

A SAÚDE COMO FATO COLETIVO

*Fernando Lefèvre**

RESUMO: Discute-se aqui uma das formas de manifestação da Saúde Coletiva o que é a da saúde como fato coletivo de natureza midiática. Apresenta-se a mídia como instância instituinte do fato coletivo e os desdobramentos desta instituição para o campo da saúde e da doença. Coloca-se que a saúde como uma fato verdadeiramente coletivo pressupõe uma redefinição do conteúdo da saúde em termos de Promoção de Saúde e a consideração dos atores principais do processo comunicativo em saúde, a Sociedade civil e o Estado, em uma nova perspectiva de redes complexas, em conformidade com as exigências da atualidade.

PALAVRAS CHAVE: Mídia, saúde coletiva, doença

*Professor Associado da Faculdade de Saúde Pública da USP - Av. Dr. Arnaldo, 715 - térreo - CEP 01246-904 São Paulo
- Capital E-mail flefevre@usp.br

INTRODUÇÃO

Pode-se entender a saúde de diversas maneiras mas quando se deseja vê-la como *res* coletiva, a porta de entrada é mais ampla do que se costuma pensar, envolvendo o plano legal, o econômico, o administrativo, o biológico/epidemiológico, o factual/informativo, o social, o histórico, o filosófico.

Quando a porta de entrada mais específica for o plano factual/informativo, deve-se examinar a natureza daquele conjunto de informações ou fatos sobre o campo da saúde e da doença que são coletivamente disponibilizados. Através deste prisma, a Saúde Coletiva pode ser vista como **o conjunto de informações ou fatos sobre saúde e doença que são “publicizados” (RUBIN, 1995) pela mídia numa dada formação social, num dado momento histórico.**

Numa formulação sintética poderíamos dizer que a Saúde Coletiva é, também, **a saúde-que-aparece-na-mídia.**

Antes de detalhar o tema da saúde que aparece na mídia é necessário contudo tecer algumas considerações sobre a mídia como instituidora necessária do fato coletivo

A MÍDIA E O FATO COLETIVO

É verdade, num certo sentido, que os fatos existem fora da mídia porque, da janela da faculdade onde estou escrevendo este texto, poderia ver, caso acontecesse de fato, um assalto, um incêndio, um atropelamento, etc.

Mas estes, enquanto fatos privados (o incêndio que eu vi), não são fatos midiáticos pois não pertencem ao domínio da mídia, necessariamente coletiva.

A mídia então não apenas seleciona alguns fatos em detrimento de outros mas também cria ou institui um certo tipo de fatos, os “seus fatos”, que são os fatos coletivos criados pela mídia (as *notícias*), que não podem existir sem a instância midiática que os publiciza.

Assinale-se que a operação de “publicizar” um fato é o que a mídia faz - e, nas sociedades urbano industriais contemporâneas, só ela - que transforma um fato anônimo,

desconhecido, virtual, em notícia, ou seja em algo conhecido, exposto à luz do dia para ser conhecido e compartilhado pela coletividade exposta à mídia.

Um fato tornado público pela ação da mídia poderia ser chamado de fato público? Sim mas apenas no sentido mais restrito da palavra (como enunciado acima) onde *público* pode ser visto como sinônimo de *coletivo*. Assim sendo um fato tornado público pela mídia (salvo no caso dos Diários Oficiais ou publicações congêneres) não significa, necessariamente, que ele tenha se tornado oficial, governamental ou mesmo verdadeiro.

Por estas razões adotaremos aqui o termo **fatos coletivos**.

Então, a criação dos fatos coletivos pela instância midiática é inevitável. Isto quer dizer que um olhar coletivo sobre os fatos pressupõe, necessariamente, a mídia, ou seja a instituição de um *locus* supra individual e seu respectivo suporte (o papel do livro e, antes dele, a pedra onde foram gravados os dez mandamentos e depois o jornal, a telinha, a telona, o out-door, etc.) para que a informação seja coletivamente difundida.

O fato coletivo cria, pois, a (necessidade da) mídia e vice versa. Não se trata, deste modo, de qualquer tipo de deformação: a vida em sociedade, mesmo na forma mais elementar de sociedade, exige o fato coletivo, ou seja, aquele conjunto de informações de natureza coletiva destinadas a orientar os cidadãos na vida em sociedade.

Se a existência midiática do fato coletivo é necessária, inevitável, então qual é o problema? O problema é que o lugar concreto, o espaço onde é forjado este fato coletivo transforma-se, necessariamente, num lugar de poder, o que implica, para o pensamento contemporâneo, segundo SANTOS (1999) a exigência da democracia.

Ora, o que acontece entre nós, brasileiros, a este respeito? A nosso ver, ocorre um "aproveitamento" privado desta necessidade coletiva. Com efeito, já que o fato coletivo é necessário e imprescindível para que o indivíduo privado possa se orientar na sua vida cotidiana e nos seus projetos de curto e longo prazo e já que a instância midiática, e só ela, tem e pode viabilizar o que o cidadão privado, precisa, ela, ou mais precisamente seus proprietários e demais funcionários associados disso se aproveitam para o exercício, sobre o cidadão, do poder que este lhe confere (porque não tem outro jeito...), para vender-lhe mercadorias e representações de seu interesse.

A democratização do espaço midiático se impõe, assim, como imperiosa.

Mas é preciso entender o que significa, neste contexto, o termo "democratização".

Para responder é preciso levar em conta, antes de mais nada, que um fato coletivo é, ao mesmo tempo, uma entidade coletiva e um bem de consumo, ou seja, algo *comum* a ser necessariamente apropriado (=lido) de modo *privado*. O fato coletivo é, paradoxalmente, igual para todos e diferente para cada um porque coletivo na encodificação e privado na decodificação.

Assim sendo, a democratização do fato coletivo deve facilitar uma conveniente (para o consumidor) apropriação privada, o que só pode ser feito através de um discurso o mais possível polissêmico e aberto, onde sejam apresentados todos os ângulos em que um problema pode ser visto além de uma gama variadíssima de problemas.

O FATO COLETIVO NO CAMPO DA SAÚDE/DOENÇA.

Podemos agora discutir mais especificamente o fato coletivo e sua relação com a saúde e a doença.

Antes de mais nada é preciso colocar que doença, hoje, tem uma carga muito expressiva como “negócio” privado na medida a sua dimensão médica e clínica acabou, ao longo da história, prevalecendo na consciência do cidadão comum, largamente, sobre a sua dimensão epidemiológica ou de saúde coletiva (ROSEN, 1994). Doenças são (ou mais precisamente, acabaram se tornando), para o cidadão comum que vive nas zonas centrais das sociedades urbano industriais e enquanto prática social, *sofrimentos privados* ou coisas que acontecem, ou que acabam por desembocar, num corpo individual (não se concebendo, a não ser figurativamente, um corpo coletivo), e que são combatidas, na imensa maioria dos casos, por intervenções operadas neste(s) corpo(s) individual(ais) como ingestão de medicamentos, cirurgias, exercícios, regimens e até mesmo vacinas

Na mídia brasileira atual, temos reflexos claros disso quando constatamos que a presença de matérias de saúde, na maioria dos jornais, na tv, no rádio, nas revistas, se dá sob rubricas cujo título gira sempre em torno da expressão “sua saúde”, querendo significar saúde do “seu corpo”, isto é, do corpo individual do leitor, obtida através do consumo de produtos “redutores do sofrimento” (como analgésicos), ou “melhoradores” da performance física e mentas (vitaminas, anabolizantes, etc.) ou modeladores estéticos (regimens, cirurgias plásticas, etc.)

A consequência disso é que a saúde, fato coletivo no plano da emissão e da enunciação, não institui, entre nós, no plano da recepção, um receptor verdadeiramente coletivo mas apenas uma soma de consumidores – necessariamente individuais – de aspirina forte, de camisinha, de rins transplantados, da última novidade farmacológica para o controle da diabetes, etc. Com efeito, entre nós as mensagens midiáticas envolvendo a saúde e a doença como fatos coletivos, em regra geral, não instituem responsabilização solidária¹ ou sentimentos de comunhão que, respeitando a diversidade, criem no receptor uma sensação de pertencimento a uma coletividade.

Sobram, é claro, aquelas situações clássicas de Saúde Coletiva. É o caso quando estamos em presença de uma doença essencialmente coletiva, como uma epidemia de cólera ou de dengue, por exemplo. Ora, o que costuma acontecer nestes casos? Não mudam muito as coisas porque há uma suspensão apenas temporária do *império do privado* para que entre em ação o Estado porque se trata de intervir, em geral drástica, coercitiva e rapidamente, já que a coletividade se sente ameaçada e o Estado é o único ente capaz de fazer face a uma ameaça de doença na escala coletiva.

Debelada a epidemia ameaçadora, volta-se ao status quo ante com a saúde voltando ao seu lugar “natural” de bem individual.

UMA SITUAÇÃO COMPLEXA

Como vivemos numa sociedade capitalista de consumo, onde prevalece o interesse da díade produtor/consumidor estamos em face de uma situação efetivamente complexa quando o assunto é mídia, saúde e doença. Com efeito, verificamos, por um lado, que saúde aparece como coletiva quando e porque é informação sobre saúde e doença publicizada pela mídia. Por outro lado, esta informação que é coletiva porque veiculada pela mídia, num contexto socio econômico como o nosso, torna-se privada na recepção, na decodificação, não apenas porque cada pessoa decodifica a mensagem a seu modo – o que é natural, desejável e democrático – mas também – o que não é

¹ Uma exceção a esta regra geral pode ser observada em propaganda oficial do Ministério da Saúde sobre Dengue (1998/9) na televisão em que um vizinho fala sobre a necessidade do outro vizinho também adotar medidas de proteção contra a doença.

natural, nem desejável, nem democrático - porque o **conteúdo da mensagem é de natureza privada**: os remédios que cada consumidor individual precisa tomar, os tratamentos que precisa seguir, etc.

A SAÚDE COMO FATO COLETIVO: LIMITES E POSSIBILIDADES

Como ficamos então, ou leninisticamente falando, o que fazer?

Boaventura de Sousa Santos em seu artigo “O norte, o sul e a utopia” (SANTOS, 1999) nos fala, de quatro grandes linhas possíveis quando se deseja enquadrar o pensamento sociológico contemporâneo: muito esquematicamente, a linha “vitoriosa”, que propaga o triunfo final do capitalismo e o fim da história, a linha que considera da realidade atual basicamente caótica, onde, como diria BAUDRILLARD (1990), as coisas proliferam sem sentido, como numa metástase cancerígena, a linha da crítica epistemológica aos modelos mecanicistas e deterministas de análise da realidade e a linha “reformista” que, a partir da identificação dos bloqueios societais, busca estratégias imaginosas para a saída dos impasses

Descartando-se as duas primeiras posições e buscando-se saídas transformadoras, que ademais possam ser vistas como rompendo com os paradigmas atuais, acreditamos que a saúde como fato verdadeiramente coletivo deve ser uma mensagem que tenha como conteúdo uma saúde redefinida em termos de Promoção de Saúde (BUSS, 1999) (ROBERTSON, 1999), onde o modelo bio-médico e consumista atualmente hegemônico passe a conviver com outros modelos não consumistas, de base coletiva

A SAÚDE COMO UM FATO COLETIVO, AS CRISES E AS PERSPECTIVAS PARA O FUTURO

Mas para que esta nova mensagem tenha condições mínimas de ser difundida e assimilada é preciso considerá-la no centro de algumas das crises que caracterizam a contemporaneidade: a crise do Estado, a crise da Saúde, a crise da Sociedade Civil e a crise da própria Mídia.

A saúde como um fato coletivo coloca em cena, necessariamente, o Estado e a Sociedade Civil porque a saúde, no plano coletivo, o que se entende vulgarmente por Saúde Pública, sempre foi e talvez continue sendo sempre, um “dever do Estado” (ainda que a ser exercido de variadas formas, nem sempre diretas) a ser “socialmente controlado” pela sociedade civil

Um exemplo, dentre outros, no plano midiático, dessa dialética entre o *direito do cidadão e o dever do estado* seria - e se trata, no caso, de um exemplo real envolvendo a Rede Globo e a Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo - a televisão exercendo através do telejornal o papel da sociedade civil, controlando a presença ou a falta de medicamentos nos hospitais públicos paulistas.

Mas este exemplo é típico da visão tradicional tanto da saúde, quanto da mídia, quanto do papel do Estado e da Sociedade Civil. Com efeito, está subjacente aí a visão tradicional de que saúde se obtém pelo consumo de medicamentos, que devem ser distribuídos gratuitamente pelo Estado (é o seu “dever”) para aqueles usuários de serviços públicos de saúde que não podem pagar (que, portanto, tem “direito” ao medicamento gratuito) e se isto não está acontecendo a sociedade civil tem que por “a boca no trombone” usando, entre outros recursos, da mídia.

Como as coisas se colocam então, no plano dos fatos midiáticos, quando, como hoje está acontecendo aqui e alhures, este modelo tradicional de Estado e de ação pública entra em crise? Quando as ONGs e o Terceiro Setor começam a despontar com força no cenário socio-político como formas privilegiadas de expressão da Sociedade Civil? Quando o modelo bio médico de saúde é fortemente contestado pelos movimentos de Promoção de Saúde, que retiram a saúde da escala individual consumista recolocando-a no plano coletivo das Cidades Saudáveis? Quando a mídia começa a ser fortemente abalada pela presença e crescimento de uma enorme e complexa rede de intercâmbio eletrônico de informações?

É certamente uma aventura responder a estas questões já que todos estes movimentos e processos são muito recentes; assim, avançar qualquer idéia de como poderiam se configurar no futuro as relações entre o Estado, a Sociedade Civil, a Mídia e a Saúde constitui, hoje, mero exercício de futurologia.

Mas não há como fugir do fato de que, ainda que sejam muito incertos o conteúdo e os efeitos de todos estes processos, todas estas crises são reais e com certeza

afetarão o modo como a saúde como fato coletivo de natureza midiática deverá ser repensada.

Ainda que isto constitua um encaminhamento muito preliminar, no futuro não muito distante a saúde como fato coletivo de natureza midiática terá de passar por uma rede intensamente capilarizada (PITTA, 1999) de informações eletronicamente codificadas, envolvendo os cidadãos de uma “aldeia (crescentemente) global”. Por sua vez, o conteúdo da mensagem de saúde que circular por esta rede terá que comportar a redefinição desta saúde como qualidade de vida numa cidade e num mundo saudável, como um direito de cada um dos cidadãos, qualquer que seja a sua situação socio econômica, e como um dever de um Estado crescentemente supra-nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, J. *A transparência do mal. Ensaio sobre os fenômenos extremos*. São Paulo, Papirus, 1990
- BUSS, P., org. *Promoção da saúde e a saúde pública. Contribuição para o debate entre escolas de saúde pública da América Latina*. Rio de Janeiro, 1998.
- PEIRCE, C.S. *Semiótica e filosofia*. S.P. Cultrix/Edusp, 1975.
- PITTA, A.M.R. *Comunicação, Promoção da Saúde e Democracia: uma análise de processos de construção de inovações no campo das Políticas de Comunicação do Sistema Único de Saúde - SUS*. RJ; UFRJ/Escola de Comunicação, 1999.
- RUBIN, A.A.B.C. *Mídia, política e democracia*. In PITTA AMR. (org) *Comunicação, visibilidades e silêncios*. São Paulo, Rio de Janeiro, Hucitec/Abrasco, 1995.
- ROBERTSON, A. Health promotion and the common good: theoretical considerations. *Critical Public Health*, 9(2):117- 133, 1999.
- ROSEN, G. *Uma história da Saúde Coletiva*, São .Paulo. Editora. UNESP, Hucitec/ Abrasco 2ª ed., 1994.
- SANTOS, B.S. *Pela mão de Alice. O social e o político na pós-modernidade*. 5ª Ed. São Paulo, Cortez Editora, 1999.

HEALTH AS A COLLECTIVE FACT

SUMMARY: This paper discusses one of public health forms of manifestation: health as a collective fact. Media is presented as creating this collective fact and the consequences of that for the public health field. Health as a truly collective fact presupposes a redefinition of the health content in terms of Health Promotion and the consideration of the main agents of the process of communication in health, Civil Society and the State, in a new perspective of complex networks, in accordance with the requirements of the present time.

KEY WORDS: Media, public health, disease

Recebido: 23/7/99
Aprovado: 8/11/99