

O SUS que aparece na mídia empresarial | Ronaldo Teodoro e Thais Franco

24/08/2022



Edson Lopes Jr – A2D

A percepção negativa sobre os serviços públicos é fundamental para garantir oportunidades de mercado. Levando esse argumento para a área da saúde, o que se poderia dizer é que quanto mais confiável for o SUS, maior é a dificuldade que o setor empresarial lucrativo da saúde terá para se sustentar e expandir.

Essa ideia acima nos permite o entendimento de que a forma como olhamos para o SUS pode favorecer ou não a reprodução dos lucros do setor privado de saúde, como as Unimed, o Bradesco Saúde, a Prevent Senior, ou rede de hospitais como o MaterDei entre outros.

Enfim, desconfiar do SUS é parte importante do que mobiliza pessoas para o mercado da saúde, fragilizando-o politicamente.

Como formamos nossa opinião sobre o SUS

Se o julgamento que fazemos do SUS pode ser bom para os negócios privados, então uma questão fundamental que devemos nos indagar é como formamos a nossa opinião sobre o Sistema Público. Sobre esse ponto, podemos afirmar que existem duas formas: o contato direto com os serviços públicos; e o que se escuta falar dele.

No primeiro caso, pesquisas de opinião nos mostram reiteradamente que quanto maior a proximidade das pessoas com o SUS maior a sua aprovação. Diferentemente, o juízo negativo se mostra tendencialmente enraizado nos segmentos sociais que estabelecem menor contato com seus serviços.

Se eu não conheço bem os serviços, o que me convence a avaliá-lo negativamente? Segundo uma análise do IBOPE (atual Idec), de 2018, esse julgamento pode estar fortemente “baseado na mídia”.

Como já apontaram algumas pesquisas, o número de matérias negativas sobre o SUS que comparecem nos jornais da mídia empresarial – jornais; TV; rádio – é amplamente mais numerosa do que as abordagens positivas. No circuito oligopolizado de mídia brasileira, o enquadramento das notícias assume predominantemente a construção da imagem do SUS como um problema, gerando uma desconfiança generalizada sobre os seus serviços.

Em tal cobertura jornalística é frequente a descontextualização de informações, o hiperdimensionamento dos seus problemas, a lateralização ou ocultação das experiências exitosas do SUS.

O enquadramento midiático é marcado ainda pela ausência de cobertura sobre temas caros ao sistema de saúde como a sua forma de funcionamento, seu financiamento, os desafios colocados à despreciação dos vínculos de trabalho, e menos ainda história das lutas do povo brasileiro para construir o nosso Sistema Público.

Como discutido em outro artigo que publicamos [aqui](#), o SUS como política nacional possui uma ampla frente de atuações, que alcança de forma direta e indireta toda a população, mas essa configuração do sistema não comparece nas páginas e telejornais da mídia empresarial brasileira. Assim, o SUS torna-se um cidadão sem voz, censurado, sem direito a liberdade de expressão.

Interesses privados comuns: saúde e mídia empresarial

O que explicaria essa tendência a coberturas predominantemente depreciativas do SUS na mídia comercial? Haveria alguma relação de interesses entre os empresários da saúde que patrocinam anúncios nessas mídias e o tipo de cobertura jornalística que é feita nesses espaços?

Certamente, há muitos outros vínculos que podem explicar o desequilíbrio nas abordagens sobre o SUS, mas um exemplo pode nos ajudar a pensar mais sobre essa tabelinha entre o grande setor privado de mídia e o setor, também privado, da saúde.

Nesta segunda semana de agosto – entre os dias 15 e 16, precisamente – a Folha de São Paulo promoveu o “7º Seminário sobre o Câncer”. Entre seus patrocinadores constam gigantes da indústria farmacêutica como a Bristol Myers Squibb e a Pfizer, além do renomado Hospital Sírio-Libanês, que equilibra sua imagem entre ser filantrópico, obter isenções fiscais, e prestar assistência privada de luxo a ‘pacientes vips’.

No caso da Bristol Myers Squibb, trata-se de uma multinacional com sede em Nova Iorque, nos Estados Unidos. Em 2021 esta corporação empresarial de biofármacos, que tem entre suas prioridades a inovação em tecnologia de tratamento oncológico, alcançou uma receita total de US\$ 46,4 bilhões, mantendo-se na lista das 500 maiores corporações daquele país. A Pfizer, que ficou popularizada pela produção de vacinas para covid-19, está também entre as maiores corporações mundiais da indústria farmacêutica. Em 2021, seu lucro líquido foi de US\$ 22 bilhões.

Como representantes da indústria da saúde uma agenda fundamental do setor consiste na incorporação de medicamentos e tecnologias ao SUS. Perceba que uma vez que um tratamento desses é incorporado ao SUS, ele se torna uma fonte de imensa oportunidade de lucro para essas gigantescas indústrias. Ao que parece, o Hospital Sírio Libanês cumpre o importante papel de legitimar e levar prestígio a essa agenda.

Nesse terreno de interesses mercantis que se autopromovem, o jornalismo se assemelha antes a uma propaganda de produtos e lobbie de empresários para os quais a imagem de um SUS sempre defasado é fundamental.

É preciso juízo mais equilibrado

A necessidade de uma comunicação sobre o SUS mais plural e guiada pelo interesse público é uma agenda incontornável. Não se trata de abafar ou não noticiar os aspectos negativos ou incompletos do Sistema de Saúde. Temas como os motivos das filas de espera por exames, os desafios da distribuição de profissionais de saúde do SUS no território nacional, a recuperação de suas instalações físicas, certamente são assuntos que merecem um debate ampliado. É preciso debater a realidade de um SUS vivido pelos usuários e profissionais

do sistema de saúde, formando um juízo público equilibrado dos seus desafios e possibilidades de construção.

Ronaldo Teodoro é Cientista Político e professor no Instituto de Medicina Social (UERJ) & Thais Franco é Enfermeira e Doutora em Saúde Coletiva.

Via Brasil de Fato MG

Compartilhe nas redes: