas sobre doenças como HIV/Aids; práticas científicas que abordam componentes de saúde como a clonagem; são os temas que estão na pauta da ciência que analisa as mídias. Ou seja, os aspectos epidemiológicos, os transtornos, as formas de enfrentamento das doenças e as inovações na ciência preocupam jornalistas e pesquisadores, a pauta é coletiva.

Um dos artigos, em especial, nos chamou atenção porque vai ao encontro de nosso objetivo geral de pesquisa, que é perceber como a mídia se relaciona com o SUS. O artigo trazia a prevalência da crise dos serviços como tema de destaque da mídia impressa de Campo Grande – MS: Crise dos serviços de saúde no cotidiano da mídia impressa. Por cotidiano, o artigo nomeou a intenção de acompanhar a cobertura jornalística por um determinado período no intuito de que a análise fosse representativa do dia-a-dia. Mas cotidiano também nos dá a ideia de repetição de uma determinada situação, que neste caso é bem-vinda. Um exame acurado diário das páginas dos jornais nos apontaria que a crise dos serviços é um tema recorrente dos noticiários.

Do ponto de vista da essência do jornalismo, que seria em primeira instância denunciar as injustiças sociais através dos fatos e dos acontecimentos, seria compreensível que o sofrimento das pessoas em filas de hospitais públicos; a falta de médicos, de equipamentos, de ambulâncias; os problemas de referência e contra referência; tudo isso existe e deve mesmo ser denunciado. Do ponto de vista de 'o que' ocorre, se somarmos esse sofrimento ao pictórico e ao emocional que caracterizam as coberturas jornalísticas, vemos que há um cenário de desgaste estabelecido que não é uma inverdade. Mas este desgaste é complexo, tem muitas razões não naturalizadas, estruturais, políticas, econômicas e mesmo sociais que não aparecem nas páginas dos jornais, porque a elas não interessa o todo, mas os fragmentos. A depender do apelo social do tema, um assunto pode ser encerrado numa única narração de um fato.

Outra questão que merece destaque é que o universo conceitual no qual se ancoram as análises de mídia. As pesquisas sempre se justificam pelo poder que a mídia tem de constituir realidades e influenciar comportamentos, e por isso devem ser monitoradas. Mas o estudo dos discursos é quase sempre o limite das análises. Não encontramos, por exemplo, nenhum estudo de recepção que apontasse outro elemento da mediação tão importante quanto o emissor e a mensagem: o receptor, que, claro, também é emissor, produtor, interpretador... Isso pode ser um convite para refletirmos sobre as dificuldades de irmos além da pesquisa documental, somando-a a outras possibilidades de estudo.

Referências bibliográficas

AKIRA, F; MARQUES, A. C. O papel da mídia nos serviços de saúde. [Editorial]. São Paulo, Revista Associação Médica Brasileira, v. 55, n. 3, p. 229 – 250, 2009;
ARAUJO, I. S. Máquinas de sentido: processos comunicacionais em saúde. Interface, v.8, n.15, pp. 363-366, 2004.
BOURDIEU, P. Sobre o poder simbólico. In: *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989. P. 7-15.
DINIZ, D; GUEDES, C. Informação genética na mídia impressa: a anemia falciforme em questão. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 4, p. 1055-1062, 2006;
DINIZ, D; COSTA, S. I. F. Mídia, clonagem e bioética. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 155-162, 2000;
GONÇALVES, E. H; VARANDAS, R. O papel da mídia na prevenção do HIV/Aids e a representação da mulher no contexto da epidemia. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 229-235, 2005;
HUYSSEN, A. Passados presentes. In: *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano, 2001. P. 9 - 40;
LEFÈVRE, F. Jornal, saúde, doença, consumo, Viagra e Saia Justa. *Interface*, Botucatu, v. 4, p. 63 – 72, 1999;
MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia.* Barcelona: Gustavo Gili, 1987;
MEDEIROS, P. F. de; GUARESCHI, N. M. de F. A mídia como ferramenta de pesquisa: produção de saberes no cotidiano sobre a saúde das filhas deste solo. *Psicologia & Sociedade*, Belo Horizonte, n.20, edição especial, p. 87-95, 2008;
MENEGON, V. S. M. Crise dos serviços de saúde no cotidiano da mídia impressa. *Psicologia & Sociedade*, Belo Horizonte, n.20, edição especial, p. 32 - 40, 2008;
NJAINE, K; MINAYO, M. C. de S. A violência na mídia como tema da área da saúde pública: revisão da literatura. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, n. 9, v. 1, p. 201 – 211, 2004;
RANGEL, M. L. Epidemia e Mídia: sentidos construídos em narrativas jornalísticas. *Saúde e Sociedade*, São Paulo, v.12, n.2, p.5-17, 2003;
RODRIGUES, A. D. Experiência, modernidade e campo dos media. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf. Acesso em 22.01.2012;
RONZANI, T. M. et al. Mídia e drogas: análise documental da mídia escrita brasileira sobre o tema entre 1999 e 2003. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 5, p. 1751 - 1762, 2009;
SERRA, G. M. A; SANTOS, E. M. Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, n. 8, v. 3, p. 691 - 701, 2003;
SIGNATES, L. Estudo sobre o conceito de mediação. *Novos Olhares*, São Paulo, n. 2, p. 37 – 49, 1998;
SOARES, G. B. Depressão em pauta: um estudo sobre o discurso da mídia no processo de medicalização da vida. *Interface*, Botucatu, v.15, n.37, p.437-46, 2011;

SODRÉ, M. Mídia e Violência Urbana. Rio de Janeiro: FAPERJ, 1994. 203 p. Resenha de: NJAINE, K. Mídia e Violência Urbana. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, p. 508-515, 1994;

BONDÍA, J. L. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, n. 19, p. 19 -28, 2002;

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em Análise do discurso*. Campinas, Pontes/UNICAMP, 1993;

PINTO, M. *Comunicação e discurso:* Introdução á análise de discursos. São Paulo, hacker Editores, 1999;

VAZ, P. et al. O fator de risco na mídia. *Interface*, Botucatu, v. 11, n. 21, p. 145-163, 2007;

OLIVEIRA, V. D. C. Os sentidos da saúde nas mídias jornalísticas impressas. Reciis, v. 6, n. 4, 2013. Disponível em: <http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/731/1392>. Acesso em: 8/6/2013.

----------. As fabulações jornalísticas e a saúde. 2012. No prelo;

HALL, S. A centralidade da cultura: Notas sobre as revoluções do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n.2, p. 15-46, 1997.