

Novas tecnologias, antigos problemas: a reprodução de velhas práticas de comunicação em mídias digitais

New technology, old problems: the reproduction of old communication practices in digital media

Nuevas tecnologías, viejos problemas: la reproducción de prácticas antiguas de comunicación en los medios digitales

Daniela Muziⁱ

Tatiana Clébicarⁱⁱ

Resumo

Este artigo discute possibilidades e potencialidades das novas tecnologias na comunicação, considerando características dessas últimas, processos de midiaticização e os modelos comunicacionais. O advento da internet favoreceu a interação, modificando a relação dos meios de comunicação com a sociedade; no entanto, seu uso segundo um modelo difusionista pode limitar suas potencialidades. A fim de ilustrar a análise teórica e discutir novos papéis assumidos pelo jornalismo e pela sociedade na produção de conteúdo e como isso pode impactar o campo da comunicação e saúde, menciona-se um caso envolvendo a cobertura jornalística de uma tumultuada marcação de consultas em unidade de referência do SUS.

Palavras-chave: Tecnologias de comunicação; Midiaticização; Jornalismo; Comunicação e saúde; Sistema Único de Saúde

Abstract

This paper discusses the possibilities and potentialities of new technologies of communication, considering characteristics of these technologies, processes of mediatization and models of communication. The advent of internet has favored the interaction, modifying the relationship between media and society. However, its use according to the diffusionist model may limit its potential. In order to illustrate the theoretical analysis and discussing new roles played by journalism and society in production of content and the impact produced by them on the field of communication and health, an event involving

ⁱ Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (Icict). Rio de Janeiro, Brasil. | lattes.cnpq.br/0972203511261399 | daniela.muzi@icict.fiocruz.br

ⁱⁱ Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS). Rio de Janeiro, Brasil. | lattes.cnpq.br/0606725347410043 | tatiana.clebicar@gmail.com

the media coverage of a tumultuous consultation schedule in a health centre which attends to SUS (Unified Health System) patients is presented here.

Keywords: Communication technologies; Mediatization; Journalism; Communication and health; SUS (Unified Health System).

Resumen

Este artículo discute las posibilidades y el potencial de las nuevas tecnologías de comunicación, teniendo en cuenta las características de estas tecnologías, los procesos de mediatización y modelos de comunicación. El advenimiento de internet ha favorecido la interacción y transformado la relación de los medios de comunicación con la sociedad; sin embargo, su uso de acuerdo con un modelo difusionista puede limitar su potencial. Con el fin de ilustrar el análisis teórico y discutir nuevos papeles desempeñados por el periodismo y la sociedad en la producción de contenidos y cómo esto puede afectar el campo de la comunicación y salud, será narrado un caso relativo a la cobertura de noticias de una tumultuosa agenda para fijar la hora de consultas en una unidad de referencia del SUS (Sistema Único de Salud).

Palabras clave: Tecnologías de la Comunicación; Mediatización; Periodismo; Comunicación y Salud; Sistema Único de Salud.

Submetido: 12/mar/2013

Aceito: 30/jun/2014

Conflitos de interesse: Não há conflitos de interesse a declarar

Fontes de financiamento: Não houve.

Contribuições dos autores:

As autoras participaram igualmente em todas as fases da elaboração do artigo

Introdução

Entende-se por *novas tecnologias de comunicação* as que surgiram entre a década de 1970 e o final do século XX, cujo marco principal é o advento do computador pessoal (*personal computer - PC*). Convencionou-se chamar esse período de Terceira Revolução Industrial, a Revolução Informacional. A nomenclatura já ficou ultrapassada e foi substituída por tecnologias de informação e comunicação, ou, simplesmente, TICs. São TICs os computadores pessoais, os celulares, a internet, as tecnologias digitais de captação de imagem e som e as tecnologias de acesso remoto, tablets e ainda o que está por vir. Como velhas tecnologias entendemos tudo o que veio antes, porém não menos revolucionário e eficaz, como, por exemplo, o livro, o jornal, o rádio e a TV analógica.

As TICs fazem parte do nosso dia a dia e tomam uma grande parte dele – em média, 22% do tempo das pessoas são gastos nas redes sociais¹. A sociedade contemporânea, também denominada como sociedade da informação, passa a ser regida por um processo chamado de *mediatização*, “tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de comunicação”². Um “novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma “*tecnocultura*”), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês”². Ainda segundo o autor, esse novo *bios* “não se alinha de modo neutro ao lado dos campos sociais, uma vez que participa ativamente da luta pelo controle das representações do real, afetando ontologicamente a própria ideia Moderna do social e do exercício de poder”³.

O que há de novo nas TICs

Até então, as velhas tecnologias baseavam-se hegemonicamente no modelo informacional ou matemático, onde “para haver uma boa comunicação, um emissor deve enviar uma mensagem para um receptor, através de um canal, evitando o máximo de ruídos”⁴. Como Araújo e Cardoso⁴ detalham, esse modelo mantém características como linearidade, percorrendo um processo sem variáveis; unidirecionalidade, o que significa que a comunicação é feita apenas em um sentido, sem a possibilidade do *feedback*; bipolaridade, prevista pelo modelo como a comunicação entre dois polos excluindo as demais vozes; apagamento de ruídos; entendimento da língua como um conjunto de códigos estabelecido e estável; e concepção instrumental da linguagem.⁴

O jornal, o rádio e a televisão transmitem informação usando o modelo informacional e propiciando, na maioria das vezes, uma comunicação massiva, sendo por isso conhecidos também como meios de comunicação de massa. No entanto, o uso desse modelo pode acarretar problemas, como a criação de relações autoritárias, centralização da palavra e concentração dos meios de produção da comunicação.

O grande divisor de águas na relação dos meios de comunicação com o homem é a internet, que permitiu o dialogismo. O novo meio/ambiente permite que a comunicação seja feita em rede, em diversos sentidos, para diversos polos, com diversos ruídos e códigos. Potencialmente, um dos meios mais democráticos criados até hoje, pois permite as mesmas possibilidades de transmissão de mensagem tanto para um indivíduo quanto para uma empresa de radiodifusão, tanto para um morador de uma grande metrópole quanto para um morador de uma pequena cidade. Até o seu surgimento, a capacidade de comunicar-se com o grande público era restrita, estava concentrada em grandes empresas de comunicação.

Mas o crédito que hoje é da internet poderia ter sido do radioamadorismo, uma das maiores mídias abertas do século XX. Segundo Wu⁵, “Os radioamadores imaginavam que o rádio, que existia principalmente como meio de comunicação em duas vias, poderia ser aplicado a uma forma mais social da rede de comunicação, como diríamos hoje”. O incentivo do inventor Lee De Forestⁱⁱⁱ aos jovens na década de 1920 ilustra bem as expectativas do novo meio.

De todos os hobbies, a comunicação sem fio é o mais interessante. Ela oferece horizontes mais amplos, o mais aguçado fascínio, tanto por uma intensa competição com os outros, próximos ou distantes, quanto por um estudo tranquilo e a pura diversão nas horas mortas da noite, ao receber visitantes amigáveis de todo esse grande mundo⁵.

Tim Wu⁵ esclarece bem o papel do rádio na época do seu surgimento, ao comparar com o cenário atual norte-americano.

Nos anos 1920, o rádio era um meio de comunicação de duas mãos, acessível a todos os interessados; desembolsando um pouco mais, qualquer clube ou outra instituição poderia abrir uma pequena estação transmissora. Compare com o momento atual: o rádio é praticamente o nosso meio de comunicação mais vital, e, no entanto, é muito difícil ou quase impossível obter uma licença, e transmitir sem autorização é crime federal⁵.

O que se viu, em meados dos anos 1930, foi a mudança radical do perfil do rádio nos Estados Unidos e no resto do mundo. De meio de comunicação interativo e democrático passou a ser unidirecional e centralizador, atendendo a interesses de ordem econômica e política, em detrimento do bem-estar da população, tendo como pior exemplo o da Alemanha. O país germânico usou o veículo de comunicação como peça central da propaganda nazista do Estado.

Harold Innis, pesquisador da Escola de Toronto, que podemos identificar como um dos membros^{iv} da árvore genealógica da corrente de pensamento das Materialidades da Comunicação, adota uma abordagem sobre as maneiras como as tecnologias de comunicação podem afetar culturas e subjetividades⁶. Innis foi um dos primeiros autores “a observar como as tecnologias da comunicação parecem possuir ‘tendências’ que acabam por emprestar certas características a determinadas culturas”⁷. As tendências podem ser divididas em: tecnologias com tendências temporais e tecnologias com tendências espaciais. Essas tendências, por sua vez, iriam, cada uma a seu modo, influenciar práticas socioculturais e processos de produção de subjetividades.

Para melhor compreensão, podemos considerar o seguinte quadro: as tecnologias temporais são aquelas formadas a partir de suportes materiais rígidos, pesados e duráveis como pedra, madeira e argila que permitem que as mensagens durem ao longo do tempo, ao passo que inibem o deslocamento espacial. Esse tipo de tecnologia favoreceu o surgimento de sociedades seculares e rigidamente hierarquizadas como a egípcia. Por outro lado, as tecnologias com tendências espaciais permitem que as mensagens sejam transportadas com facilidade, apesar de sucumbirem às intempéries do tempo, pois são formadas a partir de suportes materiais maleáveis, leves e perecíveis como papel, papiro e pele de animais. Essas tecnologias favoreceram o surgimento dos grandes impérios como o greco-romano⁷.

ⁱⁱⁱ De Forest L. How to set up an amateur radio receiving station. Nova York: De Forest Radio Telephone and Telegraph Company; 1920. p. 2-7; apud⁵.

^{iv} Autores como George Simmel, Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, Harold Innis, Eric Havelock, Marshall McLuhan e Jacques Derrida são filiados à mesma corrente de pensamento que deu origem à Teoria das Materialidades da Comunicação. Sistematizada pelo alemão Hans Ulrich Gumbrecht, a ideia inicial era restabelecer a “coisicidade do mundo”, diminuindo a tensão entre a presença e o sentido, e esse é um dos principais pontos. A questão não é desequilibrar a balança em favor do objeto e assim recompensar uma predileção histórica, mas sim, equilibrá-los e dar à produção de sentido o mesmo valor da produção de presença e aliar um ao outro.

Guardando as devidas proporções, podemos fazer uma relação inversa: como práticas socioculturais podem influenciar as tecnologias de comunicação. No caso do rádio, por exemplo, vimos que nos Estados Unidos, país de regime capitalista, acabou-se imprimindo no meio de comunicação o *modus operandi* do seu sistema financeiro, visando ao lucro, eliminando a concorrência^{v.5}. Já a Alemanha fez do rádio peça-chave de divulgação do regime nazista. O governo ditatorial de Getúlio Vargas usou e manipulou os meios de comunicação em defesa do regime, chegando a criar o Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP, órgão coercitivo máximo da liberdade de expressão e de pensamento durante o Estado Novo. Trazendo para os dias atuais, podemos ainda citar o caso dos países comunistas, China e Coreia do Norte, que sempre estão no topo das listas de países que mais censuram a imprensa. Vemos com frequência nos telejornais que, apesar de todas as possibilidades da internet como meio de comunicação, há nesses países severas restrições à população, inibindo até a mesmo a expressão em redes sociais pessoais.

Logo, podemos aferir que, independentemente da potencialidade de cada tecnologia de comunicação, é o seu uso que irá defini-la. O rádio poderia ter sido tão democrático quanto a internet é hoje na maioria dos países, ao passo que a internet é, em alguns países, tão centralizadora e restritiva quanto o rádio foi em regimes ditatoriais. Podemos perceber que a prática discursiva expressa a materialidade de sua época, pois é regida por “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa”^{vi.4}. Tendo o uso como viés de análise, a distinção entre novas e velhas tecnologias parece perder um pouco o sentido, uma vez que ele, sim, revela-se determinante das potencialidades dos meios de comunicação.

Novas e velhas comunicações em saúde

“A comunicação, no campo da saúde, caminha na contramão do SUS”⁴. Como sabemos, o Sistema Único de Saúde foi criado sob os princípios que prezam a universalidade, a integralidade, a equidade, a descentralização e a participação popular. Essa forte afirmação das autoras, na verdade, é um exame preciso da situação do campo comunicação e saúde, um paradoxo extremamente incoerente, porém contextualizável se pensarmos no cenário em que ele se consolidou no Brasil.

O modelo campanhista de atenção à saúde - baseado em campanhas sanitárias para combater as epidemias, com programas de vacinação obrigatória contra febre amarela, peste bubônica e varíola, desinfecção dos espaços públicos e domiciliares e outras ações de medicalização do espaço urbano, que atingiram, em sua maioria, as camadas menos favorecidas da população e foi hegemônico no Brasil nas décadas de 1920 a 1960 - até hoje orienta, mesmo que de forma menos predominante e coercitiva, as práticas de comunicação e saúde⁸.

Nos anos 1920, epidemias assolavam os centros urbanos brasileiros.

Naquela época, *educar*, *higienizar*, *sanear* estavam na ordem do dia não apenas como intervenções técnicas, embora não prescindissem dessa prerrogativa. Eram ações indispensáveis à salvação nacional, oriundas do saber científico e portadoras de uma “pedagogia civilizatória” capaz de plasmar uma nova percepção da realidade, romper com o passado colonial e introduzir comportamentos e atitudes conforme o ideário de ordem e progresso⁴.

^v Para aprofundamento da questão, ver o capítulo “Centralizar todas as atividades do rádio”⁵.

^{vi} Foucault M. Arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária; 1986; apud ⁴.

Com a ascensão da bacteriologia, que permitia a identificação de um agente causador da doença e não mais a atribuía a fatores ambientais e até mesmo morais como era comum na medicina do século XIX⁹, foi preciso um redirecionamento das ações de saúde pública. A partir de então, educação e comunicação passaram a andar juntas e a ser associadas à implantação das políticas públicas de saúde⁴.

Comparando o modelo campanhista de atenção à saúde ao modelo informacional, encontraremos várias semelhanças: a comunicação é feita em sentido linear, desprezando variações que contemplem, por exemplo, dimensões socioeconômicas, afetivas e políticas; a comunicação se dá apenas a partir de um polo, no mesmo sentido, sem retorno do receptor da mensagem; bipolar, silenciando as diversas vozes de interlocução e, por isso, centralizadora; prevê a linguagem como estável, um denominador comum que atende a todos os indivíduos receptores da mensagem; e, por consequência, considera a linguagem como mero instrumento, desprezando suas especificidades e relações de poder e força.

O modelo campanhista se aliou aos meios de comunicação de massa, canais adequados para “educar, higienizar, sanear” e atingir em cheio a população, atuando como facilitadores para divulgar a informação. O novo mundo (o mundo dos microorganismos) que a medicina revelava ganhava credibilidade e voz através da imprensa, que tinha a função mediadora, sendo detidora dos meios de produção da informação.

Hoje, as novas tecnologias de comunicação são dialógicas e híbridas (reúnem em si mais de um meio). Computadores, celulares, tablets, TVs digitais permitem o retorno da comunicação, propiciado pelo novo meio que é a internet e ampliam o nosso poder de midiatização devido à hibridização (num mesmo aparelho de celular, por exemplo, conseguimos gravar um vídeo e divulgá-lo). São tantas TICs, tantos gadgets, que Sodré acha mais apropriado chamar a sociedade contemporânea de “sociedade dos objetos”. Para ele, a internet e as TICs colocam em crise a identidade do jornalista como mediador. Hoje, essa mediação, antes feita por pessoas, é feita por máquinas. “Entre mim e você, na internet, há uma mediação, como no caso do telefone. É uma interação de natureza técnica.”¹⁰.

Como se dá a questão da comunicação nesse novo ambiente midiatizado, em que os meios de comunicação deixam de ser centralizadores e ocupam a centralidade da sociedade? Nessa nova sociedade de objetos, somos todos produtores de conteúdo, todos podemos gerar notícias e questioná-las. Podemos nos expressar e ser ouvidos, “a comunicação deixa de ser problema dos meios para ser problema da sociedade”¹¹. O jornalismo perde o seu poder de mediação e a prática jornalística é compartilhada com diversos atores sociais, atores humanos e não-humanos^{12,13}.

Essas novas possibilidades são questionadas por Sodré¹⁴:

A ampliação tecnológica e mercadológica desse espaço pela mídia não significa o aumento da sua exterioridade social ou de sua capacidade circulatória das forças de representação na política, isto é, das forças que tradicionalmente constituem a cidadania.

Episódios recentes que mostram a força das redes sociais, através das quais mobilizações são marcadas, não são suficientes para que Sodré mude de opinião a respeito do papel da internet na construção da cidadania. Para ele, a rede, onde saber e informação ficam estocados, só aumentou o poder de circulação de palavras que não se converteu em ação política concreta; pelo contrário, a busca por cidadania é a “pedra na mão” e não a internet e as redes sociais¹⁵.

Para Sodré¹⁴, “o encolhimento do Estado e a dissolução progressiva do espaço público [...] concomitantes à expansão do mercado, confirmam o enfraquecimento da esfera em que se desenvolve a cidadania”. O que vemos é a transformação do cidadão em consumidor, cujo papel social não é mais lutar

por todos os indivíduos e bens sociais, mas sim o de exigir seus direitos ou a garantia para o grupo a que pertence. Por isso, Sodré¹⁵ justifica que ainda não é possível enxergar, com a rede, uma comunicação que tenha como objetivo o bem comum.

Ninguém mais acredita em nada hoje. Mesmo as pessoas bem-educadas, com bons empregos pensam apenas nas próximas férias no Haváí, na bolsa Gucci, no próximo BMW. Igreja e política não significam nada para elas. Democracia é apenas uma utilidade pública qualquer, como os correios ou o fornecimento de eletricidade.^{14,vii}

Se os meios de comunicação de massa são considerados um alargamento tecnológico do espaço público, que tipo de espaço seria esse construído pela sociedade midiaticizada de consumidores? Nós, indivíduos comuns, somos capazes de assumir o papel dos jornalistas e de produzirmos conteúdos com as nossas novas tecnologias de comunicação? Que produção seria essa? Ainda é possível fazer um jornalismo para todos?

O que resta saber é se o jornalismo ainda constitui um poder de mediação de cidadania ou não estaria entrando numa zona de linguagem incapaz de representar realmente alguma coisa, apenas sedutora como o *flatus vocis* de um ex-presidente carismático.¹⁴

Visto como mediador de discursos, o quarto poder, voz autorizada e reconhecida para a prestação de serviços à sociedade, hoje, perde a sua importância como tal. O jornalismo passa por mutação assim como o cidadão se transforma em consumidor. O que vemos, lemos e ouvimos pela imprensa é um extrato segmentado, sempre direcionado ao “público-alvo” do veículo. As ferramentas de indexação e busca que atravessam nossas TICs estão encarregadas de analisar nossas buscas na internet, nossas compras, nossas palavras mais citadas e, a partir daí, gerar um conteúdo “sob medida”. As mídias segmentadas se proliferam nas redes, bancas de jornais e TVs por assinatura e não param por aí. Partidos políticos se fragmentam, instituições religiosas e até mesmo as dietas alimentares. Tudo estratificado, adequado, criado para você. A notícia é mercadoria e é vendida como tal. O sensacionalismo dá o tom e o entretenimento torna-se linguagem para as tecnologias de comunicação disputarem a audiência/acesso.

O entretenimento como linguagem implica a transformação da comunicação em experiência – muito mais do que uma troca de mensagens – demandando novos suportes que permitem multisensorialidades. Segundo Vinicius Andrade Pereira¹⁶, as mudanças na cultura contemporânea instauram novas dinâmicas e processos para a comunicação, bem como novos arranjos e ambientes midiáticos que explodem as tradicionais noções de mídias. Assim, o novo cenário da comunicação como experiência e o entretenimento como linguagem promovem a transposição das mídias para os M.E.D.I.A. – Mídias, Entretenimento, Design e Intervenções Artísticas – como estratégia de comunicação, não apenas na arena da publicidade, mas em praticamente todas as esferas da sociedade: educação, política, religião, trabalho e relações pessoais.

Experimentamos informação através de todos os sentidos, não queremos mais apenas ler a notícia. Queremos vê-la, ouvi-la, de preferência em tempo real, e, se possível, saber mais num clique. Esse é o ambiente que encontramos nas redes sociais, por exemplo, em que várias mídias se convergem e dialogam: vídeos, sons, imagens, textos e até a tradicional cartilha de saúde se encontram por lá. Diante desse novo estado das coisas, adequado – e revolucionário – seria se o campo da comunicação e saúde estivesse no sentido certo e se guiasse pelos princípios do SUS. O que implica uma série de mudanças nos rumos da comunicação.

^{vii} Ballard J G. Terroristas do milênio. São Paulo: Companhia das Letras; 2005; apud¹⁴.

No campo da saúde, a comunicação não se dissocia da noção de direito, é dirigida a ‘cidadãos’, objetiva o aperfeiçoamento de um sistema público de saúde em todas as suas dimensões e a participação efetiva das pessoas na construção das possibilidades. Em consequência, não pode se limitar a ter a persuasão como estratégia, nem trabalhar apenas com a ideia de divulgação: o objetivo deve ser, minimamente, estabelecer um debate público sobre temas de interesse e garantir, às pessoas, informações suficientes para a ampliação de sua participação cidadã nas políticas de saúde⁴.

Essa comunicação à moda SUS seria feita em rede, “multidirecional, multipolar e descentralizada, que procura atualizar o conceito de polifonia, indispensável para consideração do princípio de universalidade”⁴. Esse novo modelo comunicacional, proposto por Inesita Araújo¹⁷, que se contrapõe ao modelo informacional, é chamado de mercado simbólico e é potencialmente viável pelas TICs.

Trazendo a discussão teórica para a prática cotidiana que envolve comunicação e saúde, recuperamos um episódio que parece ilustrar como o uso das novas tecnologias segundo um modelo difusionista pode limitar suas potencialidades. Os sites dos principais meios de comunicação do Rio de Janeiro, quase todos com repercussão nacional, estampavam logo no início da manhã do dia 3 de dezembro de 2012, uma segunda-feira, a notícia de que uma enorme fila se formara às portas do Instituto Nacional de Traumatologia e Ortopedia Jamil Haddad (Into), na zona portuária do Rio de Janeiro. As reportagens informavam que pacientes à espera de cirurgias, a maior parte com dificuldades de locomoção, usando muletas e cadeiras de rodas, haviam sido convocados para agendar consultas que assegurariam a chance de realizar o procedimento ainda em 2013.

O caso repercutiu não apenas nas versões eletrônicas dos periódicos como nas edições impressas nos dias que se seguiram e nos principais telejornais do país. Diariamente, por aproximadamente uma semana, os veículos atualizavam as novas diretrizes para a marcação de consultas, exames e procedimentos na instituição, manifestadas por representantes da unidade e gestores das esferas municipal, estadual e federal, incluindo o próprio ministro da Saúde, Alexandre Padilha, cuja presença no Into teve ampla cobertura midiática. Também foi destacada a saída do então diretor, que pedira seu desligamento uma semana após o caso.

O episódio tumultuado sugere algumas pistas do que poderia ter contribuído para que o caso marcasse tão negativamente uma unidade de referência do SUS, levando-se em conta os conceitos de velhas e novas tecnologias e comparando-se as informações veiculadas no site do jornal *O Globo* com as disponíveis nas páginas virtuais da unidade e do Ministério da Saúde.

A convocação havia sido feita por meio de um cartaz num mural da instituição e de uma nota em seu site. Pela internet, o texto informava que, na semana entre 3 e 7 de dezembro, estava suspensa a triagem de novos pacientes encaminhados de novas unidades para que fossem agendadas as consultas para o primeiro semestre de 2013. Requisitos como número de prontuário e solicitação do médico eram mencionados, assim como a possibilidade de se marcar a consulta por telefone, disponível das 7h às 19h. O informe não indicava quantas vagas estariam abertas, apenas que elas eram limitadas. Por fim, registrava que, em seis meses, seriam abertas as inscrições para os agendamentos do segundo semestre.

Uma vez que a fila se formara, a homepage da instituição mantinha no ar, já com o fogo cerrado dos grandes sites jornalísticos, a convocação para o agendamento de consultas para o ano que se iniciaria. A página de abertura do Ministério da Saúde (www.saude.gov.br) tampouco sinalizava para qualquer problema em curso.

Ao mesmo tempo, as reportagens do site jornalístico já noticiavam mudanças no agendamento, àquela altura apenas um incremento no número de atendentes do call center. Um paciente que tivesse passado

algumas horas na fila, de onde, conforme noticiara o site, tentava sem sucesso contato por telefone – esta era a estratégia dos usuários: manter-se na fila até ser atendido por telefone ou pessoalmente – não encontraria atualizações nos sites oficiais. No dia 6 de dezembro, no entanto, o Portal da Saúde trouxe a informação de que a unidade ampliaria o serviço de agendamento e instauraria um serviço de busca ativa dos pacientes, o que os desobrigaria de procurar pessoal ou eletronicamente a unidade.

Dois meses após o episódio, que acarretou uma interferência pública do Ministério na unidade, além do pedido de desligamento de seu diretor, o mesmo site de *O Globo* – sempre relembrando a dramaticidade da convocação inicial – anuncia os resultados do mutirão realizado para agilizar a assistência aos usuários em janeiro e prevê novos atendimentos cirúrgicos nos meses subsequentes.

Quanto à questão do dialogismo, os textos publicados no site do Into e no Portal da Saúde apenas ofereciam “botões” de compartilhamento do comunicado para as redes sociais e por e-mail, sem espaço para comentários ou interlocução com a instituição. Enquanto a matéria no site do jornal *O Globo*, além de disponibilizar ferramentas que permitiam o compartilhamento da notícia por e-mail e em redes sociais, como Facebook e Twitter, previa espaço para comentários e envio de e-mail para as jornalistas autoras da matéria.

Conclusão

É de se estranhar ainda encontrarmos formas antigas de se comunicar em novos meios de comunicação. Sites desatualizados sem espaço para comunicação, redes sociais que só comunicam informações e não respondem aos internautas, campanhas de saúde descontextualizadas que ignoram especificidades locais, canais de comunicação que não dialogam, apenas transmitem informações.

Os modelos mais correntes de comunicação levam a enfocar apenas o âmbito da produção, o que é lógico dentro de uma concepção de comunicação como transferência de conteúdos de um polo a outro. A circulação e apropriação são esquecidas ou colocadas num plano secundário⁴.

Essa forma de comunicação que usa o difusionismo como modelo entra em conflito com discursos atuais no campo, como a democratização da comunicação e o acesso à informação que, na prática, significam acesso aos meios e espaços de fala assim como existência de canais e espaços de escuta, fatores que estão sendo cada vez mais promovidos pelas TICs⁴. As novas tecnologias de comunicação são mais acessíveis aos indivíduos e permitem que os mesmos possam interferir nos meios de produção de notícias, além de promover interatividade e permitir um maior controle social da população e, a partir disso, promover uma comunicação em saúde que siga os princípios do SUS: universalidade, integralidade, equidade, descentralização e participação popular.

No caso do SUS, ilustrado aqui brevemente pelo episódio da marcação de consultas no Into, o ponto que se destaca é o de como a estratégia de comunicação pelos canais oficiais da unidade acompanhou sem a mesma agilidade e interatividade o desenrolar do caso, deixando uma lacuna que foi habilmente preenchida por um meio comercial que soube explorar o drama dos usuários e a recorrente imagem de ineficácia atribuída ao SUS. Talvez essa impressão particular tenha sido forjada ao se optar por usar os meios de comunicação de massa como um mediador entre o emissor e o público, abrindo-se mão de uma comunicação mais direta através dos canais digitais já disponíveis. Ao contrário, a internet foi usada de forma difusionista e engessada sem promover o diálogo ou a agilidade, características próprias desse

meio. Trata-se de compreender e valorizar as potencialidades desse recente vetor de disseminação de informações no qual a mídia digital se converteu.

Mesmo sendo usada de forma mais tradicional, a internet tem sido um dos principais canais de comunicação para o acesso a informações públicas, em sua maioria circunscritas na esfera da transparência da gestão, determinada pela [Lei nº 12.527](#)^{viii} conhecida como Lei de Acesso à Informação. Esta iniciativa corresponde apenas a uma das faces da questão da democratização da comunicação.

Vemos nas TICs, cada vez mais acessíveis e interativas, um potencial para a contribuição à democratização da comunicação. Através delas os usuários podem participar dos meios de produção de notícias, interagir e exercer maior controle social dos meios de comunicação, práticas que dialogam com os princípios do SUS. No entanto, é importante ressaltar, que a força virtual das TICs não é garantia de uma manifestação real da participação dos cidadãos na tomada de decisões. A materialização das potencialidades da internet faz parte de relações de poder que vão além de seus recursos tecnológicos. Além disso, é preciso problematizar o conceito de interatividade e aferir até que ponto significa interação – interatividade mútua – ou uma simples reação – interatividade reativa.¹⁸

Cabe ainda à sociedade participar dessa comunicação, que não se resume somente à escuta, tampouco apenas à fala, e sim, através da produção de sentidos, consiste em uma troca de informações. Para isso, a população deve estar atenta às suas novas habilidades midiáticas e apoderar-se delas para produzir novos sentidos sociais e encarar o grande desafio que é fazer uma nova comunicação na saúde com as novas tecnologias pois, do contrário, estaremos apenas reproduzindo velhas práticas de comunicação de novas maneiras.

Referências

1. Gugelmin F. 9 números impressionantes sobre a internet. Tecmundo [Internet]. 1 jan. 2013 [acesso em: 20 jan. 2013]. Disponível em: http://www.tecmundo.com.br/internet/34595-9-numeros-impressionantes-sobre-a-internet.htm?utm_source=outbrain&utm_medium=recomendados&utm_campaign=outbrain=obinsite
2. Sodré M. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: Moares, D, organizador. Sociedade Midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad X; 2006; p.19-31.
3. Sodré M. As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política. Petrópolis (RJ): Vozes; 2006
4. Araújo IS, Cardoso JM. Comunicação e Saúde. 20 ed. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; 2007.
5. Wu T. Impérios da comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar; 2012.
6. Felinto E, Pereira VA. A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade. Contemporânea – Rev Com e Cultura [Internet]. jan./jun. 2005 [acesso em: 20 jan. 2013] 1(3): [cerca de 19 p.]. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.portalseer.ufba.br%2Findex.php%2Fcontemporaneapostcom%2Farticle%2Fdownload%2F3448%2F2514&ei=LJMAUeHzPIO-8ASIsICIBg&usq=AFQjCNF7X3mvhIg9b4R2OqraVYKyriScIA&bvm=bv.41248874,d.eWU>
7. Pereira VA. Tendências das tecnologias de comunicação: da fala às mídias digitais. In: Sá S, Enne AL, organizadores. Prazeres digitais: computadores, entretenimento e sociabilidade. Rio de Janeiro: E-papers; 2004.

^{viii} Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12527.htm. Acesso em 20 jan. 2014.

8. Cardoso JM. Comunicação, saúde e discurso preventivo: reflexões a partir de uma leitura de campanhas nacionais de Aids veiculadas pela TV (1987-1999). Rio de Janeiro. Dissertação [Mestrado em Comunicação e Cultura] – Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2001.
9. Foucault M. Microfísica do poder. 25 ed. São Paulo: Graal; 2012.
10. Sodré M. Jornalismo, Participação, Memória. Entrevista a Adriano De Lavour, Bruno Dominguez e Elisa Batalha. Rev Radis. 2012; 120:8-18.
11. Fausto Neto, A. Cotidiano atravessado pela mídia. Rev Radis. 2012; 116:20-21.
12. Latour B. Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Editora 34; 1994.
13. Latour B. Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires: Manantial; 2008.
14. Sodré M. Aula Inaugural. Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. ago. 2011. [acesso em: 20 jan. 2013]. Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/98-muniz-sodre-aula-inaugural-na-unb>
15. Sodré M. Redes sociais ainda não mudaram a ação política. UnB [Internet]. 23 ago. 2011. [acesso em 22 jan. 2013]. Disponível em: <http://www.unb.br/noticias/unbagencia/unbagencia.php?id=5538>
16. Pereira VA. Entretenimento e as novas tecnologias de comunicação - V CECC [vídeo na Internet]. Rio de Janeiro: PanMediaLab; 2009. [acesso em: 20 jan 2013]. Disponível em: <http://youtu.be/96DN77IFRrA>
17. Araújo IS. Mercado simbólico: interlocução, luta, poder – um modelo de comunicação para políticas públicas. Rio de Janeiro. Tese [Doutorado em Comunicação e Cultura] – Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2002.
18. Primo A. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. Rev Famecos. 2000; 12: 81-92.