



Saúde como Notícia: o SUS e suas Imagens na Mídia Impressa Goianiense¹

Kalyne MENEZES²
Tâmara R. Q. WANDERLEY³
Claudomilson F. BRAGA⁴
Universidade Federal de Goiás, UFG, GO

RESUMO

Comunicação e Saúde se interligam de diversas maneiras e influenciam a sociedade de modo individual e coletivo. O jornalismo sobre saúde possibilita ao leitor consciência sobre os serviços de saúde e, ainda, pode influenciar e promover mudanças coletivas para uma vida mais saudável. Este trabalho apresenta uma análise do Sistema Único de Saúde (SUS) a partir de notícias coletadas, durante um ano, em três jornais diários de Goiânia, buscando verificar quais os principais temas e enfoques dados por estes veículos. A partir da análise, procurou-se estudar como os serviços de saúde pública na capital são retratados, sob a ótica da Secretaria de Saúde de Goiânia, órgão gestor do SUS no município. Este trabalho apoia-se, para tanto, em estudos sobre saúde coletiva, rotinas produtivas do processo de produção de notícias, jornalismo impresso e outros conceitos relevantes ao tema.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, jornal impresso, saúde, SUS, imagem.

INTRODUÇÃO

A cobertura jornalística de saúde é marcada por assuntos que permeiam tanto os riscos e ameaças em saúde quanto os hábitos saudáveis e qualidade de vida; e, principalmente no cenário goianiense, a maneira como os serviços do Sistema Único de Saúde (SUS) são ofertados à população, como um *produto*. Isso coloca em discussão a imagem do SUS na mídia, visto que, além de ser um sistema recente, envolve não apenas serviços de maneira integral e gratuita à população, mas também busca

¹ Trabalho apresentado no DT 1 - Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Jornalista graduada pela Universidade Federal de Goiás – UFG. Mestranda em Comunicação, linha Mídia e Cidadania, UFG, email: mskalyne@gmail.com.

³ Estudante de Graduação do Curso de Relações Públicas, UFG. E-mail: tamara.wanderley@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Graduado em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Fernando Pessoa. Porto/Portugal. Doutor em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás PUC Goiás. Professor da Pós-Graduação em Comunicação (Especialização / Mestrado) da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia e Coordenador do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás – UFG. E-mail: milsonprof@gmail.com.



desenvolver uma consciência e uma educação em saúde, de maneira que a população tenha um atendimento humanizado, mas também participe ativamente das discussões em torno da saúde coletiva, de modo a assumir corresponsabilidade do sistema e a construir um SUS melhor em todos os aspectos.

Partindo desse princípio e da representação do SUS na mídia goianiense, o estudo procurou identificar nos jornais impressos de Goiânia quais os temas mais abordados pelos veículos de comunicação e, ainda, de que maneira esses temas aparecem. Por meio da pesquisa de campo, pretendeu-se identificar o peso das matérias jornalísticas com relação ao enfoque noticioso; se o SUS aparece de maneira positiva, negativa ou neutra. O estudo procurou também entender como se dá a cobertura de notícias de saúde pública pelos jornais diários, e qual o espaço que o SUS em Goiânia tem nesses veículos.

O intuito inicial é apontar caminhos para investir em determinados assuntos e projetos, a partir da imagem do SUS que é veiculada nos jornais. Nessa direção, considera-se o espaço do jornal como um lugar de geração de sentidos, tomada de consciência, formação de opinião e, também, de reflexão sobre os serviços públicos de saúde.

COBERTURA JORNALÍSTICA DE SAÚDE

A comunicação em saúde pode ser vista como uma relação de troca de ideias que favorecem o contato entre o pensamento sanitário e o pensamento do senso comum, influenciando ambos e possibilitando o avanço de uma consciência coletiva sobre as questões de saúde e doença em uma dada formação sociocultural (LEVREFE et al, 2010). Para o avanço dessa consciência, não podemos desconsiderar as diversas representações sociais sobre saúde e doença do grupo a que o indivíduo pertence.

Como destaca Luiz,

A importância dos meios de comunicação na construção do universo simbólico tem sido reconhecida por diversos segmentos, principalmente por aqueles que disputam, no âmbito da sociedade, formulações próprias e defesas de pontos de vista específicos... Dentre as inúmeras matérias nos jornais diários sobre saúde, muitas se referem a estudos médicos cujas fontes são publicações científicas e têm como foco a informação sobre um novo risco, protetor ou deletério à saúde. (LUIZ, 2007, p.718)

Dessa maneira, podemos considerar que o papel das instituições da mídia é tão fundamental na sociedade que é difícil imaginar o que seria viver em um mundo sem os meios midiáticos. Thompson (2007) destaca que as indústrias da mídia são essenciais



para a produção e circulação das formas simbólicas na sociedade. Para ele, os personagens que são apresentados na mídia se tornam “pontos de referência comuns para milhões de indivíduos que podem nunca interagir um com o outro, mas que partilham, em virtude de sua participação numa cultura mediada, de uma experiência comum e de uma memória coletiva”. (THOMPSON, 2007, p 219)

Considerando esse contexto, e a internacionalização das notícias, ocorre também o que Tófoli (2008) chama de *mimetismo midiático*, ou seja, uma imitação, reprodução das notícias pelas mais variadas mídias. Os meios de comunicação se pautam coletivamente em um determinado assunto e o reproduzem entre si, muitas vezes sem checar informação, baseado apenas em outra notícia já publicada por outros meios de comunicação. Os jornais impressos, assim como as outras mídias, são os principais “promotores da agenda do público” e definem amplamente o âmbito do interesse público (WOLF, 2008, p. 163).

Na cobertura jornalística, tomando como eixo o nosso estudo, vale destacar que Traquina (2005) coloca o jornalismo como uma prática discursiva, pois os jornalistas são mediadores que se comunicam através de fronteiras de classe, étnicas políticas e sociais existentes numa sociedade. Destaca, ainda, que os jornalistas “formam hábitos mentais, maneiras de ver” e têm “óculos particulares” (p. 46), que veem, através de uma seleção própria, algumas coisas e não outras.

O jornalismo é marcado pelo tempo, que condiciona todo o processo de produção das notícias, que são um bem altamente perecível. Como o jornalismo é marcado por horas de fechamento, *deadline*, o imediato, que é o tempo entre o acontecimento e o instante de transmissão da notícia, age como medida de combate à perda do valor da informação. Ponte (2005) declara que o jornalismo é um conhecimento social que “implica uma visão ideológica, implica um posicionamento ético e político sobre a realidade” (PONTE, 2005, p 107).

Fala-se ainda em *agendamento*, que está associado ao mimetismo e consonância – que são caracterizados pela repetição e imitação dos veículos e informações - do conteúdo noticioso. Segundo aponta Nery e Temer (2009), os meios de comunicação apresentam ao público uma seleção de assuntos dos quais é necessário ter uma opinião e discutir. Expostos os assuntos pela mídia, “o receptor tende a aceitar a representação apresentada pela mídia como a única possível, principalmente nos assuntos ou locais e



situações sobre os quais não tem outra fonte de informação” (NERY & TEMER, 2009, p. 73).

Segundo argumenta Sousa (2006), a teoria da *Agenda Setting* mostra que existem efeitos cognitivos diretos, considerando determinados assuntos são abordados e certas circunstâncias da notícia. Assim, com base nos estudos de McCombs e Shaw, Sousa (2006), aponta que quanto maior é a ênfase dos media sobre um tema e quanto mais continuada é a abordagem desse tema, maior é a importância que o público lhe atribui na sua agenda.

O agendamento examina até onde a mídia determina a agenda. Indaga também quem determina a agenda ou pauta jornalística (grupos de interesses que têm influência sobre o que sai nos veículos midiáticos). Traquina (2005) deixa claro que os estudos sobre o agendamento devem ser entendidos como estudos sobre os media noticiosos e respectivos conteúdos jornalísticos.

Na verdade, as notícias são denominadas como construções narrativas, histórias, uma realidade seletiva. O agendamento permite a seleção, reconhecer quais os acontecimentos possuem valor como notícia. Para Traquina (2005), a teoria do agendamento funciona como uma redescoberta do poder do jornalismo, no qual o jornalista se transforma em construtor da realidade. Não se limita a um jogo de espelhos, mas ao mesmo tempo em que o jornalismo pauta a sociedade, é pautado por ele.

Na produção de notícias, Wolf (2008), enfatiza que os *mass media* fornecem mais do que um número de matérias jornalísticas. Além disso, também expõem categorias em que os destinatários podem facilmente colocar essas notícias, atribuindo significados a elas. Ainda na perspectiva do newsmaking, Wolf destaca que a hipótese “realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos mass media, e as experiências em pessoal e diretamente vividas pelos indivíduos” (WOLF, 2008, p. 145). Na abordagem do fazer notícia, também estão envolvidas a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos, o que influencia de maneira direta o leitor/receptor das mensagens.



Outro fator determinante para a escolha de assuntos a serem abordados na imprensa é a rotina de produção de notícias. Os jornalistas tendem a seguir rotinas de produção e, também, como aponta Sousa (2006), consagra mais espaço às opiniões dominantes, reforçando-as e fazendo com que pareçam um consenso social. Assim, podem privilegiar as opiniões que *parecem* dominantes, que tendem a ser expressas nos veículos de comunicação.

Informações partilhadas, antes de chegarem ao público-alvo, passam por uma série de filtros que a lapidam, definem, delimitam e selecionam o que vai circular como notícia. Os filtros das notícias são determinados pelas rotinas jornalísticas, ditadas pela amplitude de horários e urgência da informação. Esses valores são definidos também, conforme ressalta Nevéu (2004), pela prática constante de intertextualidade midiática. A definição do que é ou não notícia é determinada ainda pelos valores- notícia, isto é, as principais características de um fato para vir a tornar-se notícia.

Uma das consequências de um pensamento de grupo comum é aquilo que se chama “jornalismo de pacote”, isto é, os fenômenos frequentemente observados de uma legião de jornalistas cobrindo a mesma história da mesma maneira. [...] A tendência dos jornalistas para se seguirem é maior com notícias previsíveis ou em momentos de crise. (TRAQUINA, 2005, p. 26)

Assim, a notícia é definida como um relato altamente selecionado da realidade, uma imagem refratada do real que chega aos olhos e ouvidos dos espectadores, após passar por um prisma da comunidade jornalística que define os valores notícia. Por ser uma comunidade e ter valores e ética próprios é que esse jornalismo de pacote é justificado.

Traquina (2005) reforça a ideia ao afirmar que uma das consequências desse jornalismo de pacote é que enquanto os repórteres seguirem as mesmas rotinas, adotarem os mesmos valores profissionais e tomarem uns aos outros como padrões de comparação, a reportagem tenderá a ser autorreforçada. Esse jogo de espelhos faz o que Hohlfeldt (1998) conceitua de *tematização*, que é a colocação na pauta da atenção do público receptor de um determinado tema, com todas as suas variantes e desdobramentos, dando-lhe uma aura de importância e urgência.

Wolf (2008), explica que o que se torna notícia é definido pelos jornalistas, a partir de filtros de seleção de conteúdo (gatekeeper), que não é arbitrária, antes constitui-se como parte do *modus operandi* dos jornalistas, que utilizam procedimentos



práticos para resolver exigências administrativas. Conforme Altheide (1976) citado por Wolf (2008), a notícia é resultado de um processo organizado, implicando uma perspectiva prática dos acontecimentos, cuja finalidade é reunir os fatos e avaliá-los de maneira simples e direta, de modo a entreter os espectadores. O autor ainda destaca que “o outro aspecto interessante da apresentação das notícias diz respeito ao público, ou melhor, ao papel e à função que desempenha a imagem do público que os jornalistas elaboraram” (WOLF, 2008, p. 261).

O jornalista imagina seu público e, conseqüentemente, as notícias que os interessem. A partir daí vai atrás de conteúdos que atraiam esse público, considerando, a necessidade de um “fluxo constante e seguro de notícias”. Dessa maneira, para divulgar informações, o jornalista necessita de canais que forneçam os dados e fontes que melhor satisfaçam essa exigência, que são as fontes institucionais e as agências. No âmbito dessa pesquisa, isso é notavelmente visível, havendo uma grande repercussão de matérias sugestionadas pela Secretaria de Saúde de Goiânia e, inclusive, sazonalmente, considerando os períodos do ano e a cobertura programada.

SAÚDE NA MÍDIA

Para verificar a imagem do SUS na imprensa local, foram coletadas, de janeiro a dezembro de 2012, notícias, reportagens, artigos e outros formatos jornalísticos que abordassem o tema saúde pública no âmbito de Goiânia. Foram selecionadas as notícias e reportagens sobre saúde nos três principais jornais impressos da capital, com veiculação diária: O Popular, Diário da Manhã e O Hoje.

O material foi coletado por meio do clipping, com equipe treinada para a categorização dessas notícias, de forma a manter uma padronização na coleta e classificação do material. Foram clipadas nos três jornais 2.186 matérias de abrangência nacional, estadual e municipal que tinham ligação direta com saúde (pesquisas, serviços, atendimento e outros), especificamente com o SUS e o gerenciamento da saúde pública na capital. A seleção não considerou notícias sobre bem-estar (como alimentação saudável e importância do consumo de água).

A partir do clipping, foi realizada uma análise numérica e discursiva sobre o material veiculado. Inicialmente, as notícias coletadas passam por um processo onde são classificadas por enfoque e abrangência. Considerou-se como critérios de enfoques se as publicações eram positivas, negativas e ou neutras, conforme assunto e forma de abordagem, possibilitando em razão desta categorização qual a imagem do SUS,

considerando estritamente o âmbito da administração municipal (Secretaria de Saúde de Goiânia).

Em função do volume, as matérias também foram classificadas em relação ao raio de cobertura, Portanto, foram classificadas em municipais, estaduais e nacionais. Para algumas matérias, além de classificar a abrangência, a coleta considera ainda o quesito “influência”. Essa classificação tem a função de sinalizar quando as matérias estaduais ou mesmo nacionais interferem diretamente na gestão municipal de saúde.

As notícias coletadas são agrupadas previamente em temáticas diversas e envolvem tanto assuntos constantes na mídia como os pontuais ou inéditos, criados a partir de sua veiculação na mídia (greve dos médicos, eleições 2012). Os temas gerais são agrupados em cinco grandes categorias temáticas: atendimento/unidades, gestão, ações em saúde, episódios, balanço/outros.

Análise do SUS

Das 2.186 notícias publicadas e selecionadas em 2012, conforme o gráfico 1 - 30% pertenciam à abrangência municipal, 40% à estadual e 30% à nacional. Importante destacar que muitas das matérias de denominação estadual, que tiveram maior representatividade em relação à quantidade de notícias, tratam de casos e personagens de Goiânia, mas a classificação se mantém estadual porque os assuntos estão diretamente ligados ao gerenciamento do SUS pelo Governo do Estado, como construção de hospitais e projetos estaduais na saúde.

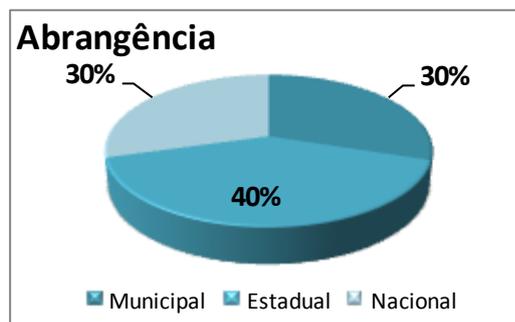


Gráfico 1 – Total de notícias publicadas.
Fonte: Dados interpretados da coleta.

Quanto ao enfoque, a análise mostrou números bem equilibrados entre matérias positivas, negativas e neutras conforme apresentado no gráfico 2. No âmbito municipal, principal objeto desta análise, foi identificado um total de 656 matérias nos jornais O Popular, O Hoje e Diário da Manhã, com referência aos serviços do SUS em Goiânia,

administrados pela Secretaria Municipal de Saúde. Destas matérias, 247 têm enfoque positivo, 282 enfoque negativo e 127 enfoque neutro, o que significa um relativo equilíbrio entre os assuntos.

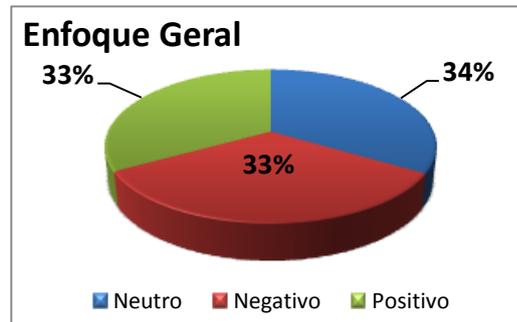


Gráfico 2 – Enfoques das notícias. Fonte: Dados interpretados da coleta.

De modo geral 2012 foi um ano rico em publicações na área da saúde, estimando, dentro do recorte desse estudo, uma média de seis matérias por dia, incluindo domingos e feriados.

A maioria dos gêneros identificados é informativo, com predominância de notícia, reportagem e notas. No gênero opinativo, identificou-se a predominância de artigos, principalmente em razão do caderno *Opinião Pública*, do jornal Diário da Manhã, que traz artigos de opinião de diversas figuras da sociedade e o tema saúde é abordado em quase todas as edições. Além dos artigos, também verificou-se alguns editoriais, colunas e cartas voltadas para o tema.

	Positivo	Negativo	Neutro	Total
Municipal				656
Estadual	477	446	607	1530
Nacional				
Total por Enfoque	724	728	734	2186

Tabela 1: Abrangência x Enfoque total. Fonte: Dados interpretados da coleta.

SUS em Goiânia

Em 2012, observou-se na amostra analisada que existem oscilações constantes nos números de publicações ao longo do ano. Entretanto, esse fluxo é decrescente, de maneira que os primeiros meses do ano movimentam mais notícias de saúde, sendo janeiro, fevereiro e março os meses com maior número de matérias. Esse pico na quantidade de notícias é um reflexo do agendamento midiático, que, nesse período, está

pautado para a cobertura da dengue, principalmente focado no atendimento de usuários do SUS.

Quanto ao tema dengue, existem ações ao longo de todo o ano, de combate, prevenção e controle da doença. Entretanto, em janeiro e fevereiro, como são meses de chuva, os números de caso de dengue são maiores e o risco de contrair a doença também. Esse tema é ligado a assuntos como falta de médicos, estrutura das unidades, ações da dengue, estimativas da doença entre outros.

Outro fator que contribui para o pico de notícias é a própria rotina jornalística das redações nesse período que, principalmente anos em que não há mudança de gestão, é pouco movimentado na produção de pautas pelas empresas e organizações públicas, considerando o período em que as ações para o ano ainda estão em fase de planejamento e diversas fontes noticiosas aproveitam o período para tirar férias.

Nesse sentido, a saúde torna-se mais pautada, em função de um maior espaço para notícias nas redações dos jornais. É comum, como observa a assessoria de comunicação do órgão, que repórteres de diversos veículos (rádio, TV e impresso) telefonem mais de uma vez ao longo do dia para cobrir diferentes assuntos da secretaria de saúde de Goiânia e solicitar pautas. Além disso, a saúde é uma área de cobertura jornalística que gera muita audiência, já que o tema é sensível e está, na maioria das vezes, ligado à ausência de algum serviço ou atendimento, sendo um assunto apelativo para a população e, conseqüentemente, gerando mais audiência para os veículos de comunicação.

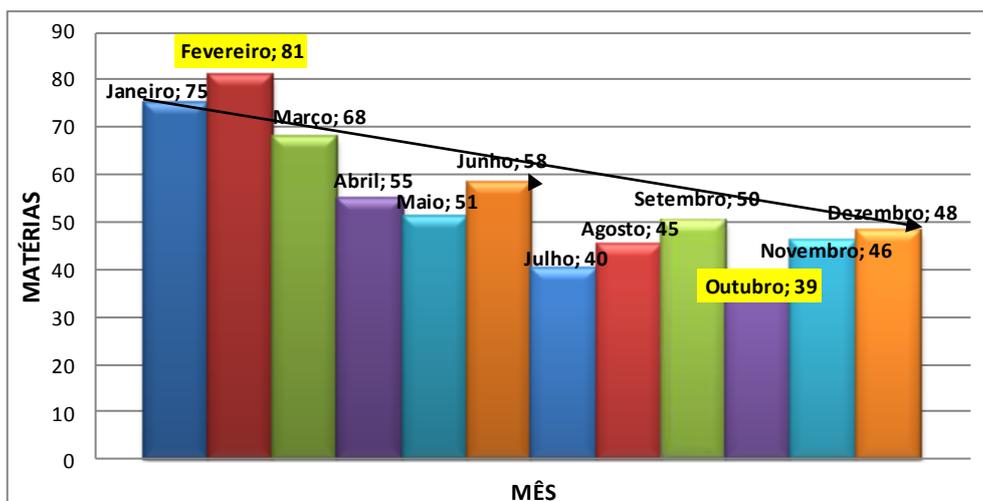


Gráfico 3: Destaque do número de matérias municipais publicadas por mês.
Fonte: Dados interpretados da coleta

A análise das 656 matérias municipais identificou que 19% das notícias eram neutras e 38% positivas, das quais destacamos uma queda do primeiro semestre para o segundo (passando de 40% para 34%). Essa queda significativa nas matérias positivas pode ser explicada pela ênfase do tema unidades, percebida no jornal Diário da Manhã, que percorria os bairros de Goiânia e faziam críticas em quase todas as edições a alguma unidade de saúde da família, que são estruturas menos de atendimento. Também o jornal O Hoje aumentou sua expressão, passando a dedicar um espaço considerável para o tema, sempre abordando negativamente casos isolados de usuários do SUS que não conseguiam ser atendidos pela SMS.

A maioria das publicações ainda se mantém negativa, com 43%. Os temas de UTI, atendimento e unidades foram os assuntos mais destacados nos três jornais. O enfoque negativo deu-se principalmente pela influência das eleições municipais, que abordavam frequentemente o tema saúde, com cadernos inteiros dedicados ao tema, principalmente no mês anterior à votação (setembro).

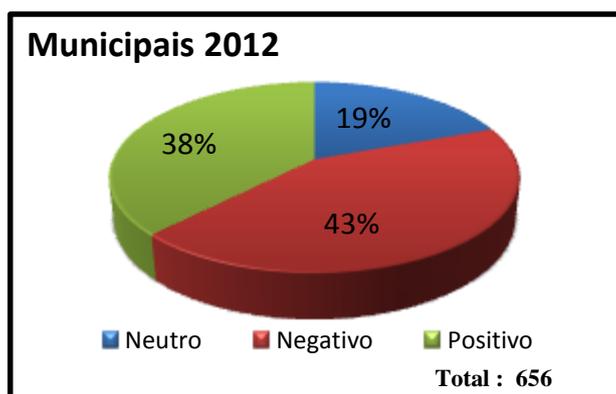


Gráfico 4: Enfoque das matérias municipais. Fonte: Dados interpretados da coleta

Ao longo do ano a coleta de dados das matérias municipais identificou predominância de determinados assuntos nos jornais em diferentes períodos do ano. Atendimento e unidades do SUS tem maior representatividade no primeiro semestre, enquanto as ações em saúde foi equilibrada ao longo do ano. Um destaque no material coletado é a alta do tema *Episódios*, em fevereiro, mês de maior incidência da dengue.

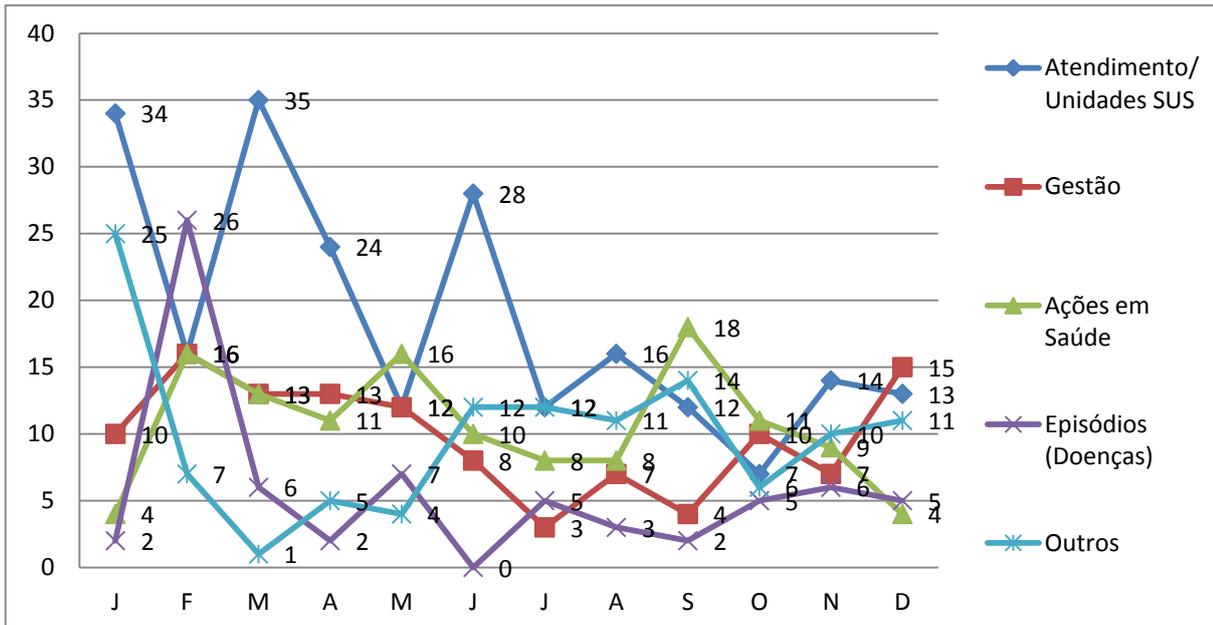


Gráfico 5: Matérias municipais em 2012. Fonte: Dados interpretados da coleta.

O tema *Atendimento e Unidades SUS* é recorrente da mídia local, tanto impressa quanto televisiva, em razão da demanda de pessoas que procuram o sistema público, gerando filas, esperas, agendamento e superlotação nas unidades. No primeiro semestre de 2012, a classificação obteve 149 das 388 municipais analisadas. Essas notícias são relacionadas ao atendimento e à estrutura das unidades de saúde SUS, à distribuição do Vale-Exame e à espera por vaga de UTI.

Com relação ao Vale-Exame, a sua veiculação quase que diária na mídia se deve ao fato de que o usuário do SUS precisava enfrentar grandes filas para retirar exames de saúde. A imprensa noticiava de maneira rotineira, entrevistando pessoas cuja maioria vinha do interior do Estado e dormia na fila (na tentativa de conseguir o vale-exame) e frisava a falta de vale para todos os usuários da fila que, diversas vezes, tinham que retornar outro dia para conseguir a autorização para o exame. O assunto do Vale-Exame é tão apelativo quanto UTI, em que a imprensa noticiava tendo como ponto principal da matéria a longa espera por um leito de terapia intensiva, quanto a insuficiência de leitos para atender Goiânia e também o interior. Diversas vezes o foco jornalístico foi dado em função da morte de usuário do SUS à espera de uma vaga de UTI.

No segundo semestre de 2012 os assuntos relativos ao tema destacavam campanha de aleitamento materno, vacinação, atendimento urgência, falta de profissionais, dentre outros. Em relação à falta de profissionais, retratados nas reportagens, o motivo que possibilitou a maior repercussão do tema foi o fato de que



grande parte dos médicos que atendem no SUS se desliga da Secretaria de Saúde nesse período para realizarem as provas de residência médica em diversas regiões do país. O conteúdo também retoma a problemática das estruturas das unidades de saúde, com destaque para a falta de vaga em hospitais para leitos de UTI. Um ponto alto do segundo semestre neste tema foi a frequente discussão na mídia sobre casos de usuários que necessitam de internação em clínicas ou centros de reabilitação para dependentes químicos.

Nesse tema, a parcela de notícias sobre estrutura de unidades também é alta. Se o enfoque do atendimento se concentra nas longas esperas de urgência e emergência, a estrutura das unidades enfoca as unidades de Saúde da Família; unidades menores que atendem regiões periféricas da cidade e prestam um atendimento mais preventivo junto à população. Essas unidades aparecem rotineiramente no jornal Diário da Manhã, que tem uma seção especial para jornalismo de bairros, onde comumente aparecem reclamações quanto a essas estruturas, cuja maioria funciona em casas alugadas da região e adaptadas para o atendimento.

Em seguida, o tema *Ações em Saúde* é o que tem maior expressividade, com 58 notícias no primeiro semestre e 70 no segundo (128 matérias). Dentre os temas que compõem esse grupo, campanhas e eventos é o mais frequente por abranger diferentes ações promovidas tanto pelos departamentos da SMS, como por outras instituições e empresas públicas e particulares. Esse tema reflete uma mídia positiva, pois mostra o trabalho da SMS na prevenção da saúde, como conscientização para as campanhas de vacinação, o trabalho dos agentes de saúde e as campanhas e operações da dengue, como “Operação Cata Pneus” e a vistoria em imóveis abandonados.

A análise desse tema permitiu verificar que parte do material produzido nos jornais é composta de matérias produzidas pela Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Saúde de Goiânia. Isso permite dizer que a estrutura da organização também interfere diretamente na pauta e sugestão de notícias, mesmo que ainda com pouca expressividade. Um fator atípico em 2012 que contribuiu para a alta do tema foram as eleições municipais que traziam as propostas dos candidatos na área da saúde. Um destaque no tema *Ações em Saúde* foi setembro: das 18 matérias 16 eram sobre as eleições municipais que traziam propostas dos candidatos para a saúde em Goiânia; o que também contribuiu para o pico de notícias neste mês.

Gestão aparece com 109 publicações em 2012. Destas, 72 publicações ligadas ao Secretário de Saúde e sua gestão, com temas como concursos realizados na saúde,



Conselho Municipal de Saúde e leis. Com uma queda considerável em relação ao primeiro semestre, a classificação *Gestão* aparece apenas com 39 matérias no segundo período do ano, das quais 15 foram do mês de dezembro. A queda do tema foi em função das eleições municipais, que deixaram de cobrir a gestão atual, do ponto de vista estratégico, para priorizar as propostas dos candidatos e, conseqüentemente, da próxima gestão municipal. Como o cenário político era incerto, a imprensa focou nas propostas de saúde dos candidatos à Prefeitura de Goiânia. O tema volta a ter destaque em dezembro, período pós-eleição, que antecede um novo ano político e, certamente, novas ações e propostas na saúde pública.

A classe *Episódios* engloba tanto temas relacionados a doenças que não possuem uma constância na mídia (*Leishmaniose*, doenças respiratórias, câncer) como também o assunto Dengue, que possui grande destaque na imprensa. Também entram nessa classificação publicações relativas a balanços de acidentes e mortes de trânsito, pois na área de Vigilância em Saúde o SUS possui um monitoramento e análise da violência no trânsito, que é um dos fatores de grande impacto no sistema de saúde. A distribuição de matérias foi equilibrada nos dois semestres, com 43 publicações no primeiro e 44 no segundo. Os assuntos se mantêm ao longo do período, com os temas com títulos de doenças, tratamentos e afins, no entanto o grande destaque são 19 publicações no segundo semestre referentes a *balanços*, devido à aproximação do fim do ano e, com isso, à divulgação de índices anuais de violência (em crescimento na grande Goiânia) e a preocupação com o aumento do número de mortes no trânsito. O tema *Episódios* contou com 87 publicações em 2012.

Por último, a classificação *Outros* contou com 98 matérias em 2012, mas por ser uma categoria que apresenta trazem fatos isolados e demais assuntos de saúde, mas que não possuem relevância na repetição de temas, não tem expressividade para a pesquisa. O que define essa classificação é a diversidade de assuntos não relacionados e com uma abordagem esporádica, como opinião.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela análise dos jornais *O Popular*, *Diário da Manhã* e *O Hoje*, a análise permite concluir que a cobertura do SUS em Goiânia, apesar de equilibrada em enfoques negativos, positivos e neutros, apresenta uma cobertura por vezes isolada e superficial do assunto, não refletindo sobre os serviços de saúde e mostrando a saúde



pública como um produto a ser analisado e criticado pela população. Por vezes, a imprensa se concentra em casos isolados que representam e tipificam o atendimento de saúde na capital, como é o caso de leitos de UTI e Vale-exame.

Em grande parte do material coletado está presente a repetição de assuntos, fator típico da própria rotina jornalística. No entanto, não foram identificadas publicações e reportagens que analisam o sistema, explicando contextos e orientando a população sobre como melhor utilizar o SUS. A imagem negativa do sistema ainda é alta, por conta dos conteúdos noticiados. Outro fator que contribui para isso é que as publicações positivas reproduzem em grande parte conteúdo noticioso produzido pela Assessoria de Imprensa, o que pode expressar pouca ou nenhum interesse do veículo de informação em produzir conteúdo próprio sobre campanhas e conscientização, mas apenas reproduzir conteúdos de serviço.

O grande destaque das notícias analisadas, pelo próprio apelo do assunto, foi Atendimento e Unidades do SUS, que contou em 2012 com 219 matérias – um terço de todas as publicações municipais do ano. Importante ressaltar, ainda, que nesta classificação a maioria das notícias é fruto de um mimetismo midiático e agendamento, ditos anteriormente. Isso pode contribuir para a falta de uma análise mais profunda sobre o SUS. No Vale-Exame, que é um assunto tratado pelo tema, a imprensa noticiou apenas as filas de espera e reproduziu minimamente o trabalho da gestão de melhoramento do processo, treinando os municípios do interior para emitirem o vale e tornando o processo eletrônico mais dinâmico e ágil.

Por fim, o SUS em Goiânia ainda é retratado na análise deste estudo por uma imprensa que se intitula como “porta-vozes” dos cidadãos no sentido de cobrar por um melhor sistema de saúde público, imbuído nas reclamações de pessoas do bairro e na tipificação de *cases* de usuários isolados, que *não conseguem* atendimento. As ações em saúde, que contribuem consideravelmente para uma mídia positiva sobre o SUS, não refletem o trabalho positivo do sistema, que também é de educação e formação para a saúde e de prevenção de doenças. A mídia impressa goianiense, preferencialmente, pauta o SUS pela ausência de serviços e não pelas ações pensadas para a melhoria do sistema. Os jornais locais também pautam a sociedade para a cobrança de um *produto*, que é a saúde, e não tratam o sistema público como um sistema de *todos*, tanto no sentido de responsabilidade e de ativa participação quanto no cuidado com a coisa pública.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEFREVE, F.; LEFREVE, A. M. C.; FIGUEREDO, R. **Comunicação em saúde e discurso do sujeito coletivo**: semelhanças nas diferenças e diferenças nas diferenças. Boletim do Instituto de Saúde, vol. 12, n. 1. São Paulo: 2010. p. 05-10.

LUIZ, O. C. **Jornalismo científico e risco epidemiológico**. Coletiva vol.12 n.3 p. 717-726. Rio de Janeiro: maio/junho 2007.

HOHLFELDT, A. **Espiral do silêncio**. Revista Famecos, nº 8, julho/1998, p.36-47.

NEVÉU, E. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

PONTE, C. **Para Entender as Notícias**: Linhas de Análise do Discurso Jornalístico. Florianópolis: Insular, 2010.

SOUSA, J. P. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: 2006.

TEMER, A. C. R. P.; NERY, V. C. A. **Para entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia: EDUFU, 2009.

TÓFOLI, L. **Ética, mimetismo midiático e novas formas de fazer jornalismo**. Disponível em www.objethos.wordpress.com. Acesso em 10/04/2013.

THOMPSON, J. **A Mídia e a modernidade : uma teoria social da mídia**. Petropolis, RJ : Vozes, 2008.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo I: porque as notícias são como são?** Florianópolis, Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo II – a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis, Insular, 2005.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2008.