



Política e saúde na blogosfera: A polêmica sobre o câncer de Lula¹

Izabel LEVY²

Thiago PETRA³

Valdir de CASTRO⁴

Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

A chamada Web 2.0 problematiza o modelo de comunicação tradicional, permitindo espaços de redes sociais caracterizados pela intensa interação e circulação de informações e opiniões de maneira transversal. Blogues se tornam novos canais de comunicação, diferentes do ideal objetivo e imparcial do jornalismo, colocando-se como meios de expressão subjetivas, seja ideológica, institucional ou para outros fins. Este trabalho pretende analisar, sob o viés da mediação, os blogues “Saúde com Dilma”; “Observatório da Imprensa”, “Luis Nassif Online” e “Reinaldo Azevedo”.

Palavras-chave

Comunicação; Saúde; Blogosfera; Câncer; Lula, Mediação

1. Mediação na Era da Web 2.0

“Você não precisa pedir permissão ao dono da Internet ou ao administrador de sistema ou ao Vice-Presidente de Priorização de Serviços. Se você tem uma ideia, basta executá-la. E toda vez que você faz isso, o valor da Internet sobe”.
(SEARS; WEINBERGER, 2003)

Na era da Web 2.0, da conectividade e interatividade, a emergência de blogues, nos mais variados formatos, dedicados ao debate político e técnico – em diversas áreas de expertise, como saúde, economia, moda, cinema – é tema de investigação contemporânea por diversos autores, como Raquel Recuero, Lucia Santaella, Rogério Santos, Manuel Castells, Pierre Levy, Henry Jenkins, entre outros. Mais que uma

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Aluna do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde na Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS) – contato: bel.levy@uol.com.br

³ Aluno do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde na Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS) – contato: thiagopetra.midia@gmail.com

⁴ Docente do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde na Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS) – contato: valdirco@yahoo.com.br



tendência ou um fenômeno a ser estudado como resultado de um processo social, as redes sociais na Internet, respaldadas por blogues e outras plataformas e sites de relacionamento, constituem um processo social em si e refletem as novas formas de convivência, motivadas pelo advento e popularização das tecnologias da informação e da comunicação e pela consolidação da cibercultura como um *ethos* da sociedade contemporânea.

A dinâmica da Web 2.0 é composta por uma rede virtual de pessoas caracterizada pela intensa interação e circulação de informações e opiniões, que compõem a chamada “inteligência coletiva”. Esta inteligência induz ao conhecimento combinado, ilimitado e interdisciplinar; todos que participam deste coletivo têm algo a contribuir; o sistema é desorganizado, não há disciplinas ou regras; e não há hierarquia (apesar de, algumas vezes, alguns atores que participam do processo se sentirem no direito – ou na vontade – de demonstrarem os produtores de suas contribuições).

O que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento – que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição do conhecimento – que é dinâmico e participativo -, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social” (JENKINS, 2009, pg. 88)

Neste contexto, o tradicional receptor, até então componente passivo de um modelo de comunicação linear e unidirecional, passa a atuar também como emissor, em um processo contínuo de interação, motivado pela formação de comunidades virtuais e impulsionado por tecnologias da informação e da comunicação, disponíveis a baixo custo, que facilitam este processo - como as ferramentas para edição de blogues, produção e circulação de vídeos e *podcasts* etc. Com a chamada Web 2.0, são criadas, praticamente a todo instante, ferramentas que possibilitam o surgimento ou aprimoramento das redes sociais (Tabela 1).

Tabela 1: Plataformas para Redes Sociais (PETRA, 2010)

- **Blogues e microblogues:** O blogue é uma página pessoal, institucional, comercial (entre outros) em formato de diário, e necessita de constante atualização – além de possibilitar interação, comentários O microblogue possui também dinamismo, mas o conteúdo é menor e pode ter maior atualização (o Twitter, microblogue mais acessado no mundo, permite a inclusão de apenas



140 caracteres), o que facilita na velocidade da informação. Neste caso, são metadados que indicam o dado em si, em formato de links.

- **Comunidades Virtuais:** Comunidades que estabelecem relações através de meios de comunicação, como o computador ou celular, em um espaço virtual.
- **Wikis:** Páginas comunitárias que podem ser alteradas por qualquer usuário que tenha direito a acesso.
- **RSS – Feeds:** Distribuição de informações atualizadas.
- **Mash-ups:** Serviços criados pela combinação de dois diferentes aplicativos para a Internet (Exemplo: Misturar um site de mapas online com um serviço de segurança de rua).
- **Tagging ou folksonomia:** Vinculação de palavras-chave a palavras ou imagens consideradas interessante. Existem sites que trabalham com folksonomia, como é o caso do Delicious.com. Este tipo de site também é conhecido como *Bookmarks*.

A esta dinâmica aplica-se o conceito de redes sociais, que surgiu antes mesmo da Internet, no campo das Ciências Exatas, quando matemáticos e físicos estudavam as redes complexas. Logo depois, o conceito foi absorvido pelas Ciências Sociais, na perspectiva de uma análise estrutural e, mais à frente, os campos da Comunicação e das Ciências da Computação também passaram a utilizá-lo. O conceito enfatiza a interação entre os aspectos humanos e tecnológicos que compõem as redes sociais na Internet e a vinculação entre a Internet e a realidade que a circunda, reconhecendo as tecnologias como artefatos culturais. (RECUERO, 2002).

A rede social é uma forma de relacionamento que permite o compartilhamento de informações entre pessoas que possuem interesses e objetivos comuns. Ao permitir a troca de informações e a oportunidade de se comunicar, estabelece uma rede coletiva e infinitas possibilidades de interação. E é justamente a interação o ponto chave das relações sociais, virtuais ou não. A análise estrutural das redes sociais, vindas da sociologia, procura focar na interação como ponto fundamental das relações sociais entre os indivíduos - e isto é que dá origem às redes sociais, físicas ou virtuais (RECUERO, 2002).

Entender os fenômenos advindos das relações e ferramentas do ciberespaço é importante pois, como nova possibilidade de comunicação, com características próprias,



ele se torna elemento relevante para o processo de “circulação de significados”. O conhecimento atual vai além das escalas lineares, estruturas piramidais que determinariam uma hierarquia ou uma linha evolutiva. Estão presentes hoje “espaços de conhecimentos”, que não possuem linearidade, são (ou deveriam ser) abertos; “espaços de fluxos”, auto-organizados e reorganizáveis, principalmente dependentes dos contextos inseridos - contextos esses bem dinâmicos.

LÉVY traz para a discussão a ideia de condicionamento, e não determinismo, pois considera que “não há uma ‘causa’ identificável para um estado de fato social ou cultural, mas sim um conjunto infinitamente complexo e parcialmente indeterminado de processos em interação que se autossustentam ou se inibem” (LÉVY, 1999). Todos os fatores considerados objetivos não são criados a partir de uma invenção radical e por isso não se trata de avaliar os impactos que se dão através das novas tecnologias que se formam. Para LÉVY, o importante seria situar as irreversibilidades às quais um dos usos de uma dada tecnologia poderia levar, de formular o que poderia ser explorado no que esta tecnologia tem a oferecer e decidir o que fazer.

A qualidade do processo de apropriação (ou seja, no fundo, a qualidade das relações humanas) em geral é mais importante do que as particularidades sistêmicas das ferramentas, supondo que os dois aspectos sejam separáveis (LÉVY, 1999, pg. 28).

Como CASTELLS (1999) indica, temos que discutir o novo padrão sócio-técnico, pois "a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação". E neste sentido é importante entender que muitas vezes farão uso de uma mesma ferramenta, das mais diversas formas. Podemos verificar os usos que se fazem das ferramentas. Por exemplo, o Twitter foi criado como uma ferramenta que de maneira simplória serviria para que o avatar informasse o que estava fazendo no momento. Com a apropriação em massa dos usuários, que foram modificando o usos do Twitter conforme algumas necessidades de interação e comunicação, os poucos 140 caracteres abriram espaço para metadados, encurtadores de links, hipertextos, interações próprias, entre outras ações. O social mostrou (e ainda mostra) como deve ser o uso de tal ferramenta.

Até os dias de hoje, há uma grande crítica no campo da comunicação sobre as possibilidades de manipulação por parte de alguns veículos de massa. Muitas das vezes, não se considera como se dá a mediação nos próprios meios de comunicação. Segundo SILVERSTONE (1999), mediação é uma “circulação de significados”, que vai além dos próprios textos midiáticos e de seus interlocutores. E nos dias atuais, com a Internet e as



imensas possibilidades de interação e produção de conteúdo, este discurso simplista precisa ser revisto.

Desde o último século, o ciberespaço viabiliza uma alternativa à negociação e circulação do capital social e cultural, sobretudo por promover permanentemente a interatividade entre os seus usuários e ultrapassar os limites de tempo e espaço comuns a outros meios de comunicação. Nesta dinâmica, destaca-se a contribuição de blogues e demais redes de relacionamento e troca de informações e opiniões para o debate público. A interação sem fronteiras fomenta a participação política e social e fortalece a representatividade de comunidades (virtuais ou não) no espaço público.

Neste processo, os interesses, reivindicações e prioridades do cidadão comum ganham força e passam a participar mais ativamente do processo de agendamento tradicionalmente liderado pelos meios de comunicação de massa. Especialmente na área de Saúde, os blogues têm contribuído para a democratização do processo de produção e circulação de sentidos, ao estimular a concorrência de vozes e discursos, superando a hegemonia da “voz autorizada”. A simplicidade e o baixo custo da ferramenta colocam lado a lado indivíduos e instituições; especialistas, profissionais e estudantes; jornalistas e educadores (SANTOS, 2009).

É neste contexto que o presente trabalho se propõe a analisar a repercussão do diagnóstico de câncer do ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, no ciberespaço. A amostra é constituída por quatro blogues brasileiros, de expressão nacional: “Saúde com Dilma”; “Observatório da Imprensa”, “Luis Nassif Online” e “Reinaldo Azevedo”. A amostra compreende 60 posts publicados entre 29 de outubro a 04 de novembro de 2011 – semana seguinte à confirmação do diagnóstico do paciente. Durante o período, os blogues noticiaram, documentaram e debateram a temática a partir de diferentes prismas: a saúde como bem inalienável; a Saúde como espaço de representação e luta política; o governo do ex-presidente e suas contribuições para a população brasileira; o conflito entre os dois partidos políticos hegemônicos do país.

2. Saúde 2.0

A adesão da Saúde às ferramentas e possibilidades da Web 2.0 é uma tendência dos campos da Informação e da Comunicação em Saúde, que reflete a transversalidade que o tema *saúde* ocupa na sociedade contemporânea. Na Web 2.0, não apenas as instituições que representam a tradicional voz autorizada se empenham em se aproximar



de seus públicos através das redes sociais da Internet. O próprio público – formado por uma infinidade de perfis, incluindo o cidadão comum, além de pesquisadores, profissionais de saúde e de comunicação, professores e estudantes – apropriam-se do meio e da mensagem para fazer circular seus pontos de vista e fomentar debates. Muitas vezes, esta dinâmica mobiliza audiências significativas, gerando movimentos que têm impactos para além da esfera virtual.

A Teoria da Cauda Longa (ANDERSON, 2006), outro conceito das Ciências Exatas aplicado aos campos da comunicação e das Ciências da Computação, aponta os efeitos da Internet sobre a democratização dos processos de produção e circulação de sentidos. SCHMITT e FIALHO (2007) destacam que “no cenário comunicacional está emergindo uma relação simbiótica entre a mídia tradicional (rádio, tevê e jornal) e a mídia social (blogs, *podcasts* e redes sociais online). Uma alimenta a outra, por exemplo, os blogs promovem fóruns para discutir o conteúdo divulgado na mídia e essa cita blogs e bloguistas, às vezes exclusivamente, assim como utiliza a discussão gerada nos blogs como fonte de ideias para sua pauta”.

Esta dinâmica favorece a concorrência discursiva e a polifonia – o que, na área da Saúde, significa a abertura de espaço e de credibilidade para outros pontos de vista, além da tradicional voz autorizada representada pela academia e a medicina. Neste contexto, SANTOS (2009) sintetiza a interação entre o discurso científico e a opinião leiga: “Ao discurso científico veiculado por grupos instalados na universidade e noutros centros de poder opõe-se um discurso mais popular, sem descurar a verdade científica, veiculando conhecimento e opinião em simultâneo. O autor do blogue, porque liberto da autoridade dos pares, implanta uma nova filosofia de intervenção, mais amigável mas também mais permeável a posições extremas”.

A partir do diagnóstico de câncer do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, noticiado massivamente pelos principais meios de comunicação do país, diferentes movimentos de apoio à recuperação do paciente, de crítica ao político e de debate sobre o sistema de saúde brasileiro pipocaram na Internet, contrapondo informações, argumentos e opiniões. Além de expressar a participação da sociedade no debate midiático e político, por meio do ciberespaço, a experiência reflete as implicações entre os campos da Saúde e da Política, que muitas vezes se confundem.

Importante destacar que, embora inúmeros partidos políticos convivam no Brasil, dois blocos hegemônicos tendem a polarizar o debate entre situação e oposição. A democracia política está no centro de uma disputa com dois lados circulantes, que se



apresentam para os meios de comunicação de diferentes formas, defendendo suas verdades, negociando, dissimulando, sendo performáticos. E nestes embates nesta briga políticos, alguns canais de comunicação também disputam poder, seja na crítica ou assumindo lugares de fala. Neste contexto de disputa de poder midiático, os blogues, como mídia alternativa, assumem papel preponderante no debate do tema no interior da sociedade e no espaço público. Para SANTOS (2009) um tema fundamental na análise dos blogues é a sua presença no espaço público (político, social, cultural, religioso).

3. Resultados

Os efeitos e intencionalidades dos conteúdos dos posts dos quatro blogs estudados foram analisados a partir de critérios metodológicos previamente definidos. Primeiramente, foram selecionados todos os posts referentes ao tema – o diagnóstico de câncer do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva – no período de 29 de outubro a 04 de novembro de 2011, semana seguinte à notícia. Foram considerados todos os posts que citam a doença, seja pelo viés da Saúde (quadro clínico; esquema terapêutico adotado; situação do paciente; práticas do Sistema Único de Saúde – SUS) ou da Política (agenda do Partido dos Trabalhadores; contribuições do político ao país; críticas à sua atuação como presidente da República).

A pesquisa aplicou um formulário online com os seguintes critérios: nome do blogue; título do post; data; número de comentários; tema do post; se há posicionamento político; se há apoio ao personagem Lula; se há hipertextos; se aborda o SUS; e se os comentários expressam opiniões convergentes ou divergentes às dos autores. A definição destes critérios buscou auxiliar a inferência sobre o tipo de discussão e os sentidos presentes na blogosfera. Neste sentido, o trabalho dá atenção à generalização dos dados obtidos e interpreta os resultados considerando os seus possíveis entrecruzamentos.

3.1 Blogue Reinaldo Azevedo

O jornalista Reinaldo Azevedo é considerado pela esquerda política brasileira como um formador de opinião da direita e de orientação conservadora. Católico, “Tio Rei” costuma ser lembrado por sua opinião crítica aos políticos de orientação progressista, como o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva, além da atual presidenta



Dilma Rousseff. Atualmente é articulista da revista *Veja*, para a qual mantém um blogue com o seu nome⁵. O espaço é referência para o debate político no País, com média de 150 mil acessos diários. O jornalista também possui um perfil no Twitter⁶, com cerca de 30 mil seguidores, o que reitera seu papel de formador de opinião.

Sem o compromisso jornalístico da imparcialidade, Reinaldo Azevedo expõe em seu blogue opiniões de maneira precisa, com constantes críticas à política de esquerda. Apesar de ser direcionado, o blogue possui intensa participação de públicos variados, além de ter significativa presença em outras redes sociais na Internet.

Durante o período de análise, o blogue publicou em posts sobre o caso do câncer do ex-presidente e suas implicações na Política e na Saúde, além da invasão dos estudantes no prédio da reitoria da Universidade de São Paulo (USP) e as acusações ao então governador do Distrito Federal, Agnelo Queiróz. Foram selecionados 19 posts, com uma média de 224,5 comentários. A maioria dos posts é formada apenas de textos e dois vídeos, que já circulavam na Internet, foram veiculados: um com o pronunciamento de Lula sobre a sua doença e o outro, de tempos atrás, sobre o mesmo personagem falando positivamente sobre as Unidades de Pronto Atendimento (UPAs).

Apesar de ser um blogue sobre Política, dos 19 posts analisados, 12 tinham como tema principal, ou coexistente, a Saúde. Porém, apenas três não deixavam claro o posicionamento político do blogueiro. Durante este período, o blogue recebeu muitos comentários dos internautas, colocando a questão do tratamento não ser realizado no SUS como fator negativo ao ex-presidente. Apesar disso, o blogueiro citou o SUS apenas seis vezes.

Por último, notou-se que o blogue possui uma variedade de opiniões, mesmo sendo contrárias à opinião do autor, expressa nos posts. Entre os inúmeros comentários, percebe-se que há uma mediação entre os internautas, sem a participação direta do jornalista responsável.

3.2 Blogue Luis Nassif

Declaradamente progressista, o jornalista Luis Nassif é tido como um dos maiores defensores da política do ex-presidente da República Luis Inácio Lula da Silva, ao lado de outros nomes, como o jornalista Paulo Henrique Amorim e Rodrigo Vianna. Nassif,

⁵ <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/> (acesso 08/12/2011)

⁶ <https://twitter.com/reinaldoazevedo> (acesso 10/01/2012)



criador da Agência Dinheiro Vivo e um comentarista da TV Brasil, costuma protagonizar em seu blogue discussões com o jornalista Reinaldo Azevedo e a revista Veja. Seu blogue⁷ também é referência de acessos sobre Política e Economia e o seu perfil no Twitter⁸ possui quase 50 mil seguidores. Durante a semana estudada, o blogue publicou 26 posts considerados nos critérios da pesquisa. Por comentar uma série de assuntos durante esta semana (não necessariamente sobre o diagnóstico de câncer do Lula), há uma dispersão na participação do leitor. O período gerou uma média de 58,9 comentários.

Destes 26 posts, apenas 12 abordaram a Saúde como tema principal ou coexistente com a discussão política e o SUS foi citado em cinco posts. Mesmo assim, eram frequentes as discussões em defesa do sistema de saúde pública brasileiro e da própria escolha nos comentários que se davam em cada post. Por este caminho, os leitores do blogue discutiam entre si, disponibilizando links de outros sites, fortalecendo ainda mais o caráter hipertextual da plataforma. É interessante observar a grande incidência de comentários diferentes à opinião do autor no conteúdo disponibilizado⁹.

3.3. Blogue Saúde com Dilma

O blogue Saúde com Dilma¹⁰ reflete as principais características proporcionadas pela Internet: é aberto, incentiva a participação de todos os interessados, busca formar uma rede de debate e troca de informações e opiniões que ultrapasse a comunicação mediada pelos veículos hegemônicos. Segundo a tipologia proposta por SANTOS (2009), o blogue assume um perfil híbrido, com características comuns às três categorias definidas pelo autor. É referenciador, porque reproduz conteúdos de outras fontes considerados relevantes para o seu público; é sinalizador, porque indica conteúdos afim de destacar opiniões dos usuários do ciberespaço; e é produtor, porque é alimentado também com reflexões autorais - ainda que não pessoais, com informações sobre a vida privada do autor, expressam opiniões sobre temas de interesse coletivo. (SANTOS, 2009)

⁷ <http://www.advivo.com.br/luisnassif/> (acesso 08/12/2011)

⁸ <https://twitter.com/luisnassif> (acesso 10/01/2012)

⁹ Em muitas vezes, o blogue reproduzia notícias ou artigos de outros sites e blogues, mas que sempre seguiam as características da opinião do autor: apoio ao ex-presidente e crítica aos opositoristas.

¹⁰ <http://www.saudecomdilma.com.br> (acesso em 05/01/2012)



Os conteúdos sobre Saúde são publicados através de um viés notadamente político, que busca promover o debate sobre a construção do SUS, seus desafios e conquistas. O blogue é adepto ao uso de hipertextos, com links para outros sites e perfis em redes sociais como Facebook e Twitter. A presença de comentários, sobretudo nos posts opinativos, demonstra o sucesso do blogue em incitar o debate sobre a Saúde – e as políticas de saúde – no País.

A repercussão do diagnóstico de câncer do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva no blogue Saúde com Dilma também esteve polarizada entre críticas e defesa ao SUS; apoio ou repúdio ao paciente. Prática comum no blogue, a disponibilização de clippings do dia sobre a saúde, com notícias dos principais veículos de comunicação do País, como os jornais O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo e Correio Braziliense, sinaliza a repercussão do caso também na mídia tradicional. Neste caso, os posts são imparciais e, por não serem autoriais, não expressam opiniões. Talvez por isso este tipo de postagem não receba comentários dos leitores - ao contrário dos posts opinativos.

As reportagens clipadas pelo blogue fazem referência ao esquema terapêutico adotado pelo paciente, seu histórico clínico e chances de cura; a relação entre a saúde de Lula e a agenda política do Partido dos Trabalhadores; os contrastes da atenção oncológica nas redes pública e privada de saúde; esclarecimento em relação à doença; e a repercussão do caso na Internet, com debates sobre as mensagens de apoio e crítica a Lula que movimentaram as redes sociais da Internet naquela semana.

O blogue também destaca a repercussão do tema no ciberespaço, expressa apoio à saúde de Lula e defende politicamente o SUS. Tal posicionamento é sintetizado por trecho do post *O câncer de Lula e o preconceito*¹¹, publicado dia 02 de novembro de 2011, que ressalta o movimento instalado no Facebook e no Twitter: “De acordo com a agência de notícias IDGNow, especializada em tecnologia, houve 120 mil compartilhamentos da foto do ex-presidente com a mensagem “Lula, faça o tratamento pelo SUS”, no Facebook, desde sábado à tarde até esta segunda. Ainda não há números sobre a repercussão no Twitter. Se o número é pequeno diante do total de usuários – 31 milhões de brasileiros utilizam o Facebook, segundo pesquisa do Ibope realizada em agosto – não deixa de assustar pelo nível dos comentários”. (NAVARRO, 2011).

¹¹ <http://www.saudecomdilha.com.br/index.php/2011/11/02/o-cancer-de-lula-e-o-preconceito/>
(acesso em 05/01/2012)



Ao todo, dez posts sobre o tema foram publicados no período analisado – todos com referências ao SUS e hipertextos – sobretudo a indicação de links para leitura complementar. Embora o espaço assuma posicionamento editorial favorável ao SUS e ao ex-presidente, nem todos os posts expressam apoio político ao Lula. A presença de comentários convergentes e divergentes aos posts opinativos demonstra que o blogue cumpre a sua proposta de fomentar o debate político sobre a saúde pública brasileira.

3.4. Observatório da Imprensa

Embora não se defina como um blogue, o portal Observatório da Imprensa atua a partir da mesma estrutura colaborativa dos outros espaços analisados pelo trabalho. Lançado em 1996 como um veículo de crítica à imprensa, o portal monitora e analisa a atuação de veículos e profissionais de comunicação nacionais e estrangeiros. A repercussão do diagnóstico de câncer do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva na imprensa e nas redes sociais da Internet foi tema de reflexão em quatro posts, publicados entre 29 de outubro e 04 de novembro.

As postagens abordam reportagens e comentários em redes sociais da Internet sobre o tema e criticam diretamente a polarização entre a saúde de uma pessoa, bem inalienável, e o jogo político. As críticas são contundentes e estão expressas já nos títulos dos textos: *Cobertura solidária. E cínica*¹²; *O lado canalha do país*¹³; *Câncer, mal-estar e sintomas na mídia*¹⁴; *Câncer, política, cigarros e bebida*¹⁵.

O número de posts pode ser considerado reduzido, em comparação aos outros espaços analisados pelo trabalho, e por isso cabe destacar que, neste caso, os posts são mais reflexivos e opinativos e não configuram a reprodução de conteúdos de outras fontes, embora indiquem leitura complementar através de hiperlinks. A repercussão do conteúdo veiculado no blogue é expressa pelo elevado número de comentários: são 58 opiniões, convergentes e divergentes aos posts. Um diferencial do Observatório da Imprensa, por sua própria natureza, é a ênfase na crítica à cobertura do caso pela imprensa nacional – tema mais relevante para o espaço que a doença do ex-presidente ou o jogo político em torno dela.

¹² http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/cobertura_solidaria_e_cinica (acesso em 05/01/2012)

¹³ http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_lado_canalha_do_pais (acesso em 05/01/2012)

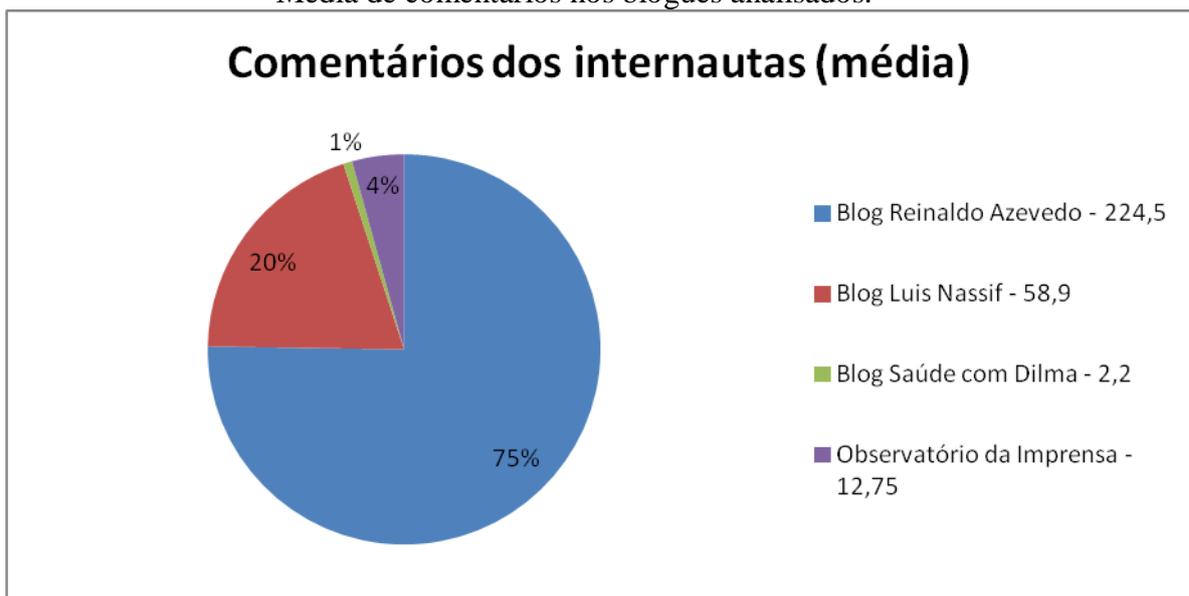
¹⁴ http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/cancer_mal_estar_e_sintomas_na_midia (acesso em 05/01/2012)

¹⁵ http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/cancer_politica_cigarros_e_bebida (acesso em 05/01/2012)

Conclusão

A análise sobre a repercussão do diagnóstico de câncer do ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva na blogosfera, por meio da investigação de 60 posts publicados em uma semana em quatro blogues de expressão nacional, confirma o caráter interativo e democrático que o ciberespaço assume no debate público. Os quatro blogues - “Saúde com Dilma”; “Observatório da Imprensa”, “Luis Nassif Online” e “Reinaldo Azevedo” – têm características e perfis editoriais distintos, mas se assemelham quanto ao tratamento híbrido dado à cobertura do tema, ora pelo viés da Saúde; ora pelo da Política.

Gráfico 01
Média de comentários nos blogues analisados.



Nos blogues “Luis Nassif Online” e “Reinaldo Azevedo”, de cunho assumidamente político, os autores utilizaram-se do momento para tratar do tema da Saúde em diversas facetas, seja na noticiabilidade do tratamento e dos cuidados, ou no uso estratégico por parte dos setores políticos do País. Mesmo assim, apesar de poucas críticas ao SUS, os autores não reforçaram as discussões sobre a realização do tratamento em um hospital público, mesmo sendo usado constantemente nas discussões que se davam nos comentários, e, posteriormente, nas redes sociais da Internet.



O blogue “Saúde com Dilma”, dedicado à cobertura de temas de saúde e, sobretudo, do SUS, repercutiu o debate travado em outras arenas do ciberespaço, como o Facebook, problematizando campanha promovida por alguns internautas para que Lula realizasse o tratamento oncológico na rede pública de saúde. Assumidamente entusiasta do SUS e com apoio declarado à recuperação do paciente, o blogue abre espaço para os comentários contrários ao seu posicionamento, que criticam o ex-presidente e o SUS.

A campanha para que Lula fosse tratado no SUS também motivou a publicação de posts e comentários no portal Observatório da Imprensa, que além de comentar e criticar a cobertura da imprensa tradicional sobre o tema abriu espaço para a repercussão do movimento realizado na Internet. Nos dois casos, os sites assumem postura favorável ao SUS, ainda que apontem críticas contundentes ao sistema de saúde pública brasileiro, e humanitariamente solidária ao paciente, independentemente de sua trajetória política.

O trabalho identificou um grau maior de interação entre os internautas nos espaços que abordaram questões políticas. Isso mostra o quão polêmico pode ser tratar da Saúde no campo da Política. Frequentemente, a notícia do diagnóstico de câncer do ex-presidente foi utilizada como objeto para discussão de correntes políticas. Para muitos internautas, ali não estava uma pessoa doente, mas um político em sua doença, utilizando-a, seja de forma negativa (para ganhar a aprovação da população) ou positiva (mostrando seu lado humano e próximo do povo).

É importante pontuar que os comentários são entendidos como um microcosmo do público total do blogue, uma vez que nem todos se pronunciam por este espaço. E, claro, a interação não se dá necessariamente pela prática textual, podendo ocorrer em outros espaços de mediação na Internet. Neste trabalho, os comentários publicados nos blogues analisados constituem a amostra para o estudo da mediação e da interação na Internet.

Os resultados e a constatação da descentralização do processo de comunicação por meio da interação discursiva confirmam a observação de Fausto Neto (2011) sobre a transformação dos modelos de comunicação a partir transição da “sociedade dos meios” para a “sociedade midiaticizada”. Para o autor, o processo de midiaticização põe em crise a centralidade dos meios de comunicação. O conceito de emissão-recepção torna-se efêmero, na medida em que o fluxo da midiaticização é deslocado deste perfil cristalizado para uma nova configuração comunicacional, relacional, em um circuito de produção de sentidos que repercute sobre a arquitetura comunicacional de uma sociedade em vias de



midiatização. O tema deixa de ser uma problemática de meios, para ser uma problemática da sociedade e as operações midiáticas se constituem como prática social.

Neste sentido, o conceito de mediação não se condiciona na questão simplista de fluxo de comunicação, preso à noção de emissão e recepção, mesmo que em dois momentos que superficialmente dariam a ideia de uma transmissão de comunicação no estilo “gangorra” (em um momento, você é o emissor da informação e está por cima na relação; no outro, é receptor e está em baixo). Essa mediação envolve uma série de fatores, que vão desde as subjetividades, a construção/codificação/interpretação de significados, as emoções. Como aponta VERÓN (1980), mediação é uma semiose infinita de significados, a prática discursiva mediada pelo simbólico, formada nas relações que se dão entre o blogueiro, o seu lugar de fala e os diferentes internautas. A Internet propicia a relação em rede em mesmo com aquele que inicia a discussão, não há um controle na comunicação (salvo os casos de interferência editorial, ou por questões de ética definidas pelo espaço).

Referências bibliográficas

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. São Paulo, Ed. Campus, 2006

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura. São Paulo, Paz e Terra, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2009.

LEVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo, Loyola, 1994.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Cultrix, 1964.

PETRA, Thiago. **Medicina em rede: Um olhar da comunicação sobre a Saúde 2.0**. X Congresso Asociación Latinoamericana de Investigadores da Comunicación, 2010

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

SANTOS, Rogério. **Blogues e a promoção da saúde**. In Comunicação e Saúde, ed. Fernando Paulino, 57 - 69. . Brasília: Casa das Musas, 2009.

SCHMITT, Valdenise; FIALHO, Franciso. **A cauda longa e o jornalismo: como a teoria da cauda longa se aplica no jornalismo**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Agosto de 2007.



SEARS, Doc; WEINBERGER, David. Mundo de Pontas: **O que é a internet e como não confundi-la com outra coisa** ("World of Ends"). 2003. Acesso em <http://brockerhoff.net/blog/2003/03/10/mundo-de-pontas-world-of-ends-2/>

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a Mídia?** São Paulo, Editora Loyola. 1999

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentidos**. Tradução de Alceu Dias Lima et all. São Paulo Cultrix, 1980.