

## Jornalismo e Saúde 2.0

Inês Aroso

LabCom – Universidade da Beira Interior  
e Universidade de Trás-os-Montes e Alto  
Douro

inaroso@utad.pt

### Resumo

Para traçar um panorama da mediatização da saúde em Portugal, realizou-se uma investigação sobre o tratamento jornalístico das questões relacionadas com este tema, não só nos meios de comunicação social tradicionais, como também na internet. Deste modo, analisa-se como é que os media tratam as temáticas ligadas à saúde e quais as consequências, positivas e negativas, desta mesma abordagem.

É dado especial destaque à existência de conteúdos sobre saúde nos meios presentes na Web 2.0. Neste contexto, interessa avaliar os mecanismos de participação dos cidadãos no processo de informação jornalística na área da saúde. De facto, há uma série de tecnologias que simplificam a participação dos cidadãos na elaboração e difusão de informação. Sendo assim, além de os media incentivarem os seus públicos a enviarem comentários, fotografias e vídeos, também potenciam a criação de comunidades.

Então, há duas questões que se colocam. Por um lado, qual o tratamento jornalístico das questões relacionadas com a saúde nos media portugueses? Por outro lado, como é que o público participa no processo de produção e distribuição de informação de saúde nesses mesmos media? Para responder a estas questões, são estudados programas, rubricas e secções de saúde dos órgãos de comunicação social portugueses. Com os resultados deste estudo, podem traçar-se linhas de orientação para os jornalistas, os media e o público em geral, com o intuito de maximizar benefícios e minimizar riscos da mediatização da saúde, bem como aumentar a participação cívica nesta área.

**Palavras-chave:** *jornalismo de saúde, participação, saúde nos media, web 2.0.*

### 1. Os media como fonte de informação em saúde

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 numa base 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 (Cf. Espanha, 2009: 2).

Neste contexto, é importante perceber que “os *mass media* são uma das mais relevantes fontes de informação sobre saúde para os indivíduos nas suas diversas vertentes” (Silva, P., 2011: 12). 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). Considera-se mesmo que “a Rede está a converter-se numa importante fonte de informação para os cidadãos” (Sánchez, 2012: 82). Sendo assim, uma das ideias é que a televisão e a internet se convertam nos dois meios de comunicação mais consultados no que diz respeito à informação sobre saúde (Cf. Sánchez, 2012: 86).

Ainda relativamente à internet, um dado muito relevante é que 19,6% dos portugueses que acedem à internet a nível particular fazem-no em busca de informação sobre saúde (Cf. Espanha, 2009: 101). Tudo isto demonstra, por parte dos portugueses, grande autonomia e interesse na pesquisa de informação sobre saúde. Deste modo, deduz-se que “ocorrem índices já consideráveis de discussão/ partilha entre médico e paciente, com origem nestes últimos, no que se refere a informação sobre saúde disponível na internet” (Espanha, 2009: 139). Sendo assim, “o uso da internet 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).

#### 1.1. Efeitos adversos

Uma das principais críticas ao tratamento mediático da área da saúde é a falta de rigor no tratamento de alguns temas. “A informação sobre saúde, tal como em qualquer outro assunto noticiado, estará então sujeita a enviesamentos e a certas tendências informativas parciais (*information biases*)” (Silva, P., 2011: 11). Igualmente criticada é a exclusão de alguns assuntos do tratamento noticioso: “apesar de o volume de informação

veiculada pela comunicação social relacionada com a saúde ser considerável, vários assuntos considerados importantes pelo sector da saúde recebem pouca ou nenhuma atenção” (Silva, P., 2011: 10). Então, “os *mass media* tendem a cobrir assuntos localizados e com uma duração curta no tempo, ao invés de uma cobertura mais prolongada e reflexiva” (Silva, P., 2011: 11). Fala-se também da abordagem sensacionalista de alguns temas, ou seja, a “necessidade de conquistar o mercado, com a consequente procura por parte dos editores e jornalistas e conteúdos que suscitem interesse e entusiasmo, ao invés de tentarem equilibrar perspectivas e informação” (Silva, P., 2011: 12).

Uma alegada cumplicidade entre os media e a indústria farmacêutica na “medicalização da sociedade”<sup>1</sup> é igualmente alvo de duras críticas. A ideia é que “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). Assim, “os médicos e as empresas farmacêuticas alargam desnecessariamente as fronteiras da doença, de modo a terem mais doentes e a venderem mais medicamentos” (*Cit. in* Moynihan e Cassels, 2005: XVIII). Portanto, “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).

## 1.2. 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. Mais concretamente, a estratégia consiste no: “uso apropriado dos media, de forma agressiva e eficaz para apoiar o desenvolvimento de políticas de saúde pública” (Wallack *et al.*, 1993: 25).

Dado que a comunicação em saúde através dos media é aceite como uma ferramenta válida para a promoção da saúde pública, “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). Para tal, “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).

## 2. A saúde nos media

A saúde tem um grande relevo nos media, não só do ponto de vista jornalístico, como também em produtos de divulgação e de ficção. Esta importância da informação sobre saúde é medida não só pela frequência da mesma no media, mas também pelo destaque, desenvolvimento e espaço que lhe são atribuídos. É de destacar que este fenómeno é o resultado de uma evolução: “o interesse público pela informação sobre a saúde, a doença e a medicina tem crescido nos anos mais recentes, havendo uma convergência crescente entre os conteúdos relacionados com esta temática e as necessidades do mercado e da publicidade dos meios de comunicação social” (Silva, P., 2011: 10).

Carmen Sánchez observa que, além dos programas informativos, a informação sobre saúde também surge na televisão em: espaços divulgativos (programas ou rubricas); programas *lifestyle*; programas de cozinha; programas relacionados com a sexualidade; programas de viagens, beleza e exercício físico e séries de ficção passadas em hospitais ou centros de saúde (*Cf.* Sánchez, 2012: 76-77). Por sua vez, na rádio, além de surgir nos noticiários informativos, aparece em programas de divulgação ou nas secções divulgativas fixas dentro de programas magazine (*Cf.* Sánchez, 2012: 76-77). Quanto às revistas ligadas à saúde e dirigidas à população em geral, podem ser de três grandes tipos: revistas de divulgação científica que tratam com certa assiduidade temas de medicina e saúde; revistas de divulgação que trazem notícias e temas de saúde à sociedade, normalmente com periodicidade mensal e revistas *life-style*, que trazem pautas de estilos de vida favoráveis quanto a estética, nutrição, exercício físico, psicologia, entre outros (*Cf.* Sánchez, 2012: 80).

### 2.1. A realidade portuguesa

Em Portugal, constata-se a importância da medicina como tema jornalístico e a sua presença nos mais diversos suportes e formatos mediáticos. Aliás, “nos últimos anos, em particular a partir da segunda metade da década de 1990, tem-se assistido a uma tendência de crescimento da presença de informação sobre a saúde e o funcionamento do sistema de saúde na comunicação social” (Silva, P., 2011: 187). Isto assume grande importância, sabendo que toda a informação que é transmitida à sociedade

1 Expressão utilizada por Ivan Illich (*Cit. in* Moynihan e Cassels: 2005, XVIII), para designar a expansão do campo da patologia para as mais diversas experiências individuais e sociais.

portuguesa através dos media afeta o comportamento dos médicos, dos pacientes e a relação entre as duas partes.

Os conteúdos sobre saúde surgem nos mais diversos suportes e formatos, ao nível do jornalismo, da ficção, da divulgação e do entretenimento. Na imprensa, podem encontrar-se notícias de saúde, quer nos jornais de referência, quer nos tabloides. Num estudo sobre o tratamento jornalístico da saúde nos principais jornais diários nacionais, pôde comprovar-se a relevância da temática da saúde para os mesmos. Nesta análise, realizada na semana de 19 a 24 de agosto de 2013, contabilizaram-se 24 peças relacionadas com este tema no “Diário de Notícias”, 9 no “Jornal de Notícias” e 12 no “Público” e no “Correio da Manhã”. De todas estas peças, apenas 3, no “Diário de Notícias”, são artigos de opinião e crónicas, enquanto todas as outras são notícias. Também a colocação das notícias de saúde nas secções principais dos jornais revela a importância que lhes é atribuída, como se pode observar na tabela nº 1.

**Tabela nº 1 – Enquadramento das notícias de saúde nos jornais**

| Secção | Jornal de Notícias                     | Correio da Manhã                             | Diário de Notícias                   | Público                                 |
|--------|----------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
|        | Secção “Sociedade”, sub-secção “Saúde” | Secção “Nacional”, sub-secção “Saúde”        | “Portugal” (maioria das peças)       | Secção “Portugal”, sub-secção “Saúde”   |
|        |                                        | Secção “Nacional”, sub-secção “Sexo e Saúde” | “Globo” e “Pessoas”                  | Secção “Ciência”, sub-secção “Medicina” |
|        |                                        |                                              | Secção “Ciência”, Sub-secção “Saúde” |                                         |

Além disso, proliferam revistas que abordam a área da saúde nas suas páginas, tais como: publicações femininas (exemplo: “Happy Woman”), masculinas (exemplo: “Men’s Health”), divulgação científica (exemplo: “Super Interessante”), *newsmagazines* (exemplo: “Visão”), pais e educadores (exemplo: “Pais e Filhos”), culinária saudável (exemplo: “Saúde à Mesa”) e desporto e lazer (“Sport Life”). Além disso, existem no mercado português revistas especializadas em saúde para o público em geral, como é o caso das: “Saúde e Bem Estar”, “Prevenir” e “Saúde Actual”.

Na televisão, são vários os conteúdos sobre saúde, não só nos espaços noticiosos, como também em programas específicos sobre saúde – quer os mais virados para a informação (exemplo: “Especial Saúde”, na RTP Informação), quer os direccionados para o entretenimento (exemplo: “Dr. White”, na SIC Mulher) – bem como rubricas em programas (exemplo: “Os doutores” no programa diário “Boa tarde”, na SIC). Além disso, há programas estrangeiros que passam nas televisões portuguesas, centrados na divulgação de saúde (exemplo: “Dr. Oz”, na SIC Mulher). Também no campo da ficção, são vários as séries cujo enredo se desenvolve à volta da medicina e dos médicos, com várias produções nacionais

(exemplo: “Sinais de Vida”, na RTP) e estrangeiras (exemplo: “Dr. House”, na TVI) a terem sucesso.

Também na rádio, os temas médicos são alvo de tratamento jornalístico nos noticiários, bem como em alguns programas informativos específicos, alguns de carácter abrangente (exemplo: “Minuto Saúde”, em várias rádios regionais) e outros que tratam temas específicos durante determinado período de tempo (exemplo: “Alerta SIDA”, em antena na TSF de 12 de setembro a 14 de novembro de 2013). Os espaços de divulgação de saúde normalmente constituem rubricas de programas no ar em algumas rádios, na sua maioria de âmbito local, estando a cargo de médicos, psicólogos e enfermeiros. Existem ainda programas interativos, nos quais é possível a intervenção dos ouvintes (exemplo: “A Hora do Sexo”, na Antena 3, apresentado pelo psicólogo Quintino Aires e Raquel Bulha).

Na internet surgem *sites* com conteúdos sobre saúde para promoção de hábitos de saúde e estilos de vida saudáveis, informativos e publicitários. Por outro lado, os próprios meios jornalísticos impressos, televisivos e radiofónicos possuem, geralmente, uma edição *online* apelativa. De acordo com o Inquérito Sociedade em Rede realizado em Portugal, em 2006, “quanto ao tipo de *sites* na internet pesquisados sobre informação médica, verifica-se que a maioria dos inquiridos optou pela consulta de *sites* de jornais e publicações não científicas on-line (71,3%), *sites* de organizações médicas não comerciais (70,9%) e *sites* de organizações médicas comerciais (69,7%)” (Espanha: 2009, 105). Surgem, seguidamente, *sites*: de jornais e publicações científicas on-line (66,4%), de organizações ligadas a medicinas alternativas (66,4%), de sistemas de seguros de saúde (64,7%), hospitalares (62,9%), de subsistemas de saúde (57,9%), de empresas farmacêuticas (54,3%), de informação sobre saúde pública (29,2%) e gerais de saúde (5,9%).

### 3. Jornalismo participativo e web 2.0

Dado que se pretendem analisar, neste estudo, os mecanismos de participação pública nos media em questões de saúde, interessa perceber os conceitos comunicativos envolvidos neste fenómeno.

Em primeiro lugar, é fundamental perceber que a participação dos cidadãos nos media está intrinsecamente associada à web 2.0. Convém, então, precisar que “por web 2.0 entende-se a web colaborativa, isto é, onde os leitores são mais do que consumidores passivos, contribuindo com o seu conhecimento para o enriquecimento da mesma. Neste conceito, que tem uma vertente mais tecnológica e outra mais social, a Web

afasta-se do padrão inicial de plataforma de distribuição de informação e situa-se no paradigma descentralizado onde a participação dos interessados é o combustível do meio” (Canavilhas e Ivars-Nicolás, 2012: 65).

Outro conceito que interessa perceber é o fontes de informação 2.0, que “são baseadas na contribuição da inteligência coletiva e, neste sentido, são predominantemente não oficiais” (Canavilhas e Ivars-Nicolás, 2012: 65). “Esta capacidade de colaboração (vertente social da web 2.0) é potenciada pelas novas aplicações informáticas (vertente tecnológica) e dá lugar a novas formas de conhecimento online que, sobretudo no cado das grupais, são o que chamamos fontes de informação 2.0” (Canavilhas e Ivars-Nicolás, 2012: 65). Assim, as fontes 2.0 são “fornecedores de informação que o fazem por livre e espontânea vontade, do autor, seja um indivíduo ou um grupo, utilizando as ferramentas colaborativas: blogues e microblogues, redes sociais, fóruns ou listas de distribuição, *chats*, *wikis*, repositórios multimédia” (Canavilhas e Ivars-Nicolás, 2012: 66).

Só se pode falar de jornalismo participativo quando existem efetivamente jornalistas e os cidadãos participam efetivamente na produção, construção e transmissão da informação. No entanto, a participação do cidadão nos media, no seu conceito mais lato, já se praticava nos contactos por carta, telefone ou pessoais dirigidos aos meios de comunicação social. O que acontece é que “com os novos media surgem novas formas de participação assim como tendências de mudanças nas atitudes dos usuários” (Francisco, 2012: 165). Na verdade, atualmente existem “muitos leitores que desejam intervir, mesmo com propósitos muito diferentes e com quaisquer tipo de condições” (Francisco, 2012: 163). Sendo cada vez mais ativos, os leitores, ouvintes e telespetadores começam a fazer parte do processo jornalístico, através de comentários, blogues, 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).

Intimamente ligadas ao jornalismo participativo estão as redes sociais. Idealmente, a presença meios de comunicação nas redes sociais aumenta a audiência e fortalece os vínculos com esta, transformando audiências em comunidades. Isto acontece porque as redes sociais, “além de terem potencial para colaboração têm também potencial para a difusão de informações e para a

construção de novos valores sociais” (Francisco, 2012: 166). Então, podem dar mais poder aos atores e aos grupos sociais para disseminar mensagens e mobilizar agentes, bem como influenciar outros processos sociais e a própria circulação de informação nos media tradicionais (Cf. Francisco, 2012: 168).

#### 4. Participação no jornalismo de saúde em Portugal

Neste momento, coloca-se a seguinte questão: como é que o público participa no processo de produção e distribuição do jornalismo de saúde? O caminho para responder a esta pergunta passou por averiguar de que forma os meios de comunicação social promovem a participação dos cidadãos, dando particular destaque à utilização da internet e das redes sociais. Deste modo, foram estudados os mecanismos de participação pública em programas e publicações de saúde da comunicação social portuguesa.

##### 4.1. Metodologia

Esta análise é o resultado do desenvolvimento, atualização e apuração de um estudo exploratório realizado em abril do 2013<sup>2</sup>. Para tal, analisaram-se programas e publicações na área da saúde, de cariz jornalístico, presentes na imprensa, rádio e televisão<sup>3</sup>. De acordo com estes critérios, e para efeitos de investigação, foram considerados 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” e o “Porto Canal”.

Este *corpus* de análise foi estudado durante o mês de agosto de 2013. O objetivo da análise de conteúdo dos meios, *sites* e redes sociais foi detetar as formas de participação do público a três níveis: no próprio meio, no respetivo *site* na internet e nas redes sociais. A participação nos programas de rádio e televisão foi avaliada de acordo com os seguintes indicadores: participação em estúdio, participação por telefone, por email e através das redes sociais. No caso dos *sites* dos programas de rádio, televisão e publicações impressas,

2 Aroso, I. (2013). Saúde nos media. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-saude-nos-media.pdf> (acedido a 20/08/2013).

3 O programa “Retratos de Saúde”, emitido na SIC Mulher, que havia sido estudado previamente, deixou de existir, pelo que não foi incluído na análise. Não surgiu, entretanto, qualquer outro meio ou programa que se incluísse neste âmbito.

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). Quanto às redes sociais, foram estudadas vários aspetos das respetivas páginas de Facebook: a data de criação das mesmas, o número de seguidores ou amigos, a atualização de conteúdos, os apelos à participação dos cidadãos, a permissão de comentários, a permissão de publicações no mural e a disponibilização de informações de contacto do meio.

#### 4.2. Resultados: 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.

No caso do “Jornal de Notícias”, é possível, no respetivo *site*<sup>4</sup>, comentar e partilhar notícias ou gostar delas nas redes sociais. Já no caso do “Público”, é possível, no *site*<sup>5</sup>, 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”<sup>6</sup>, é possível comentar as notícias, assim como ligar às redes sociais, através de partilhas ou recomendações. Finalmente, no “Correio da Manhã”<sup>7</sup>, pode-se corrigir, dar *feedback* e comentar as notícias. Além disso, é possível ligar às redes sociais (partilhas e gostos), bem como votar nas notícias.

#### 1.3. Resultados: 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*<sup>8</sup>, embora não seja possível fazer comentários, encontram-se email geral, telefone, bem como formulário de contacto do meio. Além disso, é possível subscrever a *newsletter* da revista. Além disso, é feita ligação às redes sociais,

sendo possível ir diretamente para a página de Facebook<sup>9</sup>. Esta página, criada em março de 2013, tem mais de 300 seguidores, permite publicações no mural e permite comentários, sendo atualizada numa base mensal.

Outra revista em análise é a “Saúde e Bem Estar”, que se apresenta todos os meses 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*<sup>10</sup> 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. A página de Facebook<sup>11</sup>, que existe desde maio de 2012 e é atualizada várias vezes por semana, tem mais de 1.700 seguidores, sendo possível apenas fazer comentários às publicações. Além disso, são fornecidas informações de contacto (morada, telefone e email).

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*<sup>12</sup>, é possível comentar as notícias, responder a inquéritos e são dados emails gerais, morada e telefone de contacto. Além disso, é possível recomendar e partilhar os conteúdos nas redes sociais. No Facebook<sup>13</sup>, a revista tem mais de 15.400 seguidores, sendo possível fazer publicações no mural e inserir comentários, fazendo-se alguns apelos à participação dos cidadãos. Esta página existe desde janeiro de 2012 e é atualizada quase diariamente.

#### 1.4. Resultados: televisão

Quanto à televisão, as notícias de saúde são uma presença frequente e relevante nos noticiários portugueses, mas cingiu-se propositadamente a análise aos 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 16h30 às 18h00 e moderado

4 <http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Saude/>

5 <http://www.publico.pt/portugal/saude>

6 <http://www.dn.pt/inicio/portugal/>

7 <http://www.cmjornal.xl.pt/noticias/nacional/saude>

8 <http://www.saudeactual.com/>

9 <https://www.facebook.com/pages/Revista-Sa%C3%BAdA-Actual/486319368097106?fref=ts>

10 <http://saudebemestar.com.pt/>

11 <https://www.facebook.com/pages/Revista-Sa%C3%BAdA-e-Bem-Estar/209169142534121?fref=ts>

12 <http://saude.sapo.pt/prevenir>

13 <https://www.facebook.com/prevenir?fref=ts>

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*<sup>14</sup>, é possível apenas fazer ligação às redes sociais, com a partilha de conteúdos, porém o programa tem também um *blogue*<sup>15</sup> específico (com cerca de 900 seguidores), onde já é possível fazer comentários e possíveis intervenções no programa, além de ter ligação para as redes sociais. O programa tem uma página de Facebook<sup>16</sup> própria desde março de 2013, com mais de 16 mil fãs e atualizada várias vezes por semana, onde por vezes se apela à participação dos cidadãos e são possíveis comentários. O público pode mesmo intervir diretamente no “Sociedade Civil”, quer por telefone, quer pelos comentários no Facebook ou no *blogue*, que são depois lidos pela jornalista.

O “Especial Saúde” é um programa semanal da RTP Informação, dedicado à análise de questões de inovação em saúde. O programa, que vai para o ar aos domingos das 20h às 20h30, aparece no *site*<sup>17</sup> da RTP, sendo possível apenas fazer ligação às redes sociais, com a partilha de conteúdos. No Facebook<sup>18</sup> próprio do programa (com mais de 3.300 amigos), que existe desde Janeiro de 2011 e é atualizado várias vezes por semana, 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 e é fornecido um email de contacto.

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 das 17h05 às 18h00, em direto, com uma duração de cerca de 55 minutos e a apresentação cabe à jornalista Susana Cunha Guimarães. O programa divide-se em duas partes: enquanto na primeira médicos especialistas convidados falam sobre diversas patologias (prevenção, diagnóstico e terapêuticas), na segunda o médico no estúdio faz 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 *site*<sup>19</sup> do Porto Canal, onde surge a descrição do programa,

14 <http://www.rtp.pt/programa/tv/p29834>

15 <http://sociedade-civil.blogspot.pt/>

16 <https://www.facebook.com/Sociedadecivil?fref=ts>

17 <http://www.rtp.pt/programa/tv/p24534>

18 <https://www.facebook.com/especial.saude.5?fref=ts>

19 <http://portocanal.sapo.pt/programa/21>

existe a possibilidade de fazer comentários.

### 1.5. Resultados: 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*<sup>20</sup>, 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 *podcast* nas redes sociais. Em agosto de 2013, eram cerca de trinta rádios de norte a sul do país a emitir o programa. 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*<sup>21</sup> do “Minuto Saúde”, que tem ligação para as redes sociais. A página de Facebook<sup>22</sup> do programa, que soma mais de 5.500 seguidores, foi criada em janeiro de 2012, é atualizada várias vezes por semana e permite publicações no mural, comentários e dá informações de contacto (email).

### Conclusões

Nos meios jornalísticos analisados constatou-se que, 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.

Começando pelos *sites* da imprensa generalista, estes 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. 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. Os apelos à participação dos cidadãos e inquéritos surgem apenas num dos quatro meios analisados. Quanto à rádio, observa-se que não são

20 [http://www.tsf.pt/Programas/programa.aspx?content\\_id=2777021&audio\\_id=3289262](http://www.tsf.pt/Programas/programa.aspx?content_id=2777021&audio_id=3289262)

21 <http://www.minutosauade.pt/web/>

22 <https://www.facebook.com/minutosauade>

oferecidas muitas possibilidades de participação. Já na televisão, dos três programas analisados, verifica-se um certo equilíbrio na utilização que é feita do telefone e das redes sociais como ferramentas para a participação nos programas. Nos *sites*, predominam os comentários e as ligações às redes sociais. Dois dos programas televisivos têm páginas no Facebook, nas quais é evidente que um dos objetivos é proporcionar a participação pública.

Em suma, a investigação realizada vai ao encontro da literatura onde se afirma que “os media online reúnem características favoráveis para assegurar a participação dos usuários, embora a maioria dos media existentes não tirem proveito destas características” (Lopez *cit. in* Francisco, 2012: 164). Na realidade, apesar de a maioria dos meios estudados 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. Para além disso, neste cenário participativo, é importante que os cidadãos em geral reconheçam o valor individual e social dessa participação para que ela seja válida.

### Bibliografia

- Aroso, I. (2012). Os Media como fonte de informação sobre saúde: riscos e oportunidades. *Revista Iberoamericana de Salud y Ciudadanía Iberoamerican Journal of Health and Citizenship - "Health Promotion and Education in Iberoamerican Community"*, Julio – Diciembre, 2012, vol. I, n° 2, pp. 84-110.
- Aroso, I. (2013). As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. <http://bocc.ubi.pt/pag/roso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf> [acedido a 10 de abril de 2013].
- Canavilhas, J. e Ivars-Nicolás, B. (2012). Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal e España. *El profesional de la información*, v. 21, n.1, pp-63-69.
- Espanha, R. (2009). *Saúde e comunicação numa sociedade em rede: o Caso Português*. Lisboa, Monitor.
- Francisco, K. C. (2012). “O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição dos modelos tradicionais”, in Bastos, H. e Zamith, F. (eds.): *Ciberjornalismo. Modelos de negócio e redes sociais*. Porto, Edições Afrontamento, pp. 163-182.
- Glik, D. (2004). Health Communication in Popular Media Formats. *American Public Health Association 131st Annual Meeting*.  
<http://www.medscape.com/viewarticle/466709?src=sideseach> [acedido a 19/11/2004].
- Moynihan, R. e Cassels, A. (2005). *Selling sickness: How the world's biggest pharmaceutical companies are turning us all into patients*. New York, Nation Books.
- Ramírez, F. E. e Morál, J. F. (1999). *Áreas de Especialización Periodística*. Madrid, Fragua.
- Sánchez, C. C. (2012). “Información sobre saúde sanitaria e médicos nos medios de comunicación en España. Estado da cuestión nos diferentes medios: Prensa, radio, televisión, revistas e Internet”. *Comunicação e Sociedade*, Número Especial, pp. 69-97.
- Silva, L. F. (2011). Webjornalismo Colaborativo ou Culto ao Amador?. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-leticia-webjornalismo-colaborativo-ou-culto-ao-amador.pdf> [acedido a 03/03/2013].
- Silva, P. A. (2011). *A saúde nos media. Representações do Sistema de Saúde e das Políticas Públicas na Imprensa Escrita Portuguesa*. Lisboa, Editora Mundos Sociais.
- Thomas, R. (2006). *Health communication*. New York, Springer.
- Wallack, L. *et al.* (1993). *Media advocacy and public health: power for prevention*. Newbury Park, Sage.