



A saúde nas mídias impressas: uma análise do  
contrato de leitura de Veja e Istoé<sup>1</sup>

Janete de Páscoa RODRIGUES<sup>2</sup>

Aline Alves LEAL<sup>3</sup>

Iury Parente ARAGÃO<sup>4</sup>

Universidade Federal do Piauí – UFPI

Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Piauí – FAPEPI

## Resumo

Este estudo foi desenvolvido a partir de uma análise comparativa entre os discursos de saúde nas revistas “Veja” e “Istoé” editadas no período de janeiro a junho de 2007. O suporte teórico foi constituído sobre os conceitos de contrato de leitura, polifonia, e heterogeneidade enunciativa formulados por Eliseo Verón, Mikail Bahktin, Cremilda Medina e outros. Verificamos que “Veja” priorizou sentidos de prevenção de patologias e “Istoé” de terapia; “Veja” não apresenta seção e periodicidade nas publicações sobre saúde, permanentes; “Istoé” matém uma seção de saúde e periodicidade constante; “Veja” se dirige ao leitor que busca mater-se saudável; “Istoé” ao leitor em busca de informação sobre doenças. Ambas utilizam com frequência as vozes dos médicos e dos usuários de produtos e serviços de saúde, sendo que “Istoé” recorre mais as vozes dos últimos que “Veja”.

## Palavras-chave

Contrato de leitura; mídias impressas; saúde.

## 1 Introdução

Dentre os vários tipos de publicações que compõem o atual mercado de periódicos, muitos abordam temáticas comuns usando diferentes formas de enunciar tais conteúdos. Os segmentos discursivos – revista de celebridades, moda, atualidades, automóveis, saúde e outros, apresentam inúmeras opções de publicações para a livre escolha dos consumidores midiáticos. Com isso, podemos nos perguntar como cada suporte seduz seus leitores e os mantêm fieis aos seus respectivos contratos de leitura.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora adjunto da UFPI, pesquisadora CNPq/FAPEPI, Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisa em Estratégias de Comunicação da UFPI, doutora em Ciências da Comunicação pela UNISINOS. E-mail: rojanete@hotmail.com

<sup>3</sup> Aluna do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí, Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisa em estratégias de Comunicação da UFPI (NEPEC), pesquisadora PIBIC da UFPI.

<sup>4</sup> Aluno do curso de Educação Física da Universidade Federal do Piauí e do curso de Comunicação Social do Centro de Ensino Unificado de Teresina, Membro do Núcleo de Estudos e Pesquisa em estratégias de Comunicação da UFPI (NEPEC) pesquisador PIBIC da UFPI.



Sabemos que o surgimento das pautas sobre saúde nas mídias é um fenômeno relativamente recente tanto no Brasil como no mundo. No Brasil, a saúde começou a integrar as editorias das empresas jornalísticas no início da década de 1960 do século XX. Editorias jornalísticas nacionais tentam a partir disso abarcar o maior número de destinatários que procuram por notícias de saúde, seguindo formatos que contemplam o as necessidades desses receptores.

Verón (2004) refere-se a questão da enunciação dos conteúdos, lembrando que um mesmo tema pode ser enquadrado por modalidades de enunciação muito diferentes. Nas mídias impressas, o que o enunciador diz constitui uma dimensão importante do contrato de leitura de cada suporte de imprensa. Para o mesmo autor, o contrato de leitura pode ser coerente ou incoerente, estável ou instável, adaptado a seus leitores ou apenas um pouco adaptado. Assim, revistas que cobrem um mesmo tema, podem revelar-se muito diferentes quanto ao contrato de leitura.

O sucesso ou o fracasso da construção de um contrato de leitura depende somente das modalidades de dizer o conteúdo e não daquilo que é dito (do conteúdo). É o contrato que cria o vínculo entre o suporte e o leitor.

Milton Pinto (1999) refere-se à “análise de discursos” como um método que procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados a produtos culturais, tais como anúncios publicitários, capas de periódicos, programas televisivos e de rádio, textos jornalísticos entre outros. Portanto, a análise de discurso mostra-se como método capaz de apontar aspectos constituintes do contrato de leitura das revistas *Veja* e *Istoé*, objeto de estudo desta investigação.

Esta pesquisa foi realizada mediante a aplicação do método da análise de discurso, seguindo uma comparação entre os elementos constituintes dos contratos de leitura das revistas “*Veja*” e “*Istoé*” em seus respectivos textos sobre saúde. A amostra foi composta pelas seções de ambos os periódicos publicados no período de janeiro a junho de 2007. Foram investigadas 25 edições de “*Veja*” e 25 edições de *Istoé*. Na amostra composta por “*Veja*”, 21 revistas apresentaram matérias tratando sobre a saúde e quatro não apresentaram qualquer matéria dentro do tema. Já na amostra composta pelas 25 edições de *Istoé*, todas publicaram matérias dentro dessa temática, em sua seção denominada de “*Medicina e bem estar*”.



Embora os dois suportes tenham apresentado essa raiz temática comum – a saúde –, cada publicação possui suas formas de abordar o leitor, seus dispositivos de sedução, seus diferenciais, sua linguagem específica, o seu “contrato de leitura”. É dentro deste entendimento de contrato de leitura, que buscamos localizar e discutir algumas diferenças e semelhanças marcantes nos discursos de “Veja” e de “Istoé”.

## 2 Temas apresentados nos discursos de saúde de “Veja” e “Istoé”

A revista *Veja* escolheu temas dentro da área da saúde voltados para segmentos diversos, tais como: anticoncepcionais, família de pacientes de UTIs, menstruação e TPM, medicamentos para redução da gordura corporal, saúde cardíaca, exercícios físicos, dietas alimentares, dependências químicas, colesterol, resfriados, relação entre patologias e gênero, pesquisas recentes sobre o cérebro humano, vacinas, técnicas de combate ao envelhecimento e saúde dos olhos. Totalizando 20 temas diferentes sobre a saúde focadas nas edições de “*Veja*”. Em ordem decrescente, os temas relacionados ao combate do envelhecimento humano e as dietas alimentares foram as mais recorrentes, três matérias publicadas. Em seguida estão os temas sobre saúde do coração e saúde dos olhos, com duas matérias sobre cada um destes. Os demais temas discutidos nas seções de “*Veja*” foram focados apenas uma vez nas matérias investigadas.

Uma constatação acerca do contrato de leitura da revista “*Veja*”, diz respeito ao fato desta apresentar suas reportagens sobre saúde de maneira inconstante e em seções variadas como, “*Medicina*”, “*Saúde*”, “*Guia Veja*”, “*Especial*”, “*Comportamento*” e outras. Importante destacar que a perspectiva de discussão feita por “*Veja*”, na maior parte de suas publicações, possui caráter preventivo, ou seja, a revista oferece informações que orientem o leitor para assumir atitudes que evitem futuros problemas de saúde.

Nas edições de “*Istoé*”, verificamos um maior número de temas abordados quando comparados com “*Veja*”. Assim, localizamos 28 temas nas 25 edições de *Istoé*, os quais são: familiares de pacientes de UTI, menstruação e TPM, saúde do coração, atividade física, colesterol, cérebro humano, combate ao envelhecimento, depressão, maternidade novas técnicas cirúrgicas, dengue, câncer, estrutura dos hospitais, menopausa, miomas, brozeamento da pele, andropausa e calvice. Em “*Istoé*”, o tema atividade física foi o mais frequente, com três matérias editadas sobre o assunto; em



segundo lugar estão temas sobre colesterol, técnicas de combate ao envelhecimento, maternidade, técnicas cirúrgicas, câncer, estrutura dos hospitais e brozeamento da pele, com duas matérias publicadas em sobre cada um desses assuntos. Câncer, doenças do coração, depressão, família de pacientes de UTI, dengue, menopausa, andropausa, descobertas sobre o cérebro humano e miomas, localizamos somente uma matéria para cada tema.

Diferentemente de “Veja”, as dicursões sobre saúde discutidas em “Istoé” apontam, em sua maioria, para perspectivas terapêuticas acerca das patologias tematizadas nas matérias.

Quadro 1 - Temas presentes nos discursos de saúde de “Veja” e “Istoé”  
Janeiro a junho de 2007

Temas	Quantidade	
	Veja	Istoé
Anticoncepcionais	1	-
Família na UTI	1	1
Menstruação e TPM	1	1
Comprimido antibarriga	1	-
Saúde do coração	2	1
Atividade física	3	3
Dependencia química	1	-
Colesterol e dieta alimentar	1	3
Resfriado	1	-
Fisiologia masculina e feminina e patologias	1	-
Cérebro humano	1	1
Vacinas	1	-
Técnicas de combate ao envelhecimento	3	2
Saúde dos olhos	2	-
Depressão	-	1
Maternidade	-	2
Novas técnicas cirúrgicas	-	2
Dengue	-	1
Câncer	-	2
Estrutura dos hospitais	-	2
Menopausa	-	1
Miomas	-	1
Brozeamento da pele	-	2
Andropausa	-	1
Calvice	-	1
TOTAL	20	28

Fonte: dados da pesquisa

### 3 As múltiplas vozes presentes nos discursos de “Veja” e “Istoé”



Milton Pinto (1999) alega que todo texto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, no sentido de que ele é sempre um tecido de “vozes” ou citações, cuja autoria fica marcada ou não por outros textos preexistentes, contemporâneos ou do passado. Portanto, concluímos que todo texto é um objeto heterogêneo no que diz respeito a sua constituição, e, por isso presta-se a múltiplas leituras, colocado no cruzamento de uma pluralidade de causalidades diferentes, que de acordo com Verón (2004) é lugar de manifestação de uma pluralidade de ordens de determinação.

Em se tratando das vozes participantes nas produções dos suportes imprensa, entendemos que estas podem estar explícitas através de aspas, discurso indireto ou direto e também podem estar implícitas no texto. Bakhtin (1981) diz que em cada palavra há vozes, vozes que podem ser infinitamente longínquas, anônimas quase despersonalizadas, inapreensíveis, e vozes próximas que soam simultaneamente. Esta bagagem que cada discurso tem é denominada de Polifonia. O mesmo autor afirma que é da natureza de um discurso construir-se a partir do discurso do outro e que toda fala é atravessada por uma outra fala, antes dita por alguém.

Authier-Revuz (1982), a partir das teorias de Mikail Bahktin acerca da polifonia, propôs a expressão “heterogeneidade enunciativa”, sob duas formas de sua manifestação: a mostrada ou constituinte, onde as vozes aparecem de forma implícita, possibilitando analisar o discurso através de formas não-marcadas (discurso indireto livre, alusões, ironia etc.) ou formas marcadas (através de aspas); e a constitutiva, na qual o discurso tem a interferência de diversas vozes sem que o sujeito tenha consciência desta interferência oriunda de diversos segmentos sociais.

Quadro 2 - Vozes presentes nos discursos de “Veja” e “Istoé”  
Janeiro a junho 2007

Vozes	Frequência	
	Veja	Istoé
Representantes de Instituições de Saúde	35	53
Pacientes e/ou usuários de serviços ou produtos de saúde	24	42
Cardiologistas	11	11
Endocrinologistas	11	7
Neurologista	5	13
Dermatologista	5	11
Ginecologistas e obstetras	3	9
Indústrias farmacêuticas	7	4
Nutricionistas	5	5



Psiquiatra	3	5
Psicólogos	3	4
Oftalmologistas	4	1
Pediatras	3	2
Oncologista	1	3
Educador físico	1	3
Ortopedista	1	2
Fisioterapeutas	1	2
Geriatras	7	-
Geneticistas	-	6
Cirurgião plástico	4	-
Pneumologistas	1	-
Assistente social	-	1

Fonte: dados da pesquisa

A multiplicidade de vozes encontradas nos textos tanto de “Veja” como de “Istoé”, mostra o caráter híbrido dos discursos das duas revistas tanto no que se refere aos diversos profissionais do campo médico como de outros campos sociais que se mostram nos textos estudados. Observamos nos textos de ambos os periódicos, uma coerência entre os temas focados com e falas dos diferentes especialistas da área médica. Dentre as vozes localizadas nas duas revistas, os representantes de instituições de saúde tanto brasileiras como internacionais, foram os mais presentes nos discursos das duas revistas, 35 citações em Veja e 53 em Istoé são oriundas desse segmento. Tais profissionais falam em nome de centros de pesquisas, universidades, laboratórios ou outros órgãos. Estes recursos discursivos são utilizados pelas revistas como forma de oferecer maior credibilidade das informações junto ao seu leitor. Esses profissionais são, geralmente, identificados nas reportagens pelo nome, pela especialidade e pela empresa, instituição pública ou particular na qual atua o entrevistado.

A revista “Veja”, compôs seus discursos com falas de especialistas de Instituições brasileiras e estrangeiras, especialmente, dos Estados Unidos e da Europa. Também, em algumas matérias de “Veja”, o texto ressalta que as declarações dos especialistas foram concedidas diretamente à revista “Veja”.

Para ajudar na escolha do melhor produto para tratamento da celulite, Veja pesquisou quais são as empresas que mais vendem cremes do gênero. (Veja, 17 de janeiro 2007, edição 1991, p. 91)

‘Pessoas saudáveis que apelam para o GH com intuito de emagrecer ou rejuvenescer acreditam em uma mentira propagada em academias de ginástica e por médicos charlatões’.



Diz o endocrinologista Alfredo Halpern, professor da Universidade de São Paulo e autor de um trabalho sobre o assunto”. (Veja, 07.02.2007, edição 1994, p.68)

Em segundo lugar dentre as fontes mais citadas nas revistas “Veja” e “Istoé”, estão falas dos pacientes ou usuários de produtos ou serviços de saúde – 24 pessoas mencionadas por Veja e 42 por Istoé. Essas pessoas fazem declarações sobre suas experiências pessoais acerca dos temas tratados, como forma de inserir o leitor no debate e fazer com que o mesmo se identifique com os pacientes ou usuários entrevistados. Nessa perspectiva, tanto “Veja” quanto “Istoé” entrevistou pessoas apenas no contexto brasileiro.

‘Meu tormento era nunca ter certeza de que estava fazendo tudo que podia por minha filha’, diz Maria Júlia, sobre a internação de Sofia. A menina nasceu com um problema cardíaco e morreu com um ano e três meses. (Veja, 27 de junho, 2007, 2014, p. 71)

O carioca Ismar Brasil, 52 anos, por exemplo, nunca mais sentiu as dores lombar e ciática que o atormentavam após uma partida de golfe. A mudança ocorreu depois que ele passou a turbinar seu abdômen lateral com o pilates, ênfase dada para facilitar o movimento de rotação dos quadris. (Istoé, 02 de maio, 2007, p. 56-57).

A estudante Anne Coimbra, de 10 anos, freqüentemente vai para a escola de manhã sem colocar nada na boca. ‘Para que perder tempo comendo em casa? Prefiro dormir até um pouco mais tarde e comer um lanche no recreio’, diz ela. (Veja, 30 de maio, 2007, edição 2010, p.52).

Em terceiro lugar, em ordem decrescente de vozes presentes nos discursos de Veja e Istoé, aparecem os especialistas da área médica. Onde os mais citados como fonte de informação dentro deste segmento foram os cardiologistas, 11 profissionais consultados igualmente em cada revista, totalizando 22 cardiologistas mencionados nas duas revistas.

Uma pesquisa da universidade americana de Harvard, liderada pelo médico Norman Hollenberg, identificou nas sementes do fruto um novo nutriente que pode ser um ótimo protetor do coração. A substância, a epicatequina, responsável pelo amargor no chocolate, eleva os níveis de óxido nítrico no sangue. Isso



leva ao relaxamento dos vasos sanguíneos, melhorando a circulação e protegendo de agressões a parede das artérias. (Istoé, 21.03.2007, edição 1951, p. 79)

As falas dos endocrinologistas e dos neurologistas são as quartas vezes mais presentes nos dois suportes analisados. Endocrinologistas tiveram suas falas publicadas em “Veja” 11 vezes e em Istoé sete vezes, totalizando 18 profissionais dessa área nas duas revistas. Também os neurologistas foram citados nas duas revistas 18 vezes, sendo que em Veja eles são mencionados cinco vezes e em Istoé 13 vezes. Os dermatologistas foram mencionados nas edições de Veja cinco vezes e nas de Istoé é 11 vezes, ficando em quinto lugar entre as vozes mais recorrentes nas duas revistas estudadas.

Ginecologistas e obstetras foram mencionados, igualmente, três vezes em “Veja” e nove vezes “Istoé”. Os representantes das indústrias farmacêuticas foram enunciados, em “Veja”, sete vezes e em “Istoé” quatro vezes. Já os profissionais de nutrição tiveram suas falas publicadas nas matérias tanto de “Veja” como de “Istoé”, cinco vezes em cada revista. Psiquiatras e psicólogos foram equitativamente citados três vezes em “Veja”, enquanto em Istoé foram mencionadas as falas de cinco psiquiatras e quatro psicólogos; oftalmologistas foram enunciados quatro vezes em “Veja” e uma vez em “Istoé”. Os pediatras foram enunciados em “Veja” três vezes e em Istoé duas. Já os oncologistas aparecem igualmente nos discursos de “Veja” e “Istoé” apenas uma vez, enquanto os educadores físicos aparecem três vezes em cada revista. Ortopedista, fisioterapeuta e pneumologista são citados apenas uma vez na revista “Veja” e duas vezes em “Istoé”.

Dentre as áreas tematizadas somente por “Veja”, podemos destacar sete geriatras e quatro cirurgiões plásticos. Já nas áreas abordadas apenas por “Istoé”, verificamos seis geneticistas e um assistente social.

Assim, constatamos uma pluralidade de vozes na emissão das mensagens de saúde enunciadas por ambas as revistas, contemplando o que Mikail Bahktin denominou de polifônia, e que Magalhães corrobora ao afirmar que:

Polifônia é um todo constituído por uma multiplicidade de vozes, em diálogo permanente, internamente (entre si), e externamente, articulando-se com outros discursos, anteriores e posteriores, através da possibilidade de réplica, da característica ativa, aberta a qualquer palavra articulada na relação dialógica. (Magalhães, 2003, p. 43)



Nessa perspectiva verificamos que tanto “Veja” como “Istoé” buscam legitimar seus discursos através das vozes de autoridades das áreas escolhidas para compor as matérias. Observamos que ambas as revistas recorreram às falas de médicos especialistas que, além disso, representem alguma instituição pública ou particular do campo da saúde. Contudo, constatamos que Istoé apresenta um número bem maior de citações dessa categoria quando comparada com “Veja”. Também atentamos para o grande número de vozes oriundas dos diversos tipos de usuários de saúde nas duas editoriais, assim constatamos que a frequência dessas vozes em Istoé é o dobro de “Veja”.

Para Cremilda Medina (2006), o processo de comunicação de sentidos de saúde pode ser visualizado como um triângulo que tem na base dois pólos compostos pela fonte e pelo jornalista, de cuja interação resultará a mensagem que vai atingir, no ápice do triângulo, o destinatário. Poderíamos dizer aqui que essas bases do triângulo a que se refere Medina, se constitui numa das pontas, por médicos, pacientes, instituições, empresas etc., na segunda ponta ela se compõe por jornalistas e na terceira pelos seus destinatários. O que colocaria esses leitores expostos a uma pluralidade de vozes que participam desse processo de produção e circulação de mensagens, que ofertam também, sentidos múltiplos de saúde.

Não podemos desconsiderar, no entanto, o processo de negociação de sentidos dessas mensagens no âmbito da recepção, que ocorre, segundo Martín-Barbero (2002), de forma não passiva e linear, uma vez que o destinatário enquanto sujeito ativo no processo comunicacional possui suas próprias subjetividades e contextos diferentes de recepção.

#### 4 Sentidos ofertados nos discursos de Veja e Istoé

Conforme demonstra o Quadro 3, há prevalência de matérias com sentidos de prevenção de doenças na revista “Veja”, 21 matérias localizadas ofertando esses sentidos, enquanto em “Istoé” percebemos a prevalescência de sentidos de terapia, com 27 matérias propondo tais sentidos. Contudo, constatamos que embora “Veja” priorize a prevenção e “Istoé” a terapia, ambas as revistas oferecem grande destaque para os dois sentidos supracitados.



‘A população precisa ser alertada sobre os perigos dessas toxinas e controlar seu consumo, assim como já controla o de sal e de gorduras *trans*’, diz a geriatra americana Helen Vlassara, principal autora do estudo. (Veja, 30 maio 2007, edição 2010, p. 84)

Os sentidos de terapia foram identificados em 18 matérias de “Veja”, sendo que estes estavam associados a temas como: menstruação e TPM, colesterol, resfriado, saúde dos olhos, famílias de pacientes de UTIs e saúde do coração

Já o sentido mercadológico foi verificado em 12 matérias de “Veja”, sendo que muitos desses estavam fundidos com outros sentidos como o terapêutico, o preventivo e o estético. Conforme demonstra a matéria publicada em “Veja” sobre o tratamento da depressão e o consumo dos medicamentos “Prozac” e “Zoloft”. *“Outra frente importante (esta, sim, comprovada cientificamente) são os antidepressivos da classe dos SSRIs, da qual fazem parte o Prozac e o Zoloft”*. (Veja, 6 de junho de 2007, edição 2001). Os temas contendo esses sentidos em “Veja” foram: anticoncepcionais, menstruação e TPM, comprimido antibarriga, dependência química, doenças cardíacas e técnicas de combate ao envelhecimento, conforme exemplo da revista Veja: *“Pela primeira vez, um medicamento contra pressão alta chega ao topo do ranking de remédios que mais faturam no Brasil”*. (veja 02 de abril, 2007, p. 107).

Sentidos de estética foram encontrados em três matérias de Veja. Esses sentidos se encontraram nas matérias com temas voltados para o rejuvenescimento do corpo, atividades físicas e medicamentos contra a barriga.

Entre as áreas em que já há resultados práticos, desponta um tratamento inovador para o rejuvenescimento da pele. O procedimento começa com uma pequena cirurgia para a retirada da pele de uma região rica em bulbos capilares, em volta dos quais existem muitas células-tronco – aquelas que levam a chave biológica para se transformar em outros tipos de célula do corpo humano. Com tecido e sangue colhidos do paciente, o laboratório prepara uma solução para ser injetada em rugas, cicatrizes ou marcas de acne. (veja, 9 de maio, 2007, edição 2007, p. 80).

Sentido sociológico foi encontrado em apenas uma matéria de “Veja”, conforme sugere a matéria publicada na revista sobre o comercio de órgãos humanos. *“Para evitar que o desespero seja um combustível poderoso nas mãos dos traficantes de*



*órgãos, o governo precisa agir rápido” Não dá para esperar’.* (Veja, 23 de maio, edição 209, 2007, p. 74). Neste trecho percebemos a revista denunciar o comércio ilegal de órgãos humanos e reclama por providências por parte dos setores responsáveis por essas questões, o que confirma o caráter social assumido pela edição.

Diferente daquilo que observamos em “Istoé”, não encontramos qualquer matéria em “Veja” ofertando sentidos pedagógicos, os quais são enunciados geralmente com objetivos de apenas informar o leitor sobre alguma questão relativa ao conhecimento científico oriundo de pesquisas recentes sobre o organismo humano e seu funcionamento. Essas matérias se assemelham aos textos didáticos próprios das ciências biológicas.

Quadro 3 – Sentidos presentes nas narrativas de “Veja” e “Istoé”  
Janeiro a junho, 2007

Sentidos presentes nas matérias de saúde	Frequência	
	Veja	Istoé
Preventivo	21	16
Terapêutico	18	27
Mercadológico	12	15
Estético	3	6
Pedagógico	-	5
Sociológico	1	2

Fonte: dados da pesquisa

Na revista “Istoé”, o sentido terapêutico, localizado com mais frequência, foi verificado em matérias oriundas de entrevistas com profissionais do setor médico e, às vezes, reproduzindo matérias publicadas em revistas científicas nacionais ou internacionais como *Time*, *Science* e outras mencionadas diversas vezes nos textos de “Istoé”. Assim como em “Veja”, as matérias com sentidos de terapia verificadas em Istoé, às vezes apareceram de maneira simultânea e entrecruzada aos sentidos mercadológicos, uma vez que o tratamento de diversas patologias está condicionado ao consumo de medicamentos e/ou serviços médicos que são devidamente identificados seus nomes de mercado. As matérias ofertando sentidos de terapia estão vinculadas, em sua maior parte, a temas como: Famílias de pacientes de UTIs, atividade física, colesterol, saúde do coração, depressão, envelhecimento, câncer, menstruação e TPM, miomas e andropausa.

Na prática ele pode ser a esperada solução para pessoas que estão realmente muito acima do peso e para aqueles que

convivem com alguns quilinhos, situados especialmente no abdome, e convivem com vilões cardiovasculares. Os mais comuns são a diabetes tipo dois, adquirida ao longo da vida, e alterações nos níveis de colesterol e triglicérides, outra das gorduras circulantes no organismo. (Istoé, 02.05.2007, edição 1957, p. 70)

Já o segundo sentido midiático mais recorrente em “Istoé”, foi de prevenção, presente em 16 matérias. Este sentido foi detectado nas matérias com temas sobre o envelhecimento humano, saúde do coração, atividades físicas, vacina e saúde dos olhos.



(Istoé, 23 de maio, 2007. edição 1960, p. 52)

O terceiro sentido mais presente em Istoé foi o mercadológico, localizado em 15 matérias. Os temas que mais ofertaram este sentido foram: bronzeamento da pele, câncer, maternidade, menstruação e TPM, menopausa, andropausa, depressão e envelhecimento humano.

‘As moléculas de gordura seriam oxidadas e eliminadas em maior volume’. Explica Débora Molcelin coordenadora de pesquisa suplementos esportivos da Nutrilatina, uma das empresas que oferecem o produto. (Istoé, 7 de fev. 2007, edição 1945 p.100)

A mais recente alternativa para tratar os sintomas da tensão pré-menstrual (TPM) é o novo contraceptivo oral, chamado Yaz, que será lançado no Brasil até o final deste mês. Trata-se da primeira pílula anticoncepcional que cumpre a função de prevenir a gravidez e, ao mesmo tempo, aliviar o inchaço, que é uma das principais queixas das mulheres que sofrem com a TPM. (Istoé, 25 de abril, 2007, p. 77)

Quanto ao sentido estético, este foi verificado em seis matérias de Istoé, os quais estavam relacionados a temas como, bronzearamento da pele, atividade física, envelhecimento humano e calvície.

Em experimentos com camundongos, Cotsarelis detectou que, ao remover uma pequena área da epiderme (a camada mais superficial da pele), é possível ‘despertar células-tronco’ que têm a capacidade de gerar novos folículos – células responsáveis pelo nascimento de cabelo. A leve ‘descamação’ feita no rato ativou um gene chamado Wnt, essencial para que o cabelo cresça naturalmente, e, uma vez identificado esse gene-chave, bastou ‘alimentá-lo’ com mais proteínas. (Istoé, 30 de maio de 2007, edição 1961, p. 60-61)

Também encontramos cinco matérias ofertando sentidos pedagógicos, que estavam presentes em temas sobre funcionamento de cérebro humano, maternidade e novas técnicas cirúrgicas. Conforme demonstra a matéria de “Istoé” sobre maternidade aos 40 anos. *“Aos 27 anos, a probabilidade de engravidar naturalmente em uma relação sexual começa a cair. E, a partir dos 40, essa chance cai para 5%”*. (Istoé, 18 de abril, 2007, edição 1955, Pág. 70).



(Istoé, 18 de abril, 2007, edição 1955, Pág. 71)

Por fim detectamos em Istoé duas matérias ofertando sentidos sociológicos, uma tematizando as estruturas dos hospitais brasileiros e a outra falando sobre o drama das famílias de pacientes internados em UTIs. Nessas matérias de sentido sociológico, “Istoé” denuncia situações e problemas estruturais no sistema de saúde e cobra soluções dos poderes públicos e outros segmentos envolvidos no setor.



É fundamental haver instrumentos de fiscalização e incentivo’, afirma Susi Martineli, coordenadora de um levantamento concluído recentemente sobre o panorama internacional do segmento feito para o ministério do turismo. (Istoé, 14 de fevereiro, 2007, edição 1946, p. 65)

## 5 Considerações finais

Encerraremos nossas discussões afirmando que a maior parte das matérias de “Veja” se destina aos leitores que buscam informações sobre a manutenção da saúde e prevenção de patologias. “Veja”, não editou matérias sobre saúde de maneira constante tanto no que diz respeito às denominações das seções, como na periodicidade das publicações. As informações sobre saúde em “Veja” foram encontradas em seções denominadas de “Comportamento”, “Saúde”, “Medicina”, “Guia veja”. Também, “Veja” excluiu esta temática de algumas edições constituintes da amostra, o que não ocorreu em “Istoé”, já que esta revista mantém uma seção permanente para noticiar as questões da saúde. Além disso, vimos que Istoé dedicou na maioria de suas edições, um número maior de páginas para o tratamento dos temas em relação a Veja;

“Veja” demonstrou se dirigir a um leitor com considerável grau de escolaridade, com hábitos urbanos, que possui conhecimentos gerais abrangentes e que busca qualidade de vida e longevidade. Já Istoé parece construir uma imagem de seu leitor, também com hábitos urbanos, que procura se prevenir de doenças, mas que antes de tudo busca informações acerca de medicamentos e recursos de combate a diversas patologias. Assim, doenças como dengue, depressão, câncer e colesterol são tratados com maior frequência por “Istoé”.

“Veja” buscou ouvir diretamente autoridades internacionais do setor da saúde, deixando isto explícito em seus textos. Enquanto “Istoé”, às vezes, recorre a artigos científicos publicados em revistas internacionais conceituadas, ao mesmo tempo em que realiza entrevistas com autoridades e especialistas brasileiros. Porém, tanto “Veja” como “Istoé” priorizam vozes oriundas do campo institucional nacional e mundial e vozes de pacientes que relatam suas experiências pessoais para falar das questões da saúde. Neste aspecto, “Istoé” apresentou quase o dobro do número de vozes de representantes de instituições e de pacientes/usuários que o enunciado nos discursos de Veja. Também, Istoé apresentou o dobro do número de vozes de médicos neurologistas e dermatologistas presentes em “Veja”.



Contextualizando aquilo que Cremilda Medina fala sobre as pautas de saúde nas mídias, quando diz que os avanços da medicina também chamam a atenção do leitor preocupado com saúde, e não com doença. Para a autora, há um grupo de doentes (reais ou imaginários) que querem saber “tudo” a respeito de uma condição patológica qualquer, seja por serem portadores dela ou por temerem vir a sofrer dela. Para a autora, contrariando as aparências, este é o menor contingente dos potenciais consumidores de informação médica.

Frente a isso, resta-nos buscar respostas mais consistentes e próximas da instância dos leitores ou destinatários dessas mídias acerca de suas necessidades e interesses dentro das pautas de saúde nas mídias impressas. Considerar suas subjetividades, realidades e contextos de vida são elementos importantes para podermos fazer uma leitura menos imaginária e mais concreta desses sujeitos participantes do processo de comunicação que está cada vez presente nesses novos espaços de prevenir, de curar, de vender, de comprar, de ensinar e aprender e de socializar as questões da saúde.

#### Referências bibliográficas

AUTHIER-REVUZ, Jackeline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Cadernos de Estudos de Lingüística, Campinas*, n. 19, p. 25-42, jul./dez. 1990.

MAGALHÃES, Laerte. “Veja”, Isto é, leia: produção e disputas de sentido na mídia. Teresina: UFPI, 2003. 158 p.

MEDINA, Cremilda. O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.

PINTO, Milton José. Comunicação & discurso. *Introdução à análise de discursos*. São Paulo: Hacker, 1999. 105 p.

RODRIGUES, Janete de P. Estratégias midiáticas na construção de sentidos de Saúde: enunciações sobre exercícios físicos na Revista “Istoé”. *Comsaúde. Unisinos, S Leopoldo/RS*. 2005.

VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: UNISINOS, 2004. 286p.