



A construção de uma realidade: a cobertura da gripe suína realizada pelo *Jornal Nacional*¹

Ivanna Aguiar de CASTRO²

Christina Ferraz MUSSE³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

O relato de um acontecimento vai além da descrição. Escolhas e condutas profissionais/empresariais fazem parte da produção da notícia. Os eventos em exposição, pelo simples fato de se tornarem de conhecimento público, interferem em comportamentos sociais e no desenvolvimento de outros acontecimentos. Assim, pode-se dizer que as notícias, mais do que refletir, participam da construção de uma realidade possível. Foi o que aconteceu com a gripe suína. Em 2009, muitos brasileiros tomaram conhecimento da doença através do trabalho da imprensa, e, munidos das informações transmitidas pela mídia, passaram a adotar determinadas condutas. Este artigo pretende, através da utilização de alguns indicadores, analisar criticamente como o *Jornal Nacional* levou informações referentes à enfermidade ao público brasileiro.

Palavras-chave: notícia; construção; *Jornal Nacional*; gripe suína; telejornalismo.

1 Introdução

A Gripe A (H1N1) - doença massiva e midiaticamente chamada de gripe suína – foi, em 2009, motivo de preocupação para pessoas em diversas partes do mundo. A enfermidade, até então desconhecida por grande parte da população, provocou a morte de indivíduos em diferentes países. Pelo seu caráter de novidade e pelos óbitos que causou, a doença foi manchete em todos os veículos informativos brasileiros, que ofereceram ao público, diariamente, números crescentes de falecimentos e de pessoas amedrontadas pelo vírus.

Muitos passaram a adotar determinadas condutas a partir das informações e imagens que receberam da imprensa. Temerosos diante de uma doença desconhecida, alguns indivíduos começaram, por exemplo, a usar máscaras em locais públicos, a evitar viagens para localidades em que os casos de contaminação eram numerosos e a diminuir o consumo de alimentos de origem suína.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e pós-graduanda do Curso de Ciências Sociais da UFJF email: ivannadecastro@hotmail.com.

³ Professora doutora da Universidade Federal de Juiz de Fora, email: musse@terra.com.br



Visualizando as notícias divulgadas sobre o fato e os comportamentos sociais estimulados por essa divulgação, questiona-se o modo como os produtos jornalísticos apresentaram a doença à sociedade. A mídia, além de levar informação, suscitou, em alguns momentos, o pânico coletivo. Considerando-se que a imprensa participa da construção de conteúdos que influenciam a sociedade na sua maneira de pensar e agir, de modo a colaborar também, eventual e involuntariamente com desinformações, faz-se necessário questionar o comportamento de veículos e profissionais de comunicação no trabalho de temas de saúde pública.

O objetivo deste estudo é, portanto, analisar e discutir como foi a cobertura da Gripe A (H1N1) pelo telejornal de maior audiência no Brasil - o *Jornal Nacional* – a fim de perceber os acertos e os equívocos do material divulgado. Para isso, propõe-se observar, através da utilização de alguns indicadores quantitativos e qualitativos, quais foram os enfoques das notícias e quanto tempo foi destinado ao assunto durante o período selecionado.

2 A notícia como construção

Muito se estuda e se discute a respeito da definição do que é notícia, o produto principal da atividade jornalística. Entre tantas teorias que se desenvolveram durante o século XX, a notícia já foi compreendida como um reflexo fiel dos acontecimentos da sociedade, idéia trazida pela Teoria do Espelho; também já foi vista como um produto resultante de uma cultura profissional, onde as escolhas subjetivas dos jornalistas definiriam o que seria divulgado, conclusão advinda da pesquisa de David White na década de 1950, autor da Teoria do *Gatekeeper*. Outra corrente que tentou definir a notícia foi a Teoria Organizacional de Warren Breed (1955), a qual interpretou a notícia como um produto que recebe interferência direta das relações sociais existentes entre o jornalista e seu ambiente de trabalho – entendendo, portanto, que a lógica de recompensas e punições, existente em qualquer ambiente profissional, prevalece norteando o trabalho dos produtores da notícia. A partir dos anos 70, vários autores, entre eles Tuchman (1978 apud TRAQUINA, 2005a) e Hall (1978 apud TRAQUINA, 2005a), defenderam a proposta de que a notícia é, na verdade, uma construção da realidade, e não um relato imparcial e fiel do acontecimento.

Sendo a Comunicação Social uma ciência não exata e um campo de estudo novo, e ainda considerando a variedade de interpretações que pode haver diante do termo “notícia”, não há modo de restringi-lo a uma definição, concebida como correta.



No entanto, pela evolução dos estudos, acredita-se que a Teoria Construcionista melhor caracteriza o que é notícia, uma vez que não descarta as contribuições das outras teorias, mas incorpora criticamente o que elas trouxeram de mais relevante aos estudos da área.

Os defensores desta teoria advertem para o fato de que a visão da notícia como o reflexo da realidade é simplista, já que escolhas são próprias do processo de sua produção. O uso de uma linguagem limitada é um dos fatores que impossibilita a tradução fiel dos fatos.

Quando usamos a linguagem, a ciência, o mito ou qualquer outro sistema simbólico para representar ou manipular a realidade, podemos fazer grandes coisas, mas nunca representar a realidade de forma clara. Argumentar que a mídia oferece um acesso não-distorcido e objetivo à realidade não faz sentido. O espelho é obviamente nebuloso, dando-nos reflexos pouco perfeitos de nossa natureza humana, individual e coletivamente. (REAL, 1989 apud BARROS FILHO, 2008, p. 36).

Outros pontos trazidos pela Teoria Construcionista, e que confirmam a ação seletiva da mídia para retratar a realidade, são os fatores tempo e espaço. Eles comprovam a incapacidade da imprensa em abranger todos os temas supostamente relevantes à sociedade, confirmando, então, que a mídia trabalha elegendo alguns acontecimentos. O primeiro ponto, o fator tempo, é dominante na atividade jornalística, a qual precisa relatar o atual respeitando o implacável tempo de fechamento. Já o segundo ponto, o fator espaço, também delimita a atividade, pois, embora os veículos de comunicação dividam o Mundo de forma a melhor responder à imprevisibilidade dos acontecimentos, a mídia não está em todos os lugares onde importantes fatos acontecem. Um exemplo que comprova tal idéia é o modo como países subdesenvolvidos aparecem nos noticiários.

Com exceção do trabalho meritório de algumas empresas jornalísticas, o “resto do país” é notícia, tal como os países do chamado “terceiro mundo”, quando há desordem: desordem natural (por exemplo, cheias); desordem tecnológica (por exemplo, acidentes); desordem social (por exemplo, distúrbios ou cortes de estrada); e desordem moral (por exemplo, crime). (TRAQUINA, 2005a, p. 182).

Além dessas características, atuando no processo de produção da notícia, e, conseqüentemente, da realidade, outros fatores são fundamentais para se analisar. O fato de que os profissionais produzem as notícias levando em conta o que eles acreditam que a audiência gostaria de saber, ou o que eles acham ser de interesse público – audiência presumida (VIZEU, 2005) – é mais uma prova de que a ideia da notícia espelhando a realidade é uma proposta equivocada.



Ainda interferem na seleção dos fatos a serem noticiados os valores-notícia⁴, conceitos que perpassam a “tribo jornalística” (TRAQUINA, 2005b). Esses critérios são utilizados pelos profissionais da mídia como ferramentas que ajudam a filtrar da realidade os fatos que – jornalisticamente – são considerados de interesse público.

Todos esses pontos levantados confirmam que os jornalistas trabalham sim com a realidade, no entanto, as notícias que produzem não são simplesmente o seu reflexo, mas o resultado de um processo complexo de captação e difusão do acontecimento.

Entendemos ser necessário ressaltar que as notícias são uma construção social, onde os discursos são a materialização de operações e construções. Constrangimentos organizacionais, rotinas de trabalho, noticiabilidade, valores-notícia e a cultura profissional são elementos extra-textuais do discurso jornalístico. (VIZEU, 2005, p. 33).

Por causa dessas influências, é incorreto dizer que o que consumimos como notícia é o que de mais relevante aconteceu no mundo. O que consumimos para nos informar é, na verdade, o que os veículos e profissionais de comunicação produziram a partir da seleção que realizaram sobre os inúmeros fatos ocorridos, e é este produto que participa da construção da nossa realidade. Os casos apresentados pela mídia passam a existir na e para a sociedade, e apenas pelo fato de terem se tornado de conhecimento público, esses eventos já interferem no desenvolvimento natural da coletividade. Na contramão, aquilo que não está nos veículos de comunicação, que é indiferente ao público, tem menor chance de exercer influência na realidade.

A representação que a mídia oferece do real afeta, portanto, o cotidiano da sociedade. Se pensarmos que aquilo à que assistimos é apenas uma versão do fato, o qual possibilita demais versões, percebemos que a notícia é capaz de criar para a sociedade apenas uma imagem possível – não uma imagem fiel – da realidade. E a partir dessa realidade interpretada pela mídia as pessoas assumem posturas determinadas.

Não podemos, porém, delegar infinito poder à produção midiática, já que os fatos não são criados pelos jornalistas, mas sim interpretados e relatados. Os profissionais contam histórias, o que não significa dizer que elas são fictícias. O que não há como negar é que essas histórias são marcadas pela cultura dos membros da “tribo jornalística” e pela cultura das organizações onde eles estão inseridos. “As notícias são uma construção social onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldar as notícias”. (TRAQUINA, 2005a, p. 204).

⁴ Para TRAQUINA (2005b) valores-notícia são elementos que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável.



Além disso, a influência exercida pela mídia ocorre de maneira distinta na sociedade. Traquina (2005a) fez um levantamento e concluiu que estudos realizados nas últimas três décadas do século XX apontam que o poder exercido pela imprensa varia sobre as pessoas e sobre os assuntos. “A influência é maior sobre as pessoas que estão mais expostas ao jornalismo e procuram informação; a influência é maior sobre os assuntos sobre os quais as pessoas não têm experiência direta que podem mobilizar”. (TRAQUINA, 2005a, p. 203).

Portanto, o que precisa ser considerado é que, em menor ou maior escala, a ação dos meios de comunicação interfere diretamente na vida dos consumidores de notícia. Como a cobertura informativa trabalha essencialmente com a atualidade, ela passa a agir sobre os fatos que ela estaria limitada a relatar.

3 A Influenza Pandêmica

A gripe suína - nome popular que autoridades da saúde e veículos de comunicação adotaram no início da cobertura sobre a doença – tem, desde outubro de 2009, o nome oficial “Influenza Pandêmica (H1N1)”. O nome foi convencionado pelo Informe Epidemiológico de Outubro de 2009, documento divulgado pelo Ministério da Saúde. (INFORME..., 2009). Por isto, embora sejam inúmeros os nomes que se referem à doença – gripe suína, nova gripe, gripe A ou gripe do porco, por exemplo – este trabalho tratará a enfermidade pelo seu nome oficial.

De acordo com o *site* do Ministério da Saúde (MS), a Influenza Pandêmica é definida da seguinte forma:

É uma doença respiratória aguda (gripe), causada pelo vírus influenza A (H1N1), um novo subtipo do vírus da influenza, transmitido de pessoa a pessoa, principalmente por meio da tosse ou espirro e do contato com secreções respiratórias de pessoas infectadas. (PERGUNTAS..., 2009).

Um levantamento cronológico feito pela Organização Mundial de Saúde (OMS) revela que os primeiros casos da doença surgiram no México, no dia 18 de março de 2009, sendo a primeira morte registrada no dia 12 de abril do mesmo ano. (CHRONOLOGY..., 2009). O presidente mexicano falou sobre a doença pela primeira vez, em rede nacional, no dia 23 de abril, tornando pública a enfermidade.

Em 11 de junho de 2009, a OMS declarou que a Influenza Pandêmica era a primeira pandemia do século XXI. De acordo com o boletim divulgado pela organização, no dia 8 de novembro, mais de 503.536 casos da doença foram notificados



em todo o mundo, com pelo menos 6.260 mortes registradas em 206 nações. (PANDEMIC..., 2009b).

No dia 16 de julho de 2009, o MS brasileiro declarou que o vírus da Influenza já circulava no país. Dessa data até o dia 30 de setembro do mesmo ano, o órgão confirmou a notificação de 68.806 casos da doença nas cinco regiões do Brasil. A semana de maior incidência da enfermidade compreende os dias 27 de julho a 2 de agosto de 2009, período que registrou uma incidência de 23 casos para cada 100 mil habitantes. A partir de então os registros da enfermidade foram diminuindo progressivamente no país. (INFORME..., 2009).

A imprensa notificou o aparecimento dos primeiros casos, apresentou os sintomas, as formas de prevenção, e atualizou a população – literalmente a cada minuto – sobre o número de casos confirmados em todo o planeta. Ao apresentar o fato à sociedade, além de informar, a mídia – consequentemente – interferiu na realidade, pois colocou o assunto em discussão e estimulou determinados comportamentos sociais.

Essa contextualização se faz necessária para que possamos tomar conhecimento da proporção da doença, relacionando esse acontecimento mundial à cobertura do caso no telejornal de maior audiência no Brasil, uma vez que foi através desse veículo que uma grande parcela da população brasileira tomou conhecimento e se informou sobre a Influenza Pandêmica (H1N1).

4 O Jornal Nacional

São várias as pesquisas que quantificam o poder de penetração da televisão nos lares brasileiros. De acordo com Xavier (2006 apud FREITAS, 2008), cerca de 90% da população do Brasil tem uma TV em casa: “São cerca de 70 milhões de aparelhos, instalados em 38 milhões de lares. A TV alcança cerca de 150 milhões de brasileiros que não têm acesso a qualquer outro veículo de comunicação”. (XAVIER, 2006 apud FREITAS, 2008, p. 8). Diante da grande abrangência desse veículo, o telejornalismo também ganha destaque, aparecendo como fonte principal de informação para 56% da população brasileira⁵.

Dentro desta realidade está o *Jornal Nacional* (JN), líder de audiência no horário. De acordo com pesquisas da emissora, 57% das televisões brasileiras ligadas

⁵ “Pesquisa da agência de notícias *Reuters*, da *Rede Britânica BBC* e dos *Media Centre Poll da Globescan*, realizada em dez países, mostra que a televisão é a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados brasileiros”. (CORREIA; VIZEU, 2008, p. 11).



durante a transmissão do JN estão sintonizadas nesse telejornal.⁶ (AUDIÊNCIA..., 2009). A partir desses números, optou-se por analisar a cobertura jornalística sobre a Influenza Pandêmica neste telejornal, uma vez que grande parcela da população brasileira se informou sobre o tema através do JN.

O JN está disponível a todos os brasileiros com acesso à energia elétrica e a uma televisão diante dos olhos. [...] Nisso, o JN se afasta abissalmente dos jornais impressos, que dependem de uma logística de distribuição física própria para vencer a geografia e chegar aos leitores. Jornais impressos são pagos, enquanto o JN é gratuito. [...] Mas e o rádio? [...] Em ondas curtas ele chegará aos mesmos rincões em que a parabólica é necessária para ver TV. Mas sem imagem – e com menos qualidade de som. [...] Os sites de informação dependem de leitores alfabetizados, informatizados e conectados à internet. (BONNER, 2009, p. 15).

Como forma de selecionar da realidade os fatos que serão noticiados no JN, Bonner (2009) elenca quatro critérios “primários”, que são, na verdade, os valores-notícia compartilhados pela “tribo jornalística” e utilizados na produção desse telejornal. São eles: (i) *abrangência*, valor que define que quanto maior o universo de pessoas atingidas por um fato maior será a probabilidade de ele ser publicado; (ii) *gravidade das implicações*, que define que quanto maior for um incêndio, ou quão pior for o desempenho dos alunos no ENEM, por exemplo, maior a possibilidade de ser noticiado; (iii) o *caráter histórico do fato*, que significa dizer que as notícias de valor absoluto, como por exemplo a morte de um papa, têm lugar garantido no telejornal; (iv) e, por fim, a *importância do todo*, que refere-se ao valor de um fato em comparação à importância dos outros acontecimentos, pois, determinado número de vezes, assuntos relevantes deixam de ser noticiados porque outros fatos mais importantes – de acordo com os critérios citados – ocupam esse espaço no telejornal.

Um tema referente à saúde pública, que envolve tantos brasileiros e que apresenta implicações graves para a população - como é o caso da Influenza Pandêmica (H1N1) – tem, portanto, presença garantida nesse telejornal.

5 Estudo de caso

Para possibilitar o estudo de caso, optou-se por selecionar três semanas não consecutivas do JN. A primeira semana escolhida teve como critério a aparição inicial do assunto de Influenza Pandêmica (H1N1) no telejornal, que ocorreu no dia 24 de abril. Como o dia 24 de abril é uma sexta-feira, essa primeira semana de análise ficou

⁶ O JN é veiculado de segunda a sábado, a partir das 20h15, e sua duração varia entre 31 e 35 minutos diários.



estendida, pois compreendeu a sexta (24/04/09) e o sábado (25/04/09), e mais a semana (segunda a sábado) que teve início no dia 27 de abril.

A segunda semana selecionada para ser analisada é a que vai do dia 27 de julho ao dia 1º de agosto – 14 semanas após a primeira semana selecionada – e sua escolha teve como critério os dados do MS, que mostram esse período como sendo o de maior incidência da doença no Brasil. Após essa semana, os dados revelam que a contaminação de brasileiros pelo vírus começa a diminuir progressivamente.

Para analisar como é a cobertura nesse momento de diminuição do número de casos – ou período de “boas notícias” – a terceira semana selecionada foi a que teve início no dia 5 de outubro – 14 semanas após a segunda semana selecionada – para que os intervalos utilizados na análise fossem os mesmos.

A proposta desse estudo de caso é verificar como foi apresentado o tema e como se desenvolveu a cobertura durante as semanas, observando as mudanças de foco das matérias e a evolução do tempo destinado ao assunto. O material foi consultado através do *site* do telejornal, que disponibiliza ao público as matérias em vídeo e em textos.

5.1 Tempo destinado ao assunto

Como cada semana selecionada refere-se a uma realidade (a primeira é a do aparecimento da Influenza Pandêmica, a segunda é a do nível recorde de incidência no Brasil, e a terceira é a de queda no número de casos no país), espera-se – e isso acontece de fato – que a cobertura se diferencie nesses dois intervalos de 14 semanas. Para analisarmos como se desenvolveu o trabalho do tema no JN durante o período, optou-se por dividir o material de análise em grupos menores: as semanas. Dessa forma, os grupos serão identificados no estudo pelos nomes: “Semana 1”, “Semana 2” e “Semana 3”, respeitando a ordem cronológica em que elas aconteceram.

Em relação ao tempo, observou-se que na Semana 1 foram realizadas 24 abordagens relativas à Influenza Pandêmica, sendo 20 em formato de matéria gravada⁷, 1 de *stand up* gravado⁸, 1 entrevista ao vivo⁹ (externa) e 2 entradas ao vivo¹⁰. Dessa forma, o tema teve na Semana 1 um espaço de 55 minutos e 27 segundos no JN.

⁷ Matéria gravada refere-se ao produto telejornalístico onde o repórter narra o fato enquanto imagens gravadas e editadas previamente (antes da transmissão) são apresentadas ao público.

⁸ *Stand up* é um dos formatos da reportagem telejornalística, identificado pela presença do repórter no vídeo narrando o fato, sem cortes e, portanto, sem edição. Em geral, o repórter aparece em pé. O *stand up* pode ser gravado ou transmitido ao vivo.

⁹ Os apresentadores realizam uma entrevista em tempo real. Nesse caso, o entrevistado não estava na bancada com os apresentadores, mas em um ambiente externo.

¹⁰ Entrada ao vivo é quando o fato é transmitido em tempo real por um repórter em uma localidade diferente à do estúdio onde estão os apresentadores.



Dividindo pelos oito dias que formam a Semana 1 – a qual inclui, por motivos já mencionados, a sexta e o sábado da semana anterior – chega-se a uma média de 6 minutos e 54 segundos diários de atenção ao assunto. Isso representa 20,9% do tempo total do telejornal¹¹.

Na Semana 2, o assunto foi trabalhado em 7 abordagens, sendo 6 delas em formato de matéria gravada e 1 nota seca¹². O sábado – dia 1º de agosto – não apresentou nenhuma referência ao tema. O tempo total destinado ao assunto na Semana 2 foi de 12 minutos e 4 segundos, o que significa uma média diária de 2 minutos e 6 segundos destinados à Influenza Pandêmica. Comparando esses dados ao tempo médio do telejornal, verifica-se que a gripe representou, nessa semana, 6,36% do tempo diário do JN. Já na Semana 3 não houve nenhuma menção ao tema.

A diminuição considerável de tempo dedicado ao trabalho da Gripe Pandêmica no telejornal entre a Semana 1 e a Semana 2 (redução de 78,22%) leva-nos a uma possível interpretação: a cobertura da gripe pelo JN voltou-se mais para a apresentação da novidade (factual) do que para a divulgação de notícias voltadas à discussão do assunto com mais profundidade (orientações para se prevenir a doença, por exemplo). É justificável uma cobertura ampla do tema na Semana 1, quando era necessário apresentar um fato de abrangência mundial e de implicações graves – valores-notícias assumidamente usados na produção desse telejornal. No entanto, seria ainda mais justificável uma vasta cobertura do assunto na Semana 2, momento em que a população brasileira enfrentava o maior grau de incidência da gripe. Isso significa que as notícias da nossa amostra deram maior enfoque à doença e à novidade de sua aparição, e atuou menos como um serviço de conscientização do público, um espaço onde a população pudesse tirar suas dúvidas em um momento crítico.

O desaparecimento do tema no telejornal na Semana 3 leva-nos também a interpretar que a cobertura voltou-se para o alarmismo, para a divulgação de números crescentes de doentes. É importante ressaltar, no entanto, que seria ingênuo defender a realização de uma cobertura extensa da doença durante a Semana 3, já que o jornalismo, usualmente, é feito de novidade. O que se busca mostrar, no entanto, é que essa postura, comum e inerente à atividade, é responsável por criar um agendamento irresponsável:

¹¹ Se considerarmos que o tempo do telejornal varia entre 31 e 35 minutos (BONNER, 2009), temos um tempo médio de 33 minutos por dia de conteúdo de JN.

¹² Nota seca é uma informação transmitida apenas com a imagem do apresentador no vídeo.



após levar pânico às pessoas, as mesmas passam a não ter mais informações sobre o assunto, o que seria benéfico para tranquilizar a sociedade.

5.2 O enfoque das notícias

Quanto ao enfoque da cobertura, criou-se um critério de classificação das notícias a fim de facilitar a análise. Dividiram-se os temas que apareceram no período selecionado em seis grupos:

1 – Doentes: quando as notícias trouxeram informações de casos suspeitos, casos confirmados e mortes provocadas pela Influenza Pandêmica. Nesse grupo também se incluem as informações sobre países ou estados brasileiros afetados pela doença;

2 – Definição: quando as notícias apresentaram informações sobre as características da doença (origem, formas de contágio, grupos de risco e sintomas);

3 – Orientações: quando as notícias foram de serviço à população, orientado-a com informações de prevenção, de locais de socorro e de alerta ao perigo da automedicação;

4 – Medo da população: quando as notícias trouxeram informações sobre a preocupação das pessoas em viajar, em ir a locais públicos e em serem contaminadas;

5 – Confiança da população: quando as notícias trouxeram informações sobre doentes recuperados, pessoas que estavam vivendo normalmente;

6 – Políticas públicas – quando as notícias apresentaram informações sobre ações dos governos para combater ou prevenir a doença (compra de remédios, produção e distribuição de vacinas, criação e reunião de comitês de combate à doença).

Mais de um enfoque pode ter sido dado à mesma matéria.

Ao recuperar e assistir a todas as notícias de Influenza Pandêmica nos intervalos selecionados, percebe-se que na Semana 1, das 24 notícias sobre a enfermidade, 19 falaram sobre “doentes”, num total de 79,16% das matérias. Uma matéria gravada de 4 minutos e 4 segundos tratou exclusivamente do assunto. Esse critério também foi o mais presente na Semana 2, na qual, das 7 vezes em que se falou em Influenza Pandêmica, 6 citaram “doentes” (85,71%), sendo uma nota seca de 12 segundos utilizada exclusivamente para se apresentar números de mortes no Brasil. Esses dados nos permitem dizer que a maior parte da cobertura da Influenza Pandêmica no JN trabalhou, em algum momento, com a contagem de pessoas enfermas e de mortes, como é possível observar na matéria “Como os EUA estão enfrentado a gripe suína”:



Essa é a informação oficial da Organização Mundial de Saúde: 257 casos confirmados em 11 países, sendo seis na Europa. Hoje a Suíça e a Holanda confirmaram que têm pacientes internados com a doença. Mais cedo, autoridades peruanas informaram o primeiro caso na América do Sul. (MORRONE, 2009).

Excluindo-se a matéria “Gripe suína: México reduz número de mortos” e “Temor da gripe muda vida no México”, nas quais o critério “doentes” teve um enfoque positivo – redução dos casos – todas as outras falaram em números crescentes de pessoas contaminadas. A postura de levar à população apenas informações sobre o crescimento da doença (uma vez que não se fala na redução do número de infectados na Semana 3) nos possibilita identificar uma tendência alarmista da cobertura.

Outro fato observado nessa divulgação de número de casos suspeitos, confirmados, ou de mortes, é que em nenhum momento do nosso recorte esses valores foram apresentados de forma contextualizada. Em outros termos, não se relacionou o número de mortes ao número de infectados (para se saber o grau de letalidade da doença), ou ainda, por exemplo, o número de contaminados diante do tamanho da população brasileira. Outra abordagem possível de ter sido utilizada seria a comparação entre o número de óbitos provocados pela Influenza Pandêmica e o número de mortes causadas pela gripe comum no mesmo período. Isso possibilitaria ao telespectador relativizar o problema. A informação de números descontextualizados cria na população a ideia de que ela está vivendo uma situação mais perigosa, mais preocupante.

Em segundo lugar no *ranking* de critérios mais trabalhados na cobertura está o de “políticas públicas”, que foi apresentado em 66,66% das matérias sobre o tema na Semana 1 e em 57,14% da cobertura da Semana 2. Isso se deve a um questionamento constante da mídia: o Brasil estaria preparado para receber essa pandemia? O que estava sendo feito para evitar a propagação, e a quais serviços públicos os contaminados pelo vírus poderiam ter acesso?

A partir da análise desses números, uma constatação possível é a de que, como é de costume dos produtos jornalísticos, o JN funcionou como uma ferramenta de fiscalização do serviço público em mais da metade da cobertura sobre a Influenza Pandêmica, apresentando políticas públicas de combate à doença, suas deficiências e, de alguma forma, atuando na “cobrança” de soluções para esses problemas relatados.

O terceiro enfoque mais trabalhado em nosso recorte foi o de “orientações”, o qual representou 45,8% da cobertura da Semana 1, e 57,14% da Semana 2. Esse critério



é entendido como sendo de caráter positivo, uma vez que explica para a população o que fazer para evitar a doença e como agir em caso de contaminação.

Quanto ao critério “definição”, observou-se que ele apareceu 7 vezes na Semana 1 – o que representa 29,16% do espaço da cobertura – e 3 vezes na Semana 2 – o que significa 42,8%. Também é um critério de caráter positivo, de esclarecimento da população, que precisa saber o que é e como se dá a doença. O que se observa nesses dados é que na Semana 1, a de apresentação da doença para a sociedade, menos de um terço das notícias trabalharam para elucidar a população sobre o fato.

Não nos cabe julgar se o espaço destinado a esses dois últimos critérios foi suficiente ou não, pois isso nos exigiria um trabalho de recepção. O que esse levantamento nos mostra é que o público tomou mais contato com tragédias do que com informações educativas e que o orientassem para agir diante do vírus. Essa constatação demonstra um grau alarmista e um tom sensacionalista da cobertura.

O “medo da população” foi apresentado em 9 das 24 notícias da Semana 1 (37,5%) e em 1 das 7 notícias da Semana 2 (14,2%). É necessário relativizar esses números para melhor analisá-los, porque também não podemos avaliar se foi muita ou pouca aparição. O fato é que a “confiança da população” apareceu em apenas 1 notícia da Semana 1 (4,16%) e em nenhum momento da Semana 2. É compreensível que a preocupação da população seja mostrada no JN, uma vez que a Influenza Pandêmica deixou as pessoas em alerta, até mesmo porque a todo o momento falava-se em pandemia. No entanto, boas oportunidades para se falar na recuperação dos doentes não foram utilizadas, como na matéria “Gripe suína: México reduz número de mortos”, do dia 29 de abril, onde se citou um paciente recuperado, mas se exploraram apenas os problemas das políticas públicas:

O paciente número zero da gripe suína voltou a brincar. Edgar Hernandez, de cinco anos, foi a primeira pessoa a ter a doença confirmada. No vilarejo de La Gloria, onde mora, no estado mexicano de Vera Cruz, há uma grande criação de porcos. A mãe de Edgar reclama das autoridades, que teriam demorado a informar o que estava acontecendo. As críticas se repetem por todo o país: as medidas tomadas pelo governo foram consideradas tardias e ineficientes. (BOCARDI, 2009).

Uma tendência sensacionalista é observada nesse material, que explorou apenas as características negativas do fato. Não podemos, no entanto, deixar de considerar as matérias responsáveis com o público, que não se prenderam a números de contaminados e de mortes causadas pelo vírus. Nesse período existiram notícias de



orientação à população, de esclarecimentos importantes, de contextualização. Isso pode ser verificado, por exemplo, na notícia “Médico esclarece dúvidas sobre a gripe suína”, do dia 28 de abril, que trouxe uma entrevista com um infectologista, o qual informou à população que não era necessário ter pânico; explicou o que significava o nível 4 de alerta da OMS e ainda informou sobre os problemas causados pela automedicação.

É importante ressaltar, portanto, que nesse estudo os equívocos da cobertura foram destacados, o que era o objetivo central do trabalho. Pontos positivos também estiveram presentes no recorte, os quais não foram igualmente trabalhados para não se perder o foco da análise. O que se pretende dizer é que não é finalidade deste trabalho criar uma imagem negativa do JN, telejornal de referência entre o público e entre os profissionais da área. Ao ressaltar os equívocos da cobertura, o artigo teve a intenção de criar discussões produtivas em torno dos erros, a fim de enriquecer o estudo.

Vale ainda considerar que este trabalho não analisou – por problemas de espaço - as imagens e as fontes utilizadas nas notícias, material que também participa ativamente da transmissão de conteúdos e ideias.

6 Considerações Finais

As notícias vão além de retratar a realidade. Incapazes de divulgar objetivamente um fato, já que escolhas e processos fazem parte de sua produção, o trabalho jornalístico tem a capacidade de criar para a sociedade um relato possível – não o real – do acontecido. E o público, ao tomar contato dessa reprodução de Mundo, passa a agir influenciado por aquilo que recebe da mídia.

A partir da divulgação de uma informação que lance mão, mesmo que de forma sutil, de características que evoquem o alarmismo, a falta de contexto, o escândalo e o medo, uma sociedade de pânico pode ser construída. Essa realidade não é exclusiva do JN – nosso objeto de estudo - mas de um jornalismo marcado hoje pela pressa nas redações, pela superficialidade das apurações e pelo trabalho de jornalistas com formação deficiente.

Quantitativamente, foi possível perceber em nosso estudo de caso que a cobertura do JN referente à Influenza Pandêmica trabalhou, durante todo o tempo, mais o enfoque “doentes” – que envolve números de pessoas contaminadas ou mortas pela enfermidade – que as angulações “definição” e “orientações”, as quais se referem a esclarecimentos da doença e a métodos de prevenção e tratamento.



Essa realidade é vista como preocupante. No caso da cobertura jornalística da Influenza Pandêmica, acredita-se que a postura mais adequada da imprensa – em geral – seria oferecer dados confiáveis e imprescindíveis para a população, para que, a partir do conhecimento dessas informações, as pessoas pudessem se sentir seguras a agir perante a realidade. Por isso, defende-se que tais dados imprescindíveis ao público seriam os que fazem parte dos critérios “orientações” e “definição”, angulações menos recorrentes nas matérias analisadas.

Ainda que com falhas, não se pode, no entanto, desconsiderar o trabalho de esclarecimento da doença realizado pelo JN. A situação era mesmo preocupante, devido ao fato de a doença ser, até então, desconhecida. Com o estudo de caso pôde-se também constatar que é realmente muito estreito o limite entre aquelas informações que conseguem auxiliar as pessoas e aquelas que potencializam o pânico na população.

É arriscado propor nessas considerações finais um jornalismo de saúde pública diferente do encontrado hoje no Brasil: existe um modelo alternativo ideal, mais prudente e responsável com o público, e há a forma viável e, por isso, presente hoje nas redações. A pressa, a busca pela novidade e a recorrência constante às notícias negativas são características inerentes à atividade jornalística. Seria ingênuo pensar em uma cobertura que não tratasse das mortes causadas pela gripe ou que não se pautasse nas notícias alarmantes. No entanto, mesmo aceitando as limitações do jornalismo, é válido se discutir os pontos que não estão satisfatórios nesse tipo de cobertura.

Essa foi a proposta do estudo. Mais do que negar nosso jornalismo atual, acredita-se que a contribuição deste artigo está em trazer o assunto à discussão crítica, pois entende-se que o debate acadêmico pode ser muito útil para a formação de profissionais mais preparados para lidar com o jornalismo praticado no mercado.

7 Referências bibliográficas

AUDIÊNCIA e Perfil. **Rede Globo**. 2009. [s.n.t]. Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_ap.php>. Acesso em: 17 nov. 2009.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Summus, 2008.

BOCARDI, Rodrigo. Gripe Suína: México reduz número de mortos. 29 abr. 2009. 2009a. **Jornal Nacional**. Disponível em: <<http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1103537-10406,00-GRIPE+SUINA+MEXICO+REDUZ+NUMERO+DE+MORTOS.html>>. Acesso em 19 set. 2009.



BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BUENO, Wilson da Costa et al. Divulgação de saúde na imprensa brasileira: expectativas e ações concretas. **Portal do jornalismo científico**, 2000 [s.n.t] Disponível em: <http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_saude/artigo5.php> Acesso em: 26 set. 2009.

CHRONOLOGY of Influenza A (H1N1). **Organização Mundial de Saúde**. 2009. [s.n.t]. Disponível em: <[http://www.searo.who.int/LinkFiles/Influenza_A\(H1N1\)_Chronology_of_Influenza_A\(H1N1\).pdf](http://www.searo.who.int/LinkFiles/Influenza_A(H1N1)_Chronology_of_Influenza_A(H1N1).pdf)>. Acesso em: 16 nov. 2009.

CORREIA, João Carlos; VIZEU, Alfredo. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do Telejornalismo**. 1. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008, p. 11-28.

FREITAS, Flávia. Mídia e Saúde: a notícia de saúde no MGTV 1ª edição (Rede Globo), uma análise sobre o jornalismo público e sensacionalista. 2008. **Projeto Radix**. [s.n.t] Disponível em: <http://www.projektoradix.com.br/arq_artigo/textos/texto12.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2009.

INFORME Epidemiológico de Outubro de 2009. 2009. **Ministério da Saúde** [s.n.t]. Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/informe_40_influenza_pandemica__19out2009_atual.pdf> Acesso em: 16 out. 2009.

MORRONE, Juliana. Como os EUA estão enfrentado a gripe suína. 30 abr. 2009. 2009. **Jornal Nacional**. [s.n.t]. Disponível em: <<http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL1105202-10406,00-COMO+OS+EUA+ESTAO+ENFRENTADO+A+GRIPE+SUINA.html>>. Acesso em: 30 set. 2009.

PANDEMIC (H1N1) 2009 – update 74. **Organização Mundial de Saúde**. 2009b. [s.n.t]. Disponível em: <http://www.who.int/csr/don/2009_11_13/en/index.html> Acesso em 10 out. 2009.

PERGUNTAS e Respostas. **Ministério da Saúde**. 2009. [s.n.t] Disponível em: <http://portal.saude.gov.br/portal/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=32754&janela=1> Acesso em: 12 out. 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Vol. I, 2. ed. Editora Insular, 2005a.

_____. **A tribo jornalística**: uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. II, 2. ed. Editora Insular, 2005b.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Editora Calandra, 2005.

