

# Saúde nos media: a participação dos cidadãos

Inês Aroso\*

## Índice

1	Consequências da mediatização da saúde . . . . .	2
1.1	Saúde nos media: riscos e oportunidades . . . . .	4
1.2	Media como promotores de saúde . . . . .	6
1.3	Literacia mediática e médica . . . . .	7
2	Jornalismo participativo . . . . .	8
3	A participação pública no jornalismo de saúde . . . . .	11
3.1	Metodologia . . . . .	11
3.2	Imprensa generalista . . . . .	12
3.3	Revistas especializadas . . . . .	13
3.4	Televisão . . . . .	14
3.5	Rádio . . . . .	16
	Conclusões . . . . .	16
	Bibliografia . . . . .	17

## Resumo

Em Portugal, jornais, rádios e televisões têm colocado em prática várias iniciativas no âmbito do jornalismo participativo. Apesar de este conceito ser anterior ao aparecimento da internet, teve com esta um impulso significativo, pelas potencialidades de interação que esta oferece. Simultaneamente, há uma série de tecnologias que simplificam a participação dos cidadãos na elaboração e difusão de informação. Sendo

---

\*LabCom (Laboratory of Online Communication) – Universidade da Beira Interior e Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. [inaroso@utad.pt](mailto:inaroso@utad.pt).

assim, além de os media incentivarem os seus públicos a enviarem comentários, fotografias e vídeos, também potenciam a criação de comunidades. Nesta investigação, em concreto, interessa avaliar a participação pública no jornalismo de saúde. Deste modo, analisa-se como os media promovem a participação dos cidadãos no processo de informação jornalística na área da saúde. A questão que se coloca é a seguinte: como é que o público participa no processo de produção e distribuição do jornalismo de saúde? Para responder a esta questão, são estudados os mecanismos de participação do público de programas e publicações de saúde dos órgãos de comunicação social nacionais. Em suma, defendendo que a participação é o eixo principal do exercício da cidadania, averigua-se de que forma os meios de comunicação social aproveitam a internet e outras tecnologias para a participação cívica dos cidadãos. Isto porque, sendo a saúde uma área vital para a sociedade – em termos individuais, sociais, culturais, políticos e económicos –, acredita-se que as iniciativas de jornalismo participativo neste campo podem ser um contributo valioso para a cidadania.

**Palavras-chave:** jornalismo de saúde, cidadania, internet, jornalismo participativo.

## 1 Consequências da mediatização da saúde

VÁRIOS estudos têm demonstrado que a medicina é a área da ciência que mais interesse desperta na sociedade, não sendo de estranhar, por isso, que seja também a área mais noticiada. “Os mundos da medicina e dos media existem numa simbiose única. Artigos de jornais e revistas reportam simultaneamente descobertas médicas e dão conselhos de saúde, misturando informação científica com conselhos reconfortantes” (Friedman: 2004, 1).

Este interesse jornalístico na medicina nem sempre teve tamanha preponderância, estando intimamente ligado a condicionalismos culturais, sociais e económicos. Existe algum consenso na aceitação da premissa que as evoluções técnicas, científicas e ideológicas na área das ciências médicas conduziram à “medicalização da vida”, expressão utilizada por Ivan Illich (*Cit. In Moynihan e Cassels: 2005, XVIII*). O quadro atual é este: “uma patologização da cultura onde tudo é passível de ser medicalizado. Há uma expansão do campo da patologia para as

mais diversas experiências que acaba por objetificar a vida” (Resende: 2008, 124). Note-se que esta medicalização social também é fruto da atenção mediática, ou seja, “o mundo da medicina envolve-se e difunde-se nos media que nos rodeiam” (Friedman: 2004, 7).

A medicina assume um papel de destaque, tanto ao nível dos produtos jornalísticos, como em campanhas divulgação e até na ficção televisiva ou no cinema. No caso do jornalismo, é assinalável a presença das notícias sobre saúde nos mais diversos suportes e formatos. Por exemplo, na imprensa proliferam em: revistas especializadas em saúde para o público em geral, revistas de informação geral e política, revistas para pais e educadores, revistas masculinas, revistas femininas, jornais de referência e também jornais sensacionalistas. Na televisão, surgem reportagens, notícias, entrevistas, debates, espaços de consultório e programas específicos sobre saúde. Também na rádio, os temas médicos são alvo de tratamento noticioso, bem como de programas interativos, sendo este último caso um dos múltiplos formatos que a internet oferece.

João Carlos Correia aponta para uma alteração dos critérios de noticiabilidade devido ao interesse na medicina: “raros são os jornais e telejornais que não incluem nas suas notícias, a referência à descoberta de novos vírus, novas doenças, novas possibilidades de intervenção médica, novos problemas crónicos, novas possibilidades para o corpo acompanhados por uma panóplia de soluções” (Correia: 2006, 1). Indo ao encontro desta ideia, Francisco Ramírez e Javier del Moral observam: “os temas de saúde ocupam cada vez mais destaque nos meios de comunicação social, não só nas secções de meios generalistas, como também em publicações de jornais e revistas especializadas em saúde, assim como na realização de programas radiofónicos e televisivos especializados nestes temas” (Ramírez e Moral: 1999, 261).

A importância da mediatização da informação médica é tal que modifica a relação entre o médico e o paciente. Esta relação, tradicionalmente pautada pela ascendência do médico sobre o paciente, tem sido substituída por uma relação mais equilibrada, dado que o cidadão comum está mais informado. “Conhecimento é poder e o poder provoca mudanças nas relações. Os doentes veem disponibilizada cada vez mais informação, especialmente no domínio que até há pouco tempo se encontrava exclusivamente nas mãos dos profissionais de saúde, com re-

flexos inevitáveis ao nível da relação médico-doente” (Dias: 2005, 27). Assim, é “primordial que o jornalismo sirva para facilitar esta comunicação e nunca para a complicar ou, em caso algum, substituir o médico” (Aroso: 2012, 106).

## 1.1 Saúde nos media: riscos e oportunidades

São vários os meios que veiculam informação sobre saúde ao cidadão comum, podendo este assumir uma postura ativa ou passiva perante os mesmos. Rita Espanha caracteriza esta situação: a saúde individual e a sua gestão quotidiana nunca envolveram tanta informação como atualmente. Grandes quantidades de informação sobre saúde e medicina são disponibilizadas a partir de diversas fontes através de uma multiplicidade de canais informativos, tanto a partir dos media, como de base local ou interpessoal, em interação com médicos e outros profissionais de saúde, familiares, amigos, colegas de trabalho e outros. Este fluxo constante de informação incentiva o indivíduo a ser responsável pela sua saúde, e dos seus familiares, quotidianamente (Cf. Espanha: 2009, 2).

De facto, entre as várias fontes de informação existentes, múltiplas pesquisas têm mostrado que os media são uma importante fonte de informação sobre saúde para o público em geral (Cf. Glik: 2004). Resumindo a evolução deste fenómeno: “uma crescente percentagem da população recebe a informação dos jornais, revistas, rádio e televisão. Em todos estes meios, o tema da saúde aumentou drasticamente nos últimos anos, sendo mesmo considerado um dos assuntos favoritos. A marcar a sociedade moderna está também o aparecimento da internet como um dos principais meios nesta matéria” (Thomas: 2006, 87).

No caso concreto da internet, o seu uso “por um público geral no âmbito da saúde é normalmente inscrito no seio da noção de ‘paciente informado’, que se desenvolveria através da aquisição de informação e o associado declínio da relação assimétrica entre o médico e o paciente” (Espanha: 2009, 76). Esta comunicação não está isenta de riscos, pois o cidadão não detém, normalmente, os conhecimentos necessários para assegurar a credibilidade, veracidade, rigor, segurança e aplicabilidade das informações veiculadas na internet.

Quanto às principais críticas que são feitas ao jornalismo na área

médica estão: a abordagem sensacionalista de alguns temas, a criação de falsas expectativas de cura ou alarmes sociais injustificados, o tratamento da doença das pessoas famosas como um espetáculo e o facto de ser, muitas vezes, um suporte para publicidade encoberta, nomeadamente a medicamentos e outros produtos e serviços de saúde. Em relação a este último aspeto, é notório que os órgãos de comunicação podem obter lucros com a informação em saúde. Verifica-se que alguns meios jornalísticos “passam a ser apenas meros canais de divulgação, reprodutores das necessidades das indústrias de bens de consumo tecnológicos ou de medicamentos e cosméticos” (Júnior: 2005, 31). Desta forma, “a informação que é disseminada através da imprensa não científica está sujeita a pressões editoriais e comerciais e a conflitos de interesse” (Dias: 2005, 37).

Outro reparo que costuma ser feito é a falta de rigor no tratamento de alguns temas e o tempo é um dos motivos apresentados: “a imprensa tem prazos que são estranhos aos cientistas, pressiona normalmente os jornalistas para a superficialidade do tratamento das notícias” (Dias: 2005, 33). Na mira das críticas também está a exploração do culto do corpo perfeito e eternamente jovem, ou seja, “a preocupação com o bem estar, com a mente sã, com o corpo são, o qual é insistentemente identificado como o corpo suficientemente apto para responder com qualidade às necessidades de uma longa vida” (Correia: 2006, 5). Enfim, como o demonstra a quantidade de produtos jornalísticos nesta área, explora-se o filão da “utopia da saúde perfeita” (Sfez: 1997, 4).

Em relação à saúde das mulheres, as críticas têm se direcionado para um possível efeito negativo dos media na relação destas com o corpo. Surgem, assim, investigações que relacionam os conteúdos dos media com o surgimento, nas mulheres, de patologias depressivas, obsessivas e compulsivas, levando a distúrbios alimentares como a bulimia, a anorexia e a obesidade. Isto porque “os textos que aparecem na imprensa finalizam por extrapolar aquilo que as mulheres têm em mente como ideal de corpo feminino” (Azevedo: 2009, 18).

O papel desempenhado pela indústria farmacêutica é determinante, sendo alvo de duras críticas. Assim, já há alguns anos surgiu o conceito de “*disease-mongering*”, que poderá ser traduzido como “venda de doença”, e que consiste na ideia que “os médicos e as empresas farmacêuticas alargam desnecessariamente as fronteiras da doença, de modo a te-

rem mais doentes e a venderem mais medicamentos” (*Cit. In* Moynihan e Cassels: 2005, XVIII). Portanto, “a máquina promocional da indústria farmacêutica está a transformar muitas situações da vida normal em doenças médicas, de modo a expandir os mercados dos medicamentos” (Moynihan e Cassels: 2005, XVII). Então, “com uma pequena ajuda dos media sedentos de títulos apelativos, a mais recente doença é rotineiramente retratada como alastrada, severa e, acima de tudo, tratável com medicamentos” (Moynihan e Cassels: 2005, X).

Um outro problema é relativo ao facto de as pessoas presumirem que deterem informação sobre saúde, veiculada pelos media, as torna especialistas nessa matéria. Esta ideia encontra eco nas palavras de Philippe Breton, quando este diz que “uma das perturbações provocadas hoje pelos media é o facto de o homem moderno julgar ter acesso ao sentido dos acontecimentos simplesmente porque está informado” (Breton: 1994, 31), alertando: “a ignorância não tem melhor aliado do que a ilusão do saber” (Breton: 1994, 132).

Perante este cenário de riscos e oportunidades associados à mediação da saúde, “o jornalista especializado em informação médica tem que desenvolver, além do seu trabalho informativo, uma tarefa pedagógica e didática, proporcionando a necessária formação relativa à prevenção e tratamento de doenças, assim como a conservação da saúde” (Ramírez e Moral: 1999, 267).

## 1.2 Media como promotores de saúde

A ideia que os media podem e/ ou devem ser utilizados como agentes promotores de saúde tem sido aprofundada por investigadores, tanto da área da medicina como do jornalismo. Na verdade, diversas entidades de saúde passaram a utilizar os media com objetivos de prevenção e promoção da saúde pública. Uma das premissas nas quais assenta este desígnio é relativa à tendência da medicina das últimas décadas em considerar que, mais do que ter uma função curativa, “o serviço de saúde deve ser preventivo” (Guerra: 1961, 91). O “apoio dos media” consiste na utilização inovadora dos meios de comunicação numa estratégia para promover a saúde pública (*Cf.* Wallack *et al.*: 1993, 2). Mais concretamente: “é o uso apropriado dos media, de forma agressiva e eficaz para

apoiar o desenvolvimento de políticas de saúde pública” (Wallack *et al.*: 1993, 25).

Deste modo, a comunicação em saúde através dos media é aceite como uma ferramenta válida para a promoção da saúde pública. De acordo com Rita Espanha, os media podem desempenhar papéis específicos neste campo, tais como: melhorar o conhecimento e a consciência das questões de saúde; mostrar os benefícios da mudança de comportamentos; reforçar conhecimentos, atitudes e comportamentos; refutar mitos e preconceitos; salientar uma questão de saúde ou proteger um grupo populacional (*Cf.* Espanha: 2009, 40). Referindo-se, em particular, às problemáticas ligadas às doenças oncológicas, Maria do Rosário Dias declara: “os meios de comunicação social desempenham um papel decisivo na divulgação pedagógica da informação que circunda a doença oncológica, constituindo-se como verdadeiros agentes de promoção de saúde” (Dias: 2005, 19).

### **1.3 Literacia mediática e médica**

De modo a minimizar os riscos e potenciar os benefícios da utilização dos media como fonte de informação sobre saúde, “é primordial a especialização e formação dos jornalistas em medicina, para que estes possam dar informação mais correta, rigorosa, útil e se tornem menos sujeitos a possíveis tentativas de manipulação” (Aroso: 2012, 99). Só assim o jornalismo poderá transmitir informações que permitam ao cidadão tomar decisões conscientes e válidas em relação à saúde.

Por outro lado, “consoante os pacientes e utentes têm mais conhecimentos sobre informação, serviços e tecnologias de saúde, os profissionais de saúde vão precisar de cumprir o desafio de se tornarem melhores comunicadores e utilizadores mais efetivos das tecnologias da informação” (Thomas: 2006, 185). Para além dos jornalistas e dos médicos, também “o público, se pretender ser consumidor crítico da informação que é disponibilizada, também tem trabalho a fazer: tem que compreender as mensagens comunicadas pelos media” (Dias: 2005, 42).

Então, jornalistas, médicos e público devem trabalhar em conjunto, para mais e melhor jornalismo de saúde. Além disso, é fundamental a aposta na literacia mediática, pois esta poderá ser determinante para a literacia médica da população.

## 2 Jornalismo participativo

Dado que se pretendem analisar, neste estudo, os mecanismos de participação pública nos media em questões de saúde, interessa perceber as origens daquilo que hoje se considera jornalismo participativo. Pode dizer-se que, no seu conceito mais lato, este já se praticava nos contactos por carta, telefone ou pessoais dirigidos aos meios de comunicação social. “Desde sempre o público procurou exprimir e expor o que para si seria importante revelar, dar a conhecer” (Correia e Aroso: 2007). Sendo assim, “o jornalismo colaborativo não nasceu com a web” (Silva: 2011). “Pode-se acrescentar que qualquer noticiário inclui sempre, em alguma medida, a participação de seu público. Antes do *e-mail*, essa participação já ocorria através de cartas e ligações, por exemplo, na forma de sugestões de pauta ou mesmo para alguma seção do tipo ‘cartas do leitor’” (Primo e Träsel: 2006, 3).

Portanto, este é um fenómeno que, não sendo novo, ganhou novos contornos com a Internet e com a facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e partilha de informação. “Na verdade, a Internet praticamente impede o papel passivo do leitor ou recetor, já que obriga-o a debater, refutar ou contradizer determinada informação, notícia ou declaração” (Correia e Aroso: 2007). Então, “as tecnologias digitais têm servido como motivador para uma maior interferência popular no processo noticioso” (Primo e Träsel: 2006, 4).

Participar, partilhar e colaborar são palavras que integram hoje as linhas editoriais de muitos meios. De facto, há “uma preocupação dos media em integrar nos seus espaços a participação cidadã” (Rodrigues: 2008). Esta ocorre de diversas formas, na medida em que o público é convidado a dar o seu contributo através de: comentários, *blogs*, fóruns, redes sociais, *chats*, envio de fotografias, vídeos ou textos. “Tudo isto tem repercussões: no jornalismo – nas rotinas produtivas, na agenda, nos recursos e fontes utilizadas –; na relação entre jornalistas e público; e na própria profissão – há novas funções para jornalistas ou até mesmo novas profissões como gestores dos media e de comunidades” (Aroso: 2013, 3).

Existem vários conceitos próximos do jornalismo participativo, tais como “jornalismo cidadão”, “jornalismo colaborativo”, “jornalismo *open-source*”, “*wiki-jornalismo*”, “jornalismo cívico” e “jornalismo pú-

blico”. Apesar das diferenças, há um traço em comum: todos se referem a uma atividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ativo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação (Cf. Correia: 2010, 88). Destaque-se o jornalismo cívico ou público, surgido cerca de 1990, e que “visou transformar o relacionamento com o público, através da referência ao reforço da participação dos públicos na cidadania e ao papel que o jornalismo pode desenvolver no reforço dessa participação” (Correia, Morais e Sousa: 2011, 3). Cada vez mais, este aproxima-se do jornalismo participativo e do cidadão, pois houve uma “reorientação do jornalismo público no sentido de aproveitar a interatividade prometida pelo online para aprofundar dinâmicas participativas” (Correia, Morais e Sousa: 2011, 5).

Apesar das múltiplas formas de participação nos media, só se deve falar em jornalismo participativo quando existem efetivamente jornalistas e os cidadãos participam efetivamente na produção, construção e transmissão da informação. Definir jornalismo participativo passa por encará-lo como “as práticas desenvolvidas em secções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (Primo e Träsel: 2006, 10). A opção pela designação “jornalismo participativo” não é por acaso, tendo por base as ideias de Jane Singer e colegas: “esta capta a ideia de ação colaborativa e coletiva – e não simplesmente paralela. Pessoas dentro e fora da redação estão envolvidas na comunicação, não só ‘para’, mas também ‘com’ o outro. Ao fazê-lo, todos participam nos processos em curso de criação de um site de notícias e construção de uma comunidade multifacetada (Singer *et al.*: 2011, 2).

Algumas das potencialidades que são atribuídas ao jornalismo participativo são as seguintes: fuga aos ditames das agendas políticas e dos media; antídoto para os media controlados, concentrados e dominados por elites; visão diferente e mais completa dos acontecimentos; aproximação entre os media e os seus públicos e aumento da confiança da comunidade nos media. Outro papel importante atribuído ao jornalismo participativo é “o processo de correção de erros divulgados por veículos jornalísticos” (Primo e Träsel: 2006, 8).

No entanto, “o jornalismo participativo, apesar de anunciar algumas vantagens, como por exemplo fazer ouvir novas vozes, apresentar

um olhar fresco sobre os temas, preconizar relações interessantes entre jornalistas e leitores, representa também algumas fragilidades, uma vez que são necessárias cautelas redobradas como a especulação, as fontes anónimas e a fiabilidade das informações transmitidas” (Rodrigues: 2008). Aliás, “um dos pontos fracos da participação do leitor na construção das notícias é a questão da credibilidade” (Silva: 2011).

Também é visto como sendo negativo o facto de se utilizarem materiais produzidos por cidadãos, porque a estes não se pagam, mas o trabalho de produção de notícias não vive só de vontade, é preciso: dinheiro, tempo e dedicação. Também se questiona a qualidade da informação, pois os cidadãos não têm formação sólida em métodos e valores jornalísticos, surgindo “notícias” sem interesse, não verdadeiras, inexatas e até mesmo ofensivas. Além disso, a credibilidade informativa também está em causa: sem qualquer controle da informação, é difícil saber o que é verdadeiramente notícia e não mera opinião ou especulação.

Em suma, neste cenário participativo, o papel do jornalista será: avaliar, editar e publicar o material produzido pelos cidadãos, à semelhança do que faz com qualquer outra fonte de informação; organizar comunidades, criando relações e mobilizando as pessoas reunidas por interesses e necessidades comuns e fazer a diferença, reforçando os princípios éticos e deontológicos de verificação a informação, na busca da verdade, com independência e objetividade, procurando promover um espaço público de debate. Isto vai ao encontro da ideia que “o jornalismo on-line influencia os vários aspetos da realidade jornalística. Um desses elementos, ou mesmo o principal, é o jornalista que, também ele, é profundamente afetado” (Aroso: 2003). “Perante uma nova realidade profissional, então, as competências que são exigidas ao jornalista, como é natural, também mudam” (Aroso: 2003).

Intimamente ligadas ao jornalismo participativo estão as redes sociais. A propósito, postula-se a interligação entre os meios de comunicação tradicionais e os meios sociais: *blogs*, *wikis*, redes sociais, entre outros. Na verdade, tal como afirma João Canavilhas, “os meios de comunicação tradicionais tratam de adaptar-se a este ecossistema mediático em rápida evolução, otimizando os seus sítios na web para potenciar a partilha de notícias e oferecendo espaço para comentários” (Canavilhas: 2011). Idealmente, a presença meios de comunicação nas redes sociais

aumenta a audiência e fortalece os vínculos com esta, transformando audiências em comunidades.

### **3 A participação pública no jornalismo de saúde**

É através do cruzamento das consequências da mediatização da saúde com o potencial do jornalismo participativo para a cidadania que se torna evidente a pertinência do estudo do modo como os media portugueses interagem com as audiências na área da saúde. Isto porque a participação nos processos jornalísticos, além de constituir um importante contributo para cidadania, pode representar um aumento da literacia em saúde, concorrendo para uma maior informação e autonomia dos cidadãos nas questões médicas.

Em particular, interessa aqui responder à seguinte questão: como é que o público participa no processo de produção e distribuição do jornalismo de saúde? Para responder a esta pergunta, optou-se por averiguar de que forma os meios de comunicação social promovem a participação cívica dos cidadãos, dando particular destaque à utilização da internet e das redes sociais. Deste modo, são estudados os mecanismos de participação do público em programas e publicações de saúde da comunicação social portuguesa.

#### **3.1 Metodologia**

Para este estudo, foram escolhidos programas e publicações na área da saúde, de cariz jornalístico, presentes em diferentes meios e em vários formatos: imprensa, rádio e televisão. Para efeitos de análise, depois de uma investigação exploratória, foram selecionados os seguintes meios: da imprensa, os jornais “Jornal de Notícias”, “Correio da Manhã”, “Público”, “Diário de Notícias” e as revistas “Saúde Actual”, “Prevenir” e “Saúde e Bem Estar”; da rádio, a “TSF” e o programa “Minuto de Saúde” (vários rádios) e da televisão, a “RTP2”, a “RTP Informação”, a “SIC Mulher e o “Porto Canal”.

Este *corpus* de análise foi estudado durante o mês de abril de 2013. A investigação adota uma abordagem assente na análise de conteúdo dos meios, bem como da sua presença na internet, tendo por objetivo detetar as formas de participação do público nos mesmos. Deste modo,

a participação foi estudada a três níveis: no meio original, no respetivo site na Internet e nas redes sociais. No caso dos programas de rádio e televisão, a participação nos meios originais foi avaliada de acordo com os seguintes indicadores: participação em estúdio, participação por telefone, por email e através das redes sociais. Quanto aos sites dos programas de rádio, televisão e publicações impressas, estudaram-se os seguintes indicadores de participação: espaço para comentários, fóruns, emails (gerais ou dos autores das peças), inquéritos e ligação às redes sociais (possibilidade de gostar e/ou partilhar conteúdos). Relativamente às redes sociais dos vários meios, foram estudadas as respetivas páginas de Facebook, e os indicadores de participação foram estes: apelos à participação dos cidadãos, permissão de comentários, permissão de publicações no mural e informações de contacto do meio.

### 3.2 Imprensa generalista

Relativamente à imprensa generalista, não se encontra nenhuma forma especial de participação na área da saúde, sendo no entanto de assinalar, que todos os meios analisados “Jornal de Notícias”, “Correio da Manhã”, “Público” e “Diário de Notícias” têm presença online, quer através de sites, quer nas redes sociais (Facebook) que são gerais, e não específicos da secção.

As notícias de saúde aparecem na secção “Sociedade”, subsecção “Saúde” no caso do “**Jornal de Notícias**” e é possível, no respetivo site, comentá-las e partilhá-las ou gostar delas nas redes sociais. Já no caso do “**Público**”, as notícias de saúde dividem-se entre as que surgem na subsecção “Medicina”, da secção “Ciências”, relacionadas com a investigação em ciências médicas e as mais abrangentes, na subsecção “Saúde” na secção “Portugal”. Em ambos os casos, é possível, no site, comentar as notícias e sugerir correções às mesmas, bem como partilhá-las ou recomendá-las nas redes sociais, além de que, em muitos casos, é dado o email dos jornalistas que assinam as peças. Passando para o “**Diário de Notícias**”, as notícias relativas à investigação científica em medicina aparecem na subsecção “Saúde”, da secção “Ciência”, ao passo que as notícias de saúde mais genéricas se encontram, entre temas diversos, na secção “Portugal”. No site, é possível comentar as notícias, assim como ligar às redes sociais, através de partilhas ou re-

comendações. Finalmente, no “**Correio da Manhã**”, pode-se corrigir, dar feedback e comentar as notícias, que surgem na secção “Nacional”, na subsecção “Saúde”. Além disso, é possível ligar às redes sociais (partilhas e gostos), bem como votar na notícia.

Enfim, os sites da imprensa generalista detêm mecanismos de participação importantes, como a ligação às redes sociais, a possibilidade de comentar e até corrigir as notícias, bem como, nalguns casos, aceder ao email direto dos jornalistas, mas são funcionalidades gerais e não especificamente das secções de saúde.

### **3.3 Revistas especializadas**

Quanto à imprensa especializada em saúde, uma das publicações existentes em Portugal é a “**Saúde Actual**”, que se intitula uma “revista de saúde holística e estilo de vida saudável” e cuja periodicidade é bimestral. No site, embora não seja possível fazer comentários, encontram-se email geral, telefone, bem como formulário de contacto do meio. Além disso, é feita ligação às redes sociais, sendo possível ir diretamente para a página de Facebook da revista. Esta página tem um pouco mais de cem seguidores, permite publicações no mural e permite comentários.

Outra revista em análise é a “**Saúde e Bem Estar**”, esta mensal, que se apresenta como uma “revista especializada em temas de Saúde e Bem-estar, Beleza e Estética, Alimentação e Estilo de Vida Saudáveis, Sexualidade e Infância, Psicologia e Medicinas Alternativas, entre muitas outras áreas”. O site tem espaço para comentários, emails gerais e formulários de contacto. Além disso, é possível votar em artigos, bem como ligar às redes sociais, partilhando os conteúdos. É de salientar que a comunidade de comentadores é composta por utilizadores registados no site. Na página de Facebook, com mais de mil seguidores, é possível fazer comentários às publicações.

Finalmente, neste âmbito, a “**Prevenir**”, também mensal, propõe-se, entre outras coisas, “oferecer às leitoras informação credível e simplificada sobre saúde, bem como soluções práticas e conteúdos exclusivos sobre prevenção e cuidados de saúde”, num claro enfoque no público feminino. No site, que surge associado ao motor de busca “Sapo”, é possível comentar as notícias, responder a inquéritos e são dados emails gerais, morada e telefone de contacto. Além disso, é possível recomen-

dar e partilhar os conteúdos nas redes sociais. No Facebook, a revista tem mais de 14 mil seguidores, sendo possível fazer publicações no mural e inserir comentários, fazendo-se alguns apelos à participação dos cidadãos.

Então, no caso da imprensa especializada é evidente a aposta nos comentários nos sites e nas redes sociais, bem como no email geral, como formas de participação pública. Não surgem, porém, os emails dos autores dos artigos nem fóruns, sendo muito raros quer os apelos à participação dos cidadãos, quer os inquéritos.

### 3.4 Televisão

Quanto à televisão, as notícias de saúde são uma presença frequente e relevante nos noticiários portugueses, mas cingiu-se propositadamente a análise dos programas jornalísticos ligados à área médica. Na RTP2 destaca-se o programa “**Sociedade Civil**”, que embora não trate unicamente questões relacionadas com a saúde, fá-lo com muita frequência (mais de um terço dos programas no mês em análise). O programa é diário (de segunda a sexta-feira), sendo emitido das 14h00 às 15h30 e moderado pela jornalista Eduardo Maio, com o mote de apresentar “gente que se dedica a melhorar a nossa vida, cidadãos com uma larga experiência na resolução de problemas, pessoas de várias organizações mobilizadas para soluções nas mais diversas áreas”. No site, é possível apenas fazer ligação às redes sociais, com a partilha de conteúdos, porém o programa tem também um blog específico, onde já é possível fazer comentários e possíveis intervenções no programa, além de ter ligação para as redes sociais. Nestas, é de destacar que o programa tem uma página de Facebook própria (com mais de 15 mil fãs), onde se apela ativamente à participação dos cidadãos, são possíveis comentários e dão-se informações de contacto (o endereço do blog). O público pode mesmo intervir diretamente no “**Sociedade Civil**”, quer por telefone, quer pelos comentários no Facebook ou no blog, que são depois lidos pela jornalista.

O “**Especial Saúde**” é um programa semanal da RTP Informação, com uma duração de 50 minutos, dedicado à análise de questões de inovação em saúde. O programa, que vai para o ar às terças-feiras às 13h30, aparece no site da RTP, sendo possível apenas fazer ligação às

redes sociais, com a partilha de conteúdos. No Facebook próprio do programa (com mais de 3 mil amigos), incentiva-se o público a colocar questões sobre os temas dos programas seguintes, indicando que algumas destas serão selecionadas para serem respondidas em estúdio pelos convidados. Além disso, é possível publicar livremente no mural do programa, embora não existam informações de contacto adicionais.

Na SIC Mulher, é emitido o programa “**Retratos de Saúde**”, cuja autoria e apresentação pertence à jornalista Paula Castanho. Sendo emitido ao sábado às 19h30, o programa, de cerca de 40 minutos, coloca em análise diversas patologias e casos médicos na perspectiva quer da medicina tradicional, quer da medicina complementar. Além disso, apresenta um dicionário de saúde e dicas nutricionais, com o objetivo de desmitificar e aconselhar o telespetador. No site, é possível comentar e ligar às redes sociais (gostar ou partilhar conteúdos). No Facebook, o programa não tem página específica, mas apenas a geral, da SIC Mulher.

Outro programa jornalístico vocacionado para a área da saúde é o “**Consultório**”, este emitido no Porto Canal. O programa diário (segunda a sexta-feira) é transmitido às 18h00, em direto, com uma duração de cerca de 55 minutos e a apresentação cabe à jornalista Carla Ascensão. Além de ter especialistas convidados que falam sobre patologias (prevenção, diagnóstico e terapêuticas), o programa permite, ainda, que o médico no estúdio faça consultas em direto aos telespetadores. Estes podem colocar as suas dúvidas de saúde através de três modalidades de participação: telefone, carta ou e-mail. No entanto, não há qualquer modalidade de participação no site do Porto Canal, onde surge a descrição do programa, nem existe página específica no Facebook.

Destes quatro programas analisados, verifica-se um certo equilíbrio na utilização que é feita do telefone, das redes sociais e do email como ferramentas para a participação do público nos programas. Já o aproveitamento dos sites para a participação tem desigualdades, mas predomina a utilização destes para realizar comentários e fazer ligação às redes sociais. Relativamente às redes sociais, apenas dois dos programas têm página no Facebook, mas utilizam-na com o objetivo expresso de proporcionar a participação pública.

### 3.5 Rádio

Quanto à rádio, a TSF tem em antena o programa quinzenal “**Receitas de Vida**”, conduzido por Fernando Alves, que dedica cada emissão a uma entrevista com um médico que se ocupe de outras áreas, atividades e artes. O programa passa às 19h00, às terças-feiras, e tem a duração de cerca de trinta minutos. No site, é possível enviar comentários, bem como ligar às redes sociais (partilhar e gostar dos conteúdos). Porém, o programa não tem Facebook específico, apenas o geral da TSF.

Outro programa neste campo é o “**Minuto Saúde**”, que não surge em apenas uma rádio, pois é difundido em dezenas de rádios de cariz regional e local. Em abril de 2013, são cerca de trinta rádios de norte a sul do país (e também uma rádio portuguesa no Canadá e outra de Cabo Verde) a emitir o programa, sendo que a maioria o transmite duas vezes por dia e algumas até mais. Com a duração de 1 minuto, este programa diário tem como objetivo “informar de forma concisa a população geral sobre diversas temáticas respeitantes à saúde, fornecendo-lhes dicas e alertando para situações que requerem atuação rápida e ainda procurando educar para uma melhor saúde de prevenção”. Os conteúdos do “Minuto Saúde” estão *online* no site do “**Minuto Saúde**”, que tem ligação para as redes sociais. A página de Facebook do programa permite publicações no mural, comentários e dá informações de contacto (email).

Em termos de meios radiofónicos, observa-se, portanto uma menor preocupação com a possibilidade de participação dos cidadãos, se bem que há que considerar a limitação de, no período em análise, não estarem no ar vários programas – dos muitos que já existiram e outros que poderão surgir – em que o tema da saúde é tratado de modo mais interativo.

### Conclusões

Ao examinar a problemática da participação pública no jornalismo de saúde, comprova-se que mais informação nem sempre vem acompanhada de mais comunicação: apesar da grande atenção mediática que merecem os temas relacionados com saúde e medicina, esta cobertura não é sempre aproveitada para a promoção do debate e participação pública sobre estas questões.

Nos meios jornalísticos analisados constatou-se que, apesar de a maioria marcar presença em sites e redes sociais, poucas vezes estes são utilizados como verdadeiras ferramentas de participação, isto é, promovendo e incentivando a participação ativa e efetiva dos cidadãos no processo jornalístico. Portanto, há ainda um caminho a seguir, no sentido de abrir estes meios à efetiva participação pública, contribuindo, assim, para a cidadania e autonomia individual na área da saúde.

Não se julgue, porém, que este é um trabalho individual: tem que haver um trabalho conjunto de médicos, jornalistas e cidadãos. Deste modo, médicos, pacientes e media têm que ser atores empenhados em mais e melhor comunicação de saúde. Os jornalistas devem, através dos media, por um lado, assumir um papel de filtro da informação sobre saúde, transmitindo apenas a informação com qualidade e interesse e, por outro lado, desempenhar um papel de facilitadores do diálogo entre médicos e sociedade. Por seu turno, os médicos devem estar preparados e disponíveis para lidarem com os media. Finalmente, mas não menos importante, a sociedade deve desenvolver uma consciência crítica em relação à informação que recebe através dos media. Esta dialética entre médicos, pacientes e media pode contribuir para o melhor exercício da medicina, melhor jornalismo nesta área e melhores conhecimentos, atitudes e ações face à saúde.

É de salientar que foram excluídos desta investigação muitos programas radiofónicos e televisivos na área da saúde, por não terem uma matriz jornalística – quer porque são conduzidos por médicos e não por jornalistas, quer porque são mais ligados ao entretenimento do que à informação. Porém, interessará incluí-los num estudo futuro mais abrangente.

## **Bibliografia**

- Aroso, I. (2003). “A Internet e o Novo Papel do Jornalista”, in: *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: [BOCC](#).
- Aroso, I. (2012). “Os Media como fonte de informação sobre saúde: riscos e oportunidades”, in: *Revista Iberoamericana de Salud y Ciudadanía Iberoamerican Journal of Health and Citizenship* -

- "Health Promotion and Education in Iberoamerican Community"*, Julio – Diciembre, 2012, vol. I, nº 2 (pp. 84-110).
- Aroso, I. (2013). "As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso", in: *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: [BOCC](#). Consultado em 10/04/2013.
- Azevedo, A. (2009). *O jornalismo na saúde: uma visão transcontinental*. Braga: Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais.
- Breton, P. (1994). *A Utopia da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Canavilhas, J. (2011). "Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático", in: Irigaray, F; Ceballos, D. & Manna m. (orgs.), *Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles*, p. 119-133.
- Correia, F. & Aroso, I. (2007). "A Internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão", in: *Revista Temática*. Disponível em: [Insite](#). Consultado em 11/08/2011.
- Correia, J.; Morais, R. & Sousa, J. (2011). "Agenda dos Cidadãos: Práticas cívicas na Imprensa Regional Portuguesa", in: *Estudos em Comunicação*, nº 9, p. 1-30.
- Correia, J. (2010). "Novos Jornalismo e vida cívica: limites e possibilidades", in: Morgado, I. & Rosas, A. (orgs.), *Cidadania digital*. Covilhã: Labcom. p. 71-100.
- \_\_\_\_\_. (2006). *A representação jornalística da doença: mecanismo de controlo social e espaço de mediação entre a ciência e a vida quotidiana* [on-line]. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: [BOCC](#). Consultado em 10/08/2010.
- Dias, M. (2005). *Serão os mass media estratégias de saúde?*. Lisboa: Climepsi Editores.
- Espanha, R. (2009). *Saúde e comunicação numa sociedade em rede: o Caso Português*. Lisboa: Monitor.

- Friedman, L. (ed.) (2004). *Cultural sutures: medicine and media*. Durham and London: Duke University Press.
- Glik, D. (2004). *Health Communication in Popular Media Formats* [online]. American Public Health Association 131st Annual Meeting. Disponível em: [Medscape](#). Consultado em 19/11/2004.
- Guerra, M. (1961). *Medicina e sociedade*. Lisboa: Livraria Moraes Editora.
- Hansen, A. (1994). “Journalistic practices and science reporting in the British press”, in: *Public Understanding of Science*, vol. 3, p. 111-134.
- Júnior, J. (2005). *Da informação ao conhecimento: o jornalismo científico na contemporaneidade*. Rio Grande do Norte: Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Rio Grande do Norte.
- Moynihan, R. & Cassels, A. (2005). *Selling sickness: How the world's biggest pharmaceutical companies are turning us all into patients*. New York: Nation Books.
- Primo, A. & Träsel, M. (2006). *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. *Contracampo (UFF)*, v. 14, p. 37-56.
- Ramírez, F. & Moral, J. (1999). *Áreas de Especialización Periodística*. Madrid: Fragua.
- Resende, C. (2008). *Saúde e corpo em movimento*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Rodrigues, C. (2008). “Novas fronteiras do jornalismo: comunicação individual na era global”, in: *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: [BOCC](#). Consultado em 14/10/2012.
- Rodrigues, C. (2010). “Redes Sociais e práticas que se impõem ao jornalismo”, in: *Actas do II Congresso Internacional Comunicación 3.0*, Salamanca.

- Sfez, L. (1997). *A saúde perfeita: críticas de uma utopia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Silva, L. (2011). “Webjornalismo Colaborativo ou Culto ao Amador?”, in: *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: [BOCC](http://www.bocc.ubi.pt). Consultado em 03/03/2013.
- Singer, J. et al. (2011). *Participatory Journalism: guarding open gates at online newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Sousa, J. & Aroso, I. (2003). *Técnicas Jornalísticas nos Meios Eletrónicos (Princípios de Radiojornalismo, Telejornalismo e Jornalismo On-line)*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.
- Thomas, R. (2006). *Health communication*. New York: Springer.
- Wallack, L. et al. (1993). *Media advocacy and public health: power for prevention*. Newbury Park: Sage.