



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

UM PANORAMA DA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM CADERNOS DE SAÚDE DE CHAPECÓ

AN OVERVIEW OF JOURNALISTIC PRODUCTION FROM HEALTH NOTEBOOKS OF CHAPECÓ

1

TAULAN CESCO¹; MARIÂNGELA TORRESCASANA²; VALÉRIA MARCONDES³

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ (UNOCHAPECÓ)

Resumo: A presente pesquisa buscou analisar as matérias nos cadernos de saúde nos periódicos Diário do Iguazu e Jornal Sul Brasil, em outubro a dezembro de 2012. Utilizando como metodologia a análise de conteúdo, foram verificados dados referentes ao espaço destinado às matérias e espaço publicitário, temas mais frequentes, fontes, gêneros jornalísticos mais utilizados, linguagem e presença de caráter público. A importância está em entender o processo de construção das notícias, detectar pontos positivos e as deficiências nesse espaço comunicacional. Visivelmente, foi possível detectar a subordinação dos dois periódicos aos anunciantes, veiculando temáticas que favorecem a publicitação dos investidores, deixando-se de lado o interesse e compromisso público.

Palavras-chave: Comunicação; saúde; jornalismo.

Abstract: This research aimed to examine the news health notebook in periodic Diário do Iguazu and Jornal Sul Brasil, in the months from October to December 2012. Using content analysis methodology were verified informations about news and publicity space, more frequent themes, a wellspring of information, journalistic genres most used, language and the presence of public importance. The importance is to understand the process of building the news, detect positive and negative points in communication. Clearly, it was possible to detect the subordination of the two journals to the advertisers, conveying themes that favor disclosure to investors, leaving aside the public and commitment importance.

Keywords: Communication; health; journalism.

¹ Acadêmico do 4º período de Jornalismo da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). E-mail: tc_cesco@unochapeco.edu.br.

² Professora orientadora. Mestre em Comunicação (Unochapecó).

³ Professora orientadora. Doutora em Comunicação (Unochapecó).



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

1. Introdução

Os veículos de comunicação são importantes instrumentos sociais que traduzem os acontecimentos para que as pessoas possam entender as realidades. A publicação de conteúdos sobre saúde carrega grande importância, isso porque, entende-se que não basta informar: é preciso esclarecer e, principalmente, estar ciente da forma como o conteúdo pode ser interpretado pelo público. José Marques de Melo (in: LOPES *et al*, 1996) entende que a imprensa possui um papel de educador social. Ao difundir os conhecimentos sobre saúde, amplia a atenção das pessoas aos cuidados preventivos e de tratamento, o bom funcionamento físico e mental. Desse modo,

a comunicação pública sobre temas ligados à saúde coletiva tem todas as condições para informar adequadamente a comunidade, reduzindo as demandas dos serviços sanitários, aos quais a população acorre por desconhecimento. Da mesma maneira pode tranquilizar ou alertar as pessoas. (MARQUES DE MELO in: LOPES *et al*, 1996, p. 11).

Conforme José Marques de Melo (1996), as ações e estratégias preventivas têm crescido, por isso os meios de comunicação têm o papel de atuar como auxiliares, veiculando informações sobre saúde relevantes ao público. O jornalista, nesse sentido, reforça o seu papel de mediador entre os fatos e a sociedade, pois ao passo que os profissionais da saúde mantêm uma linguagem técnica, o jornalista procura simplificar esses termos, contextualizando a informação; e parece que sua responsabilidade tende a aumentar.

2. Comunicação e saúde

Sabe-se que estar ciente dos acontecimentos (independente do lugar onde esteja) soa com dimensão maior na saúde, dado que as consequências atingem diretamente ou indiretamente o ser humano. Por isso, a necessidade de transmitir a informação mais corretamente e clara para não gerar ruídos ou desinformações. Warren Burkett (1986) lembra que

os redatores de ciência precisam compreender a cultura da saúde e da medicina para escreverem de maneira eficiente nessa área. Importante como as fontes de notícias são em outros campos, a cooperação do pessoal nos



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social

campos da saúde e medicina é vital para o redator (BURKETT 1986, p. 155).

De acordo com Ricardo Rodrigues Teixeira (in: SCHRAIBER *et al*, 2000), desde a década de 1980 a comunicação e a informação adquiriram uma importância maior em relação às questões sanitárias, em especial ao “*controle social* do Sistema Único de Saúde (SUS)”. Teixeira explica a informação em saúde como os dados sociais levantados a respeito da demografia e epidemiologia, por instituições privadas e públicas para planejar ações e decisões. “Trata-se, portanto, fundamentalmente, de um *instrumento de gerência*” (TEIXEIRA in: SCHRAIBER *et al*, 2000, p. 251). O autor entende que os termos “difusão” e “disseminação” de informações sobre saúde, abordadas acerca do “*controle social* do SUS”, podem funcionar como ferramenta de esclarecimento e explicação. Da mesma forma, poderiam garantir a colaboração por parte da população nas atividades e nos processos, serviços e programas de saúde. Por isso, tornar as informações sobre saúde acessíveis é imprescindível no processo de formação da cidadania, pressupondo não somente a democratização, mas a descentralização dos conteúdos sobre saúde (TEIXEIRA in: SCHRAIBER *et al*, 2000, p. 251-252).

Burkett (1986, p. 95) acredita que os profissionais e editores tendem a cair num processo comum de escolha das temáticas sobre ciência, devido à habitualidade criada nas redações. Assim, mudariam apenas o foco ou atualizariam dados obsoletos. De acordo com Isaac Epstein (2001 apud BERTOL, 2004, p. 6) a comunicação e os temas ligados à saúde têm repercutido muito devido ao interesse do público em busca por informações sobre saúde pública. Sendo assim, deduz-se que os jornalistas e comunicadores, frente a esse fenômeno, têm a tarefa de conduzir, mais do que nunca, as informações sobre saúde da forma mais nítida, objetiva e verossímil possível.

Para a pesquisadora uruguaia Virginia Silvia Pintos (apud BERTOL, 2004, p. 7-8),

o campo de ação da Comunicação da Saúde compreende diversas instâncias, que vão desde a conscientização individual no que se refere à mudanças de hábito e comportamento, até programas governamentais de incentivo à *promoção* e *prevenção* da saúde. Assim, pode-se também afirmar que as estratégias comunicacionais utilizadas na promoção da saúde implicam em



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

diversos processos de comunicação intrapessoal, interpessoal, grupal, organizacional e midiática.

Para o jornalista Wilson da Costa Bueno (*et al*, on-line, 2013) os conteúdos informativos sobre saúde focalizam demasiadamente as doenças, intensificando que somente a patologia em si é causa, sem analisar a estrutura a qual tal patologia se relaciona.

4

Ao concentrarem o foco na doença, estas matérias não permitem a elaboração de uma proposta informativa que privilegie a prevenção, a educação para a saúde e o debate sobre as condições econômicas e sócio-culturais que podem conduzir a uma melhor qualidade de vida. (BUENO, online, 2013)

Bueno completa seu pensamento criticando a forma como os conteúdos sobre saúde chegam à população quando as produções noticiosas são espetaculosas, ou seja, o leitor pode se confundir com as promessas de cura, benefícios, sem que lhe seja avisado ou que ele perceba os interesses do produtor da informação.

A "espetacularização" da notícia de saúde fantasia a realidade e, ao invés de promover a confiança no talento humano, alimenta, a médio prazo, a desesperança, ao mesmo tempo que desinforma, estimula o consumo inconsequente de medicamentos e desarma os espíritos para a importância da prevenção. (BUENO, on-line, 2013)

Quando as pessoas possuem acesso à informação sobre os riscos e tratamentos de doenças, por exemplo, mais atentas às prevenções elas permanecem, afirma Bueno (*et al*, on-line, 2013). Contudo, o autor lembra que somente com uma linguagem menos técnica e formal é possível atingir a população de forma efetiva, a ponto de mostrar interesse e satisfação por ter recebido tal informação. Além de não transmitir conteúdos sensacionalistas ou didáticos, fator que segundo Bueno deixa o leitor aborrecido.

As fontes, sobretudo as empresas privadas e grupos de pesquisa internacionais, conseguem "plantar" pautas ou mesmo ver reproduzidos os seus *releases*, proclamando resultados e produtos, sem qualquer contestação. Na maioria dos casos, a nota ou matéria jornalística assume um tom publicitário tão explícito que chega a incomodar os que as leem e a indignar aqueles que postulam uma vigilância informativa e uma postura crítica dos meios de



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

comunicação (BUENO, on-line, 2013).

Os veículos tendem a ser tomados pelos *releases* disfarçados como matérias comuns, mas carregadas de intencionalidades, comenta Bueno (on-line, 2013). Porém, o autor não culpa e nem isenta o jornalista, diz que é necessário reavaliar todo o processo de circulação da informação. Essa é tarefa do jornalista analisar as fontes e as informações primárias e não divulgar conteúdo sensacionalista, irresponsável ou puramente publicitário. Mas, é preciso reconhecer que há muitos veículos responsáveis que se dedicam à produção séria sobre o tema tão influente que é a saúde. A abertura a esses segmentos temáticos no jornalismo é crescente como apontam autores.

5

3. Sobre o jornalismo especializado

De acordo com Ana Carolina de Araújo Abiahy (on-line, 2013) o acúmulo constante de informação e as diferentes formas de transmissão dos conteúdos ocasionam a segmentação da produção jornalística. Este fenômeno, chamado de jornalismo especializado, surge, em princípio, como ferramenta de diversificação de conteúdo e supostamente, “desmassifica” o público que procura pelas informações que mais lhe interessa. A autora argumenta que o jornalismo especializado origina-se, sobretudo, quando há pluralidade dos temas e das formas de difusão da informação. Esse foco de conteúdo leva o profissional (redator, comunicador ou jornalista) a deter maior domínio e proximidade ao tema, portanto, maior conhecimento acerca da temática. Abiahy (on-line, 2013) afirma que numa ótica empresarial, o processo de desmassificação é benéfico, lucrativo e provoca, paradoxalmente, dois fatores: a fragmentação e concentração de conteúdo. Entretanto, não é somente um fenômeno mercantil, ele possibilita as pessoas procurarem pelas informações e/ou serviços direcionadas conforme seus interesses.

Essa preocupação com a preservação da sanidade humana parece ter tomado força com o avanço das ciências e a contínua descoberta de doenças. Simultaneamente, observa-se que os veículos de comunicação movimentam-se para alcançar essa demanda informacional com programas de TV, revistas, jornais e websites construídos especialmente a fim de veicular informações.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

Pode-se pensar, frente a essas ofertas de informação, que as atuais ferramentas midiáticas digitais e sua acessibilidade, principalmente da internet, cedem uma “autonomia” que torna os leitores seus próprios “meios de comunicação”, isto é, eles mesmos constroem horários ou “roteiros programáticos” daquilo que leem, ouvem e veem nas mídias disponíveis. Assim, edificam suas teias de notícias, agregando informações de diferentes veículos e plataformas, e não de apenas um.

6

Com base nas reflexões de Graciela Natansohn (2004), pode-se afirmar que não somente a ação de reproduzir, transmitir, veicular, divulgar as informações, o papel dos meios de comunicação é conscientizar, agregar e correlacionar os fatos com as vidas dos cidadãos, interpretando, historicizando as informações e dando-lhes ferramentas para construir suas realidades.

Quando os campos da saúde pública e da comunicação social decidem entrar em diálogo, precisam enfrentar estas considerações, entender que em cada ato de comunicação de mensagens sobre a saúde, por exemplo, há muito mais do que a absorção (ou não) de informações; há complexos processos sociais de instituição de imaginários, de trocas de significados, de fantasias e fantasmas, de usos, de ressignificações culturais, a partir dos quais a saúde e a doença adquirem sentido (NATANSOHN, 2004, p. 38).

Espera-se que os jornalistas procurem qualificar e aprofundar (mais) as matérias jornalísticas, imaginando que seus trabalhos serão focados em determinado tema. Almeja-se também, que os profissionais redatores preocupem-se em qualificar seus estudos para noticiar com mais rigor temas delicados e importantes como o em questão, conciliando mais efetivamente a redação correta de uma notícia e a forma de tratar o tema saúde.

4. Os elementos jornalísticos

A notícia pode ser interpretada como o factual, o inesperado, a novidade ou o que é transmitido pelos meios de comunicação, entretanto, ainda não se formou uma regra ou conceito geral do que ela significa. Diferentes autores tentam explicá-la a partir de diferentes realidades ou situações. Robert Park, citado por Andreise Daltoé, diz que as notícias “têm co-



mo incumbência a construção da coesão social. Elas permitem que as pessoas fiquem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes, e, através de suas ações, construam uma identidade comum” (PARK apud DALTOÉ, 2004, p. 137). A notícia ainda contém elementos próprios que a constituem, aspectos individuais que no fim se relacionam. Também a fonte, que segundo Nilson Lage (2003, p. 49, 62), são “informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público”. Assim, compreende-se por fonte aquilo que proporciona, oferece, dispõe de informação e, portanto, subsidia o trabalho jornalístico.

Lage (2003) divide as fontes em oficiais, instituições governamentais (seus representantes), cartórios, sindicatos, fundações, associações, entre outras; oficiosa, que possui ligação com alguma entidade (essas citadas acima e outras), porém não tem permissão para falar em nome da instituição; as independentes não possuem vínculos com instituições. Ademais, classifica-as em primárias, as quais o jornalista se apoia e encontra ou recolhe dados básicos, números, informações e fatos. E as secundárias, são procuradas para complementar ou atribuir com mais informações as primárias. Por fim, o autor as segmenta em testemunhais e *experts*. A primeira busca o relato de quem participou do fato e é carregada pela emotividade de quem a fornece, por conta de sua participação. Já as secundárias são procuradas com o intuito de apanhar interpretações ou versões sobre determinado evento.

Considera-se também a linguagem utilizada para informar a população. Por isso ao redigir um conteúdo jornalístico, é preciso ter ciência de que este serve como ferramenta para que a sociedade mantenha-se atenta aos acontecimentos sociais. Desse modo, é preciso ter uma linguagem clara, objetiva; nem culta demais, nem demasiada simples. Para Mário Erbolato (1991), uma boa notícia depende da forma como chega ao leitor. E sabendo que uma notícia atingirá qualquer classe socioeconômica, o primeiro dever do jornalista, afirma o autor, é escrever de forma acessível a todos. Ter uma boa gramática e evitar possíveis influências do redator, já que o jornalista, enquanto redige, pode transpassar nas matérias seus sentimentos de acordo com seus interesses pessoais, “sujeito às suas emoções momentâneas” (ERBOLATO, 1991, p.91).



Mesmo que a informação dependa, principalmente, do grau de caráter de importância que o receptor agrega, Erbolato (1991) que faz parte do papel do jornalista decidir a relevância em noticiar certos fatos; justamente, por ele ser o mediador. Mas o trabalho de “separação” dos fatos pode ser trabalhoso, dado que a influência agregada à veiculação de temas, seu tratamento e sua reprodução podem influenciar a vida do leitor, de modo intencional ou não. Os critérios de noticiabilidade dão suporte ao profissional para separar de forma mais correta o que noticiar. No caso de uma análise, um dos princípios utilizados pode ser aquilo que atinge um número maior de pessoas, conteúdos que tratam de saúde pública, campanhas de prevenção de epidemias, tratamentos gratuitos oferecidos ao público, diferentemente daquilo que segmenta e privatiza o acesso à saúde.

8

Outro aspecto da notícia é o gênero jornalístico que Mario Erbolato, apud Fernando Moreno da Silva (2010), classifica em quatro “propósitos” ou finalidades básicas, conhecidas como categorias jornalísticas: informativa, que relata os fatos de forma mais objetiva e clara possível. Interpretativo, que além de relatar o fato, procura contextualizar com acontecimentos anteriores, o contexto atual e prováveis desdobramentos ou consequências. Opinativo, basicamente expõe o ponto de vista do emissor acerca de certo fato ou tema. E diversional (ou entretenimento), agrega ao texto linguagem mais atrativa e prazerosa, texto construído com viés de distração (ERBOLATO apud SILVA 2010, p. 68). Dentre estes principais gêneros, outras subcategorias podem ser observadas, a exemplo da nota (texto informativo sucinto), notícia, entrevista e reportagem predominantes do gênero informativo. A análise, perfil, entrevista e obituário que pertencem ao gênero interpretativo. O roteiro, cotação, comentário e serviço fazem parte do texto diversional. Bem como o artigo, comentário, crônico e editorial característicos do gênero opinativo (Enciclopédia Intercom, 2010).

5. Publicidade e jornalismo, uma via de mão dupla

A publicidade não é um gênero jornalístico, mas ao se verificar alguns jornais, percebe-se que a preocupação dos veículos está em acomodar bem, agradar bem, seus fidedignos anunciantes, deixando em segundo plano os leitores. O papel do jornalismo é muito

estudado desde sua criação, devido sua importância à sociedade. Segundo Nelson Traquina (2004), por ser tão “popular” o jornalismo foi influenciado pelo meio econômico, tornando-se um negócio, que modifica a forma da atividade jornalística.

9

todas as empresas jornalísticas, com exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico (TRAQUINA, 2004, p. 158).

Leandro Marshall (2003) explica que a era publicitária emerge no século XIX com abertura de espaços comerciais por parte dos veículos de comunicação. Esse fato colaborou para diminuir os custos de manutenção do veículo e a redução dos valores dos jornais, favorecendo sua eclosão nas massas. No entanto, lembra o autor, a expansão da imprensa não é causada somente pelo barateamento dos jornais, mas por fatores

políticos e sociais, como a alfabetização em massa, o aumento da educação pública, a decorrente elevação do nível cultural, o crescimento das cidades, a urbanização, a abertura de empresas e empregos, a especialização profissional, o aumento da massa salarial, além dos benefícios advindo do progresso das ciências e das técnicas (MARSHALL, 2003, p. 82).

Ainda de acordo com Traquina (2004), os espaços do meio de comunicação são preenchidos pelos profissionais com publicidade, e por isso o espaço jornalístico se determina com intermédio do comercial.

Aparentemente, os empresários da informação não fizeram nada além do fato de perceber essa vocação e aplicá-la como instrumento de “marketing” na venda de um produto cultural. [...] Como o princípio da sociedade capitalista é a mercantilização de produtos, os jornais e as notícias, assim como todo o espectro cultural de uma sociedade, acabam rendendo a essa lógica. Quanto maiores a competição e a guerra empresas, mais agudo o processo de mercantilização (MARSHALL, 2003, p. 76).

Muitas vezes a acomodação do profissional e o pouco número deles dentro de uma redação, colabora com esse agravamento, posto que alguns *releases* não recebem tratamento



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

da redação, são apenas reproduzidos integralmente, sendo este o problema em questão. Faz-se relação dessa problemática quando Traquina (2004) explica que empresas jornalísticas regionais possuem quadro de funcionário reduzido, devido aos custos. Marshall (2003) lamenta que a imprensa venha perdendo aos poucos seu princípio informativo e defensor público sendo conduzida, simples e puramente, pelos interesses econômicos. Tornou-se

10

um elemento-chave no processo industrial capitalista e [...] estabeleceu-se sob a égide das privatizações e das desregulamentações, bem como entregou aos cuidados do poder privado as estruturas que zelavam pelos diversos interesses sociais (MARSHALL, 2003, P. 47).

A impressão que esse fenômeno causa é que a apuração de uma informação deixa de ser importante e passa valer mais o seu consumo. Marshall (2003) complementa ao explicar que o papel da imprensa resume-se a uma corrida pela obtenção de lucro, deixando de lado o valor-notícia (WOLF, 2005) e distanciando-se do caráter público. O mais surpreendente e decepcionante é quando esse limite entre informação e publicidade se liquefaz transgredindo até a comercialização de espaços noticiosos, sendo esta uma atitude antiética.

6. Resultados obtidos

6.1 Objetos de análise

Para melhor esclarecer como as matérias sobre saúde são construídas, além de sanar dúvidas que surgiram durante a pesquisa, foram feitas entrevistas (*in loco*) com as editoras-chefes de ambos os jornais. Os dois periódicos foram escolhidos pela grande abrangência, periodicidade e número de tiragem diária.

O Diário do Iguaçu (DI) pertence ao grupo RedeComSC (formado por cinco jornais, além do DI: Divisa Oeste, Extremo Oeste, Alto Uruguai e Folha de Chapecó) e abrange 84 municípios do oeste catarinense. Fundado em 27 de março 1997, tem periodicidade diária e tiragem de 10.000 exemplares/dia. As principais editorias são: Pelo Estado, Mural, Política, Geral, Variedades, Economia, Polícia, Esporte. Nas quintas-feiras é veiculado o caderno de saúde que se chama “DI Saúde”, possui 8 (oito) páginas, e existe há 11 anos. Entre abril de



2012 e agosto de 2013, a jornalista Keli Magri foi editora-chefe do jornal.

O Jornal Sul Brasil (SB) faz parte da Rede Sul Brasil de Comunicação Ltda., junto a outros três jornais: O Vale, A Gazeta Esportiva e Diário da Manhã. Circula em 83 municípios da região oeste de Santa Catarina e possui periodicidade diária. Estabelecido desde 17 de dezembro de 1993, sua tiragem produz 8.000 exemplares por dia. Desde 2005, a editora-chefe é Juliana Stela Schneider. As principais editorias veiculadas no jornal são: Geral, Opinião, Pelo Estado, Política, Radar, Economia, Esporte. Todas as terças-feiras, o periódico traz o caderno de saúde, com quatro (4) páginas, criado há 18 anos. Chama-se “SB Saúde”.

11

6. Aspectos analisados

Para realizar esta pesquisa, nos baseamos no *Proyecto Comsalud*⁴ da América Latina, que compreende uma investigação integrada sobre a cobertura do tema saúde nos meios de comunicação. Utilizamos alguns elementos da tabela de análise do projeto, para compor outra, adaptada aos nossos objetivos. A metodologia caracterizou-se pela Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (1977). Partindo da técnica qualitativa, foi possível obter um maior detalhamento do material estudado, pois esse método permite ir além dos dados, números e informações técnicas, interpretando melhor os resultados encontrados. Ao todo foram analisadas 24 edições, 12 do Diário do Iguaçu (DI) e 12 do Jornal Sul Brasil (SB). Entre as edições, o Diário do Iguaçu publicou 112 matérias (63,64%), o Sul Brasil contabilizou 64 matérias (36,36%).

Durante a leitura de alguns textos, percebeu-se – em ambos os jornais – a dificuldade em definir quem estava noticiando, dando, a informação. Ao ler algumas matérias, não foi possível distinguir se o parágrafo correspondia aos relatos das fontes ou se o jornalista escrevia como se soubesse do assunto. Observou-se isso, geralmente no momento de contextualização de um assunto que precede uma fala ou mesmo em um parágrafo inteiro.

Exemplo:

⁴ O *Proyecto Comsalud* disponível em: encipecom.metodista.br/mediawiki/images/7/79/CTA1D_-_Texto_3_-_Elizabeth_Maurenza.pdf.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

Também conhecida como Cárie da Primeira Infância ou por Cárie da Amamentação, a Carie de Mamadeira pode atingir as crianças ainda no primeiro ano de vida, apresentando uma evolução rápida e dolorosa para a criança. Esse tipo de cárie acomete os bebês e está relacionada ao aleitamento durante o sono (mamadeira noturna ou aleitamento materno), consumo de chás ou sucos adoçados com frequência e sem a limpeza ou escovação posterior.⁵

12

Fica claro neste texto acima (do SB) que não há referência de quem passou a informação, ou seja, não há fonte. A editora-chefe do Sul Brasil, Juliana Schneider, declara que praticamente todas as matérias veiculadas são produzidas por colaboradores do jornal, isto é, os próprios médicos escrevem e assinam os artigos, além disso, eles anunciam no jornal. O SB possui um colunista fixo que escreve sobre Medicina do Trabalho e esporadicamente profissionais da Associação dos Diabéticos e Hipertensos de Chapecó também escrevem uma coluna. José Marques de Melo (1994) lembra que colaboradores podem ser escritores, pesquisadores, professores, políticos ou profissionais liberais, e esses não se caracterizam como jornalistas. Os colaboradores do Sul Brasil, entretanto, assinam o texto com o nome do profissional e incluem o endereço e contato do consultório chamando a atenção de modo publicitado. Juliana admite haver certa publicidade nos textos, porém argumenta ocorrer mais colaboração entre as duas áreas (imprensa e saúde) do que somente a publicidade.

A editora-chefe crê que não há problema em deixar um profissional da área médica redigir o texto informativo, noticioso, interpretativo ou opinativo. Salaria que como o conteúdo não é publicado nas demais editorias do jornal e sim em um caderno mensal, isso não é prejudicial. Para Juliana, cada colaborador é profissional e sabe sobre o que escreve, ou seja, “eles falam do que eles realmente entendem”, embora admita que jornalisticamente isso não seja o mais correto. Declara também que esse método funciona desde quando ela chegou ao jornal e não mudou, pois já estava dando certo.

Como já citado anteriormente, as redações tendem a ser tomadas pela produção repetitiva que se diferencia somente pelo ângulo abordado (Burkett, 1986). Alguns títulos do

⁵ Trecho retirado da matéria: “Odontopediatria. Cárie de Mamadeira, Entender e Prevenir” do Jornal Sul Brasil do dia 02/10/2012 Ano 8 / Edição 5.507.



Jornal Sul Brasil, como estes: “Você já ouviu falar em Escoliose?”; “Hérnias Discais”; “Quiropraxia alivia as dores da ARTROSE!”; “O Clareamento Dental”; “Periodontia”; “O que esperar de uma consulta com um Quiropraxista”; “Traumatismo dental”; “Dor ciática e a Quiropraxia”; “Você range os dentes?”; “Cárie”; “Quiropraxia no alívio da dor dos 'bicos de papagaio””; “Por que minha coluna dói tanto e no Raio X não tem nada?”; e “Encaixe da mordida: cirurgia ou tratamento ortodôntico?”. Indicam claramente essa atitude. Tratam de maneira descritiva e didática os temas, aprofundando pouco; além dessa simples mudança do foco das matérias, o maior problema é que elas trazem praticamente a mesma fonte, que nesse caso é o próprio colaborador. Nitidamente, o leque de temáticas se reduz e as matérias permanecem com aspecto de informe publicitário. A editora-chefe reconhece essa lacuna em variedades temáticas, mas aponta dois elementos que interferem na diversidade: a falta de tempo de outros profissionais para agendar entrevistas e produzir a matéria convencionalmente, com um jornalista e a indisponibilidade de outros médicos em escreverem como colaboradores do jornal.

O Diário do Iguaçu abordou temas mais variados. Possui uma jornalista responsável pela elaboração do caderno de saúde, assim como duas colunas: uma sobre psicanálise e psicologia, com uma colunista (profissional da área) fixa, e outra sobre temas ligados à obesidade, que traz diferentes profissionais, no entanto publicitando-os também. No periódico, algumas matérias denotaram caráter publicitário, desconsiderando o grande público, como: “Balão intragástrico. Novo método para emagrecimento”; “Osteopatia. Pós-graduação com foco no tratamento das dores do corpo”; “Dentes. As soluções para a mordida que não se encaixa”; “Drenagem Linfática. A queridinha do verão”; “Flymonn. Em busca da estabilidade”; “Dentes brancos. Esclareça suas dúvidas sobre clareamento”; “Festas de fim de ano. Truques para evitar os excessos alimentares”; “Massagem modeladora. Mitos e Verdades”; “Balão intragástrico. Opção segura no combate ao excesso de peso”; e “Auriculoterapia. Bem estar em qualquer idade”. Matérias que interessam a públicos segmentados ou menores.

Do mesmo modo que o SB, no Diário do Iguaçu encontrou-se muitas passagens de textos nas quais não se identificava a fonte da informação como esta:



Muitos pais acham que o ronco dos seus filhos é coisa normal de criança. Associam o ronco e o baba no travesseiro ao cansaço após um dia cheio de atividades. Mas, não é normal uma criança roncar. Sabe-se hoje que a criança roncadora será, no futuro, um adulto roncador se não for tratada. Na maioria das vezes esse problema está associado a uma obstrução na passagem de ar pela via aérea, que se inicia no nariz.⁶

Para dar outro exemplo, um dos anunciantes do Sul Brasil no dia 02/10/2012 abordou a seguinte temática: “A saúde da coluna é simples e está nas mãos – Quiropraxia”. Após 28 dias (30/10/2012), a matéria foi reproduzida na íntegra com o mesmo título e texto. Salientando que no fim de ambas as matérias havia o texto indicando o endereço e convidando as pessoas para entrarem em contato e sanar as dúvidas. Ao lado das matérias, havia o anúncio da clínica que oferece o tratamento. Nilson Lage (2001) reflete sobre a composição das redações menores e explica que essas “empresas têm interesses objetivos, inserem-se em articulações, dependem de financiamento, publicidade, tecnologia e aceitação social. Não é fácil sustentar organizações desse tipo”.

Nas análises das 64 edições do Jornal Sul Brasil, foi perceptível que alguns profissionais utilizassem o espaço com o intuito de autopromover-se. Estes são alguns títulos, de diferentes edições e meses, que detonam tal característica: “Dr. Felix José Trentin Filho participa do Congresso Americano de Reumatologia nos Estados Unidos – Parte I”; “Dr. Felix José Trentin Filho participa do XXIX Congresso Brasileiro de Reumatologia”; e “Dr. Felix José Trentin Filho participa do Congresso Europeu de Reumatologia 2012”⁷. Essas matérias possuem aspecto prevalente publicitário, comercial e não interesse público, porque se trata de serviço privado. O Diário do Iguazu, mesmo trazendo notícias com caráter publicitário, apresentou muito mais (do que o SB) notícias sobre saúde pública, eventos de capacitação de funcionários públicos, campanhas preventivas.

Conforme Mauro Wolf (2005) entende, o trabalho de “separação” dos fatos pode ser

⁶ Trecho retirado da matéria: “De olho. Pais devem ficar atentos com crianças que roncam” do jornal Diário do Iguazu do dia 06/12/2012 – Ano 15 / Edição 4.534.

⁷ As matérias encontram-se nas edições respectivamente à ordem dos títulos acima citados: 18/12/2012 – Ano 18 / Edição 5.569. 06/11/2012 – Ano 18 / Edição 5.534. 02/10/2012 – Ano 18 / Edição 5.507.

trabalhoso, dado que a influência agregada à veiculação de temas, seu tratamento e sua reprodução podem influir na vida do leitor, de modo intencional ou não. Tal paradigma do jornalismo, é o método de medir a importância das notícias, tarefa inteiramente subjetiva. Segundo o autor os valores/notícias compreendem duas formas: critérios de seleção do material agrupado para a redação, identificando os elementos mais apropriados e que merecem ser publicados, e a segunda maneira é a produção abstrata de um “roteiro” que indica os assuntos mais relevantes, indicando o que deve ser priorizado. Muitos profissionais de outras áreas, como a medicina, não têm noção de como construir uma notícia, critérios de noticiabilidade, fontes... E acabam por escrever essa espécie de *release*.

O Jornal Sul Brasil apresentou 84,38% de matérias Informativas, no entanto, os textos, em geral, foram pouco aprofundados e denotou-se ausência em 54,69% de compromisso público. O número reduzido de fontes esteve bem visível durante as leituras: 65,33% das matérias não tinham fonte. Somente 34,67% possuíram fontes primária ou secundária. Acerca dos artigos veiculados de uma clínica de odontologia, todos tinham praticamente a mesma imagem de perfil da médica, mudou somente, em raros momentos, o enquadramento. O gênero Opinativo correspondeu a 12,50% das publicações. Apenas 3,13% das matérias forma Interpretativas. Dentre os subgêneros analisados, a Notícia surgiu 9,38%, em segundo o Artigo 7,31%, depois a Entrevista somando 3,13%, por fim o Perfil 1,56%. Encontraram-se também matérias que não se encaixavam em um subgênero, que foram contabilizadas por Não se aplica ⁸ equivalente a 78,13% no Jornal Sul Brasil. Os demais subgêneros não constaram nas análises.

O Diário do Iguaçu acumulou 84,82% de matérias Informativas, pouco mais que o SB. Conteúdos Opinativos equivaleram a 15,18%. A Notícia também foi o subgênero jornalístico mais perceptível no DI, somou 32,14%; o Opinativo equivaleu a 19,64%; em seguida a Entrevista com 5,36%; além da Reportagem, 1,79%. Igualmente ao SB, notou-se no Diário do Iguaçu a presença de matérias que não se encaixavam entre os subgêneros disponíveis na ta-

⁸ Esse tipo de matéria reconhecida por não se adequar a um subgênero jornalístico está em anexo a este artigo. Anexo 1.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

bela de análise. Não se aplica ⁹ a um subgênero contabilizou 41,07%. O compromisso público estava presente em 67% das matérias do Diário do Iguaçu. Sendo o restante, 33% sem relevância pública. A média de tamanho das imagens entre os dois periódicos foi de 185, 86 cm².

Para Erbolato (1991), uma boa notícia depende da forma como chega ao leitor. E sabendo que uma notícia atingirá qualquer classe socioeconômica, o primeiro dever do jornalista, afirma Erbolato, é escrever de forma acessível a todos. Dos conteúdos publicados pelo Diário do Iguaçu 77,78% teve linguagem acessível, 17,95% eram acessíveis, entretanto, com alguma terminologia não esclarecida. Algumas matérias também apresentaram linguagem não acessível ou confusa, contabilizando 4,27%. Em geral, as publicações do Diário do Iguaçu apresentaram-se bem estruturadas e com fontes diferenciadas, mas certas palavras, pouco usuais, não foram esclarecidas.

Das matérias do Jornal Sul Brasil, 87, 50% tinham legibilidade, o restante, 12,50% eram legíveis, no entanto, com terminologias não explicadas. A linguagem publicitária mais se evidenciou nos textos do Jornal Sul Brasil. As matérias eram legíveis, mas sem conteúdo noticioso. Mário Erbolato (1991) lembra que para a leitura ser acessível, deve-se ter uma boa gramática, além de evitar possíveis influências do redator, já que o jornalista, enquanto redige, pode transpassar nas matérias seus sentimentos de acordo com seus interesses pessoais, “sujeito às suas emoções momentâneas” (1991, p.91). Relaciona-se esse aspecto às matérias do Jornal Sul Brasil, que são elaboradas pelos próprios médicos, consequentemente, a “apuração” das informações não serão as mesmas que de um jornalista.

Em dados gerais (dados totais de ambos os periódicos), pode-se refletir que os temas comuns, que são frequentemente discutidos, foram pouco aproveitados pelos jornais. Não significa abordar sempre o mesmo tema, da mesma forma; e sim, outros ângulos. A tabela abaixo indica a frequência das temáticas:

⁹ Esse tipo de matéria reconhecida por não se adequar a um subgênero jornalístico está em anexo a este artigo. Anexo 2.

Tema	Freq.	%
Outras enfermidades	49	27,8%
Saúde bucal	22	12,5%
Saúde psicológica e mental	17	9,7%
Nutrição e alimentação	14	8,0%
Serviços de saúde	13	7,4%
Evento/congresso/conferência	12	6,8%
Câncer	11	6,3%
Sedentarismo/obesidade	9	5,1%
Estética e beleza	8	4,5%
Saúde do trabalho	4	2,3%
Capacitação/formação	4	2,3%
Práticas saudáveis	3	1,7%
Reprodução e saúde sexual	3	1,7%
Medicina tradicional e alternativa	2	1,1%
Maternidade	2	1,1%
Alergias	1	0,6%
Campanha preventiva	1	0,6%
Doenças cardiovasculares	1	0,6%
TOTAL OBS.	176	100%

7. Considerações finais

Pode-se obter com esta pesquisa um panorama de como se dá a construção das matérias de saúde. Os dados encontrados não podem ser generalizados, pois foram estudados apenas dois jornais. Mesmo assim, em princípio, a obtenção desses dados permite uma reflexão sobre como as matérias recebem o tratamento jornalístico, suas falhas e acertos, de acordo com os princípios da profissão.

A maior falha perceptível durante o período de análise foi a maneira como os pe-



riódicos – não somente os analisados nesta pesquisa, mas outros também – se “rendem” aos anunciantes oferecem os espaços jornalísticos como espaços de anúncio continuado. Não se trata apenas de discutir a subordinação dos veículos aos anunciantes ou o simples objetivo de comercialização de jornais, mas, sobretudo, o conteúdo que os leitores, maiores prejudicados, recebem desse tipo de produção jornalística. Será que realmente o público sente-se satisfeito com as informações que recebem? Quais são as possíveis mudanças desse tipo de produção? É preciso estabelecer uma conversa mais próxima com os leitores. Ambas as editoras-chefes dos jornais, indicaram que recebem pouco retorno dos leitores em relação à sugestão de pautas ou crítica às matérias. Entende-se então, que o público também não colabora para criar esse diálogo. Além disso, como dizia o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1930-2002):

18

Não é preciso dizer que não se trata de condenar nem de combater os jornalistas, que frequentemente sofrem muito das restrições que são obrigados a impor. Trata-se, bem ao contrário, de associá-los a uma reflexão destinada a buscar meios de superar em comum as ameaças de instrumentalização. (BOURDIEU, 1997, p. 17).

Os conteúdos sobre saúde precisam ser definitivamente aperfeiçoados. E isso se trata de um processo demasiado complexo, porque não basta boa vontade dos jornalistas, mesmo que suas atitudes contribuam, em muito, para tal aperfeiçoamento. As notícias sobre saúde precisam receber um filtro maior de compromisso para não se tornarem meros espaços publicitários destinados em prol dos anunciantes, embora isso – infelizmente – já esteja acontecendo. As produções jornalísticas em si precisam ser mais sérias, responsáveis com público.

8. Referências bibliográficas

- ABIAHY, Ana Carolina. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf. Acessado em: 19 ago. 2013a.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERTOL, S. R. S. Saúde em Zero Hora: Uma análise dos conteúdos publicados. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004. Porto Alegre. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2004.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BUENO, Wilson da Costa. A cobertura de saúde na mídia brasileira: sintomas de uma doença anunciada. Em: **Portal do Jornalismo Científico**. Disponível em: encipecom.metodista.br/mediawiki/images/d/de/024_-_Wilson_C._Bueno.pdf. Acessado em: 25 jul. 2013a.
- BUENO, Wilson da Costa. Comunicação para a saúde: uma revisão crítica. Em: **Portal do Jornalismo Científico**. Disponível em: www.comunicasaude.com.br/comunicasaude/artigos/jornalismo_saude/jornalismosaude.php.br. Acessado em: 25 jul. 2013.
- BUENO, Wilson da Costa. et al. Divulgação da saúde na imprensa brasileira: expectativas e ações concretas. Em: **Portal do Jornalismo Científico**. Disponível em: www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_saude/artigo5.php. Acesso em: 25 jul. de 2013.
- BURKETT, Warren. **Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação**. Notícias de ciência, de medicina e saúde. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.
- DALTOÉ, Andrelise. **Teorias da notícia: uma tentativa de construção**. Disponível em: www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/123/122. Acessado em: 03 junho de 2013.
- ERBOLATO, Mario L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição do jornal**. 5ª edição. São Paulo: Ática, 1991.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3ª edição revisada pelo autor. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- LOPES, Boanerges; NASCIMENTO, Josias (org.). **Saúde & Imprensa – o público que se dane!**. Rio de Janeiro: Mauad, 1996.
- MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2ª ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MARQUES DE MELO, José. (Org.) *et al.* **Enciclopédia INTERCOM de comunicação**. Volume 1 – Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010
- MARQUES DE MELO, José. **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FDT, 1992.



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

NATANSOHN, L. Graciela. **Comunicação & Saúde: Interfaces e diálogos possíveis**. Eptic On-Line (UFS), v. VI, n.2, p. 38-52, 2004

SILVA, Fernando Moreno da. **Gêneros jornalísticos para a prática em sala de aula**. Revelli: Revista de Educação, Linguagem e Literatura da UEG-Inhumas, v. 2, p. 68-81, 2010.

20

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TEIXEIRA, Ricardo Rodrigues. Informação e comunicação em saúde. Cap. 13. In: **Saúde do adulto: programas e ações na unidade básica**. SCHRAIBER, Lilia Blima; NEMES, M. I. B; GONÇALVES, R. B. (org.). 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – Por que as notícias são como são?**. Volume I. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Anexo 1. Matéria Jornal Sul Brasil.

4
Terça-feira, 13 de Novembro de 2012
saúde

Associação dos Diabéticos e Hipertensos de Chapecó-SC
ARTROSE NA TERCEIRA IDADE



A artrose é uma das doenças mais frequentes na terceira idade e um dos principais fatores de incapacidade física dos idosos. Em graus variáveis afeta a maior parte da população após dos 60 anos, embora so em alguns casos atinja gravidade suficiente para provocar sintomas. Não há cura, porém o tratamento adequado permite aliviar os sintomas, melhorar a capacidade funcional e a qualidade de vida, bem como prevenir ou corrigir problemas articulares mais graves.

Pode ter várias causas, obesidade, carga de trabalho, postural, até hereditária como as formas generalizadas de artrite reumática por ex. A artrose resulta na destruição progressiva dos tecidos que compõe a articulação, meniscos e cartilagem são os mais acometidos. A deterioração progressiva da cartilagem perde sua regularidade e elasticidade e com o tempo pode desaparecer completamente. Com sua ausência os ossos roçam diretamente entre si causando inflamações contínuas e cada vez mais intensas, proporcionando dor e limitação de movimentos. A articulação com o tempo pode sofrer deformação visível e/ou palpável, com muitos osteófitos, popularmente conhecidos na coluna como "bicos de papagaio". O sintoma predominante é a dor, podendo ter localização variável, conforme a articulação afetada. Caracteristicamente surge com o uso excessivo da articulação, melhorando com o repouso. A dor leva a evitar a movimentação, causando enfraquecimento dos músculos contribuindo para uma maior instabilidade e agravamento da patologia.

Está errado o conceito que a artrose e o sofrimento é consequência da idade. Com os tratamentos de hoje, já é possível diminuir a dor e a rigidez das articulações melhorando os movimentos e a capacidade geral do indivíduo com exercícios orientados. Técnicas cirúrgicas e medicamentos têm avançado em passos largos e a fisioterapia consegue ótimos resultados em tratamento conservador.

Quiropraxia no alívio da dor dos "bicos de papagaio"

Pessoas que não se exercitam regularmente têm maior probabilidade de desenvolver "bico de papagaio", ou osteófitos que são crescimentos excessivos dos ossos em torno do disco intervertebral.

Os osteófitos são chamados de "bico de papagaio" por causa do formato em gancho, e aparecem em processos degenerativos como a osteoartrose, que provoca dor nas costas, acometendo pessoas a partir dos 35 anos.

Os osteófitos não são de todo vilões, eles são a maneira que o corpo encontrou de gerar mais firmeza na coluna para evitar maiores danos. O problema vem do fato de crescerem exageradamente em regiões de pouco espaço.



Os ajustes quiropráticos funcionam como a escova eliminando os resíduos dos dentes. Eles promovem a mobilidade das articulações, evitando que os osteófitos se desenvolvam ou aumente de tamanho.

Portanto, além de exercícios regulares, para evitar uma velhice repleta de problemas como a osteoartrose, vale à pena incluir a Quiropraxia entre os cuidados focados na prevenção desses problemas.

No entanto, quando a osteoartrose já se instalou devido à falta de mobilidade e firmeza da coluna, não é possível eliminar os osteófitos, mas sim a dor.

Na verdade, não há pesquisa científica que os comprove como causa de dor. O que o cotidiano clínico do quiropraxista demonstra é que, apesar da quantidade de osteófitos, as pessoas conseguem se livrar das dores em geral, mesmo que eles continuem lá.

Isso ocorre porque, assim como a dor, a osteoartrose é apenas um sinal de um problema, de disfunções articulares, posturais etc.

Por isso, consulte seu quiropraxista, leve seus exames de imagem e tire suas dúvidas, pois cada caso é bastante particular, o corpo humano é muito diferente um do outro.

Para tirar suas dúvidas ou marcar uma avaliação entre em contato com a Saúde da Coluna - Quiropraxia (Rua Barão do Rio Branco, 300E, sala 213. Telefone: 49 3316 2343).



Dr. Marcos Takemoto
CRODSC 3724

Especialista em Cirurgia Bucomaxilofacial
Mestre em Implantodontia
(49) 3322-3754

Cirurgia Bucal-Ortodontia-Implantes Dentários
Rua Quintino Bocalúva 260-E - Sala 09
Ed. Sevilha, Chapecó-SC

Saúde da Coluna
Quiropraxia

Leticia Senar
ABQ 0887

Prevenção e tratamento das disfunções da Coluna Vertebral

Policlínica Santo Antônio
Rua Barão do Rio Branco, 300E, sala 213
Centro | Chapecó - SC | 89802-400
Fone: 49 3316 2343
Associação Brasileira de Quiropraxia - www.quiropraxia.org.br



Sul Brasil www.jornalsulbrasil.com.br 17 anos

Revista Iniciacom - Vol. 6, Nº 1 (2014)

Anexo 2. Matéria Diário do Iguaçu.

4 Saúde

DIÁRIO DO IGUAÇU
4 DE OUTUBRO DE 2012

ALZHEIMER

Saiba como identificar a doença

FOTOS: DIVULGAÇÃO

PREVENIR

Degenerativa, lenta e progressiva, a doença atinge cerca de 15 milhões de pessoas no mundo. Nos Estados Unidos, é a quarta causa de morte de idosos entre 75 e 80 anos. Perde apenas para o infarto, derrame e câncer. A afirmação é da Associação Brasileira de Alzheimer – Abrasz. Uma doença que atinge principalmente pessoas acima de 60 anos, chegando a 45% em pessoas com 85 anos ou mais. Segundo o médico geriatra e coordenador da Sub-regional da Abrasz, Alessandro Verffel, quem tem a doença não consegue perceber seu esquecimento frequente, que causa perda de sua capacidade funcional. Quando familiares levam quem sofre com os esquecimentos frequentes ao médico, é bem provável que este seja um quadro de demência. Ele enfatiza que os exames laboratoriais de rotina não fazem o diagnóstico da doença, mas podem detectar fatores de risco como diabetes, doença coronariana, colesterol elevado, etc.

O QUE FAZER APÓS DIAGNÓSTICO POSITIVO

O primeiro passo é descobrir em que estágio a doença está. "Mas o principal é que os familiares procurem informações sobre como a doença evolui, os estágios que este portador passará, os medicamentos, as terapias não farmacológicas", afirma Alessandro.

DEMÊNCIAS E AJUDA DA FAMÍLIA

A principal função cognitiva afetada e a memória (inicialmente) com a evolução outras funções são afetadas como a linguagem, orientação temporo-



espacial, comportamento. "A família deve procurar informação e procurar manter o portador o mais próximo possível de sua rotina diária para retardar, mas não parar, a evolução da doença", afirma o coordenador.

- O Mal de Alzheimer apresenta diferentes níveis?

- Apresenta estágios leve, moderado, grave e terminal.

- É possível prevenir? Temos que prevenir as



doenças crônico-degenerativas como: Diabetes, colesterol elevado, tabagismo, hipertensão. Estas doenças são fatores de risco para Doença de Alzheimer.

SUGESTÕES DE FILMES QUE ABORDAM A DOENÇA

- A Moment to Remember
- Longe Dele
- A Família Savage
- Iris
- O Filho da Noiva
- O Caso Alzheimer
- A Song for Martin
- Aurora Boreal



Manipulação
Ciência e arte na formulação de medicamentos e cosméticos.



Fone: (49) 3361 3001
Rua Porto Alegre, 173-E - Centro - Chapecó - SC



Cláudia Báz Huppel
Podologia e Reflexologia

(49) 8417 1677 (m) | 8417 1634 (f/m)
claudiabaz@bolmail.com
Rua Barão do Rio Branco, 244 | Sala 11
Edifício Athenas | Centro | Chapecó | SC

Calos e Calosidades - Fissuras/Rachaduras - Cravos
Verrugas Plantares - Olho de Peixe - Micoses
Unhas Encravadas e Irritadas - Pés Diabéticos
Órteses para Correções das Unhas - Hidratação
Reflexologia - Massagem nos Pontos Reflexos dos Pés



EMAGREÇA PARA GANHAR
Na compra de um pacote de tratamento na EMAGRECENTRO.
emagreceu 8kg ganhou R\$ 528,00 em procedimentos estéticos!

www.emagrecentro.com.br

EMAGRECENTRO Tel. (49) 3361-9808
R. Paulo Mangues, 50-E, Chapecó-SC

Anexo 3. Capa do caderno de saúde do Sul Brasil.



Chapecô, 13 de Novembro de 2012

Prótese Parcial Removível (Ponte Móvel)

A Prótese Parcial Removível, conhecida popularmente por ponte móvel, é um aparelho odontológico para reposição de um ou mais dentes perdidos na arcada. O objetivo de uma prótese parcial removível é melhorar a função, fala e estética ao sorrir. Consiste de uma armação metálica com grampos que se prendem nos elementos dentais que sobram. Em cima da mesma é colocado o dente para reposição dos espaços aparentes. Diferente do que muitos pensam este tipo de aparelho não danifica os dentes remanescentes, uma ponte bem construída deve ser agradável não devendo forçar os elementos dentais que

sobram na arcada. Esta é uma das formas de repor dentes perdidos, mas quando se trata de espaços pequenos, há alternativas melhores como implantes e pontes fixas. Quando a pessoa tem falta de dentes na parte de trás da boca, não podendo fazer uma ponte fixa e locais onde ocorre uma grande reabsorção da estrutura óssea, muitas vezes devido à perda precoce dos dentes, essa falta de estrutura impede a realização de implantes. Sendo nestes casos a melhor forma de reposição dental a ponte móvel. Este tipo de trabalho não é de difícil realização, portanto também não tem um tempo longo desde o início da

confecção até a entrega. O paciente pode optar por dentes mais complexos e gengivas caracterizadas que reproduzem alguns aspectos da dentição, deixando o sorriso com formato natural. Como o próprio nome diz, a ponte móvel é colocada e removida pelo paciente. Após as refeições, deve ser tirada para uma boa higienização dos dentes e do próprio aparelho. Resíduos da alimentação podem ser causa de mau hálito, inflamações gengivais e até cáries em algumas situações. Toda a perda dental é passível de ser recuperada por um profissional qualificado de odontologia. Não deixe de saborear os melhores momentos



CLINICA SANTOSPRIME !
CRO CLN 933 SC
3324-4847
3312-2220



Reichmann
Ortopedia
Especializada na Cirurgia do Joelho e Ombro
Dr. Joaquim Reichmann
49 3322.5056



DR. MÂRCIO TELESCA
Membro da Sociedade Brasileira de Coluna Ortopedia | Traumatologia
Fone: 49 3324-7949
Rua Barão do Rio Branco, 300-E | Policlínica Santo Antonio SL-304 | Chapecô-SC | marcio-telesca@hotmail.com



Dr. Carlos Henrique Mendonça
Ortopedia & Traumatologia
Medicina Esportiva
Cirurgia Veroartroscópica das Articulações
Fones: (49) 3324-4002 | 3323-6424
Av. General Osório, 42-E - Centro - Chapecô - SC



Sorria para a vida, o sorriso contagia...

PRÓTESE DENTAL

A saúde bucal deve ser levada muito a sério. O tempo de uso de uma prótese pode ocasionar muitos problemas. Venha fazer uma avaliação conosco.

FONE:
49 3324.4847

www.santosprimeodontologia.com.br



INTERCOM

Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social

Anexo 4. Capa do caderno de saúde do Diário do Iguçu.

