



As Novas Descobertas da Medicina em Veja e Época¹

Layanna Maiara CARDOSO²

Lígia MELO³

Rodolfo RIBEIRO⁴

Paulo Fernando de Carvalho LOPES⁵

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar a seção saúde das revistas Veja e Época, quando referidas ao tema “novas descobertas da medicina”. Com base na Análise do Discurso e nos seus importantes conceitos como a enunciação e o contrato de leitura, busca-se saber como cada suporte constrói a supracitada temática, qual a imagem que cada publicação tem de si e do seu leitor, assim como se dá a construção dessa relação suporte – leitor (enunciador – destinatário).

Palavras-chave: descobertas; medicina; revista

1 INTRODUÇÃO

O conceito de saúde era anteriormente entendido como o estado de ausência de doenças, com o foco das atenções na patologia em si. Esse primeiro conceito baseia-se na concepção da fisiologia de que a doença seria o resultado da ação de agentes internos ou externos ao organismo.

Em conseqüência disso, o objetivo da classe médica e dos pesquisadores de medicina era o controle da evolução da mesma e o retorno ao estado de não doença, que seria, portanto, a saúde. No entanto, esse quadro começou a mudar com o desenvolvimento de novas habilidades e conhecimentos, segmentando a medicina e dando espaço para a ação de outros profissionais de saúde. Surge então, a noção de sistema de saúde, com a atividade hospitalar sendo somada à atividade ambulatorial, e os aspectos psicológicos e sociais foram igualmente reconhecidos como causas de doenças, fazendo com que a noção de saúde se estendesse para o estado de bem-estar físico, mental e social.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: layannamaiara@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: ligiasmelo@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: rodolph.ribeiro@gmail.com

⁵ Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da UFPI, email: pafecalo@ufpi.br



Essa mudança de visão criou uma nova dimensão social. O indivíduo passou a ter direito a condições dignas de vida, que deveriam ser garantidas não só pelo Estado, pelo médico e por outros profissionais de saúde, mas também pelos próprios cidadãos. A saúde passou a ser um processo de cidadania, consequência de ações realizadas em toda a sociedade.

Quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi criada, após o fim da Segunda Guerra Mundial, essa visão foi incorporada. A OMS foi a primeira organização internacional de saúde a considerar-se responsável pela saúde mental, e não apenas pela saúde do corpo, herança da devastação causada pela guerra e do otimismo em relação à paz mundial. Entretanto, essa definição de saúde é considerada inatingível e não pode ser usada como meta pelos serviços de saúde. Por outro lado, é útil a partir do momento em que dá liberdade necessária para ações em todos os níveis da organização social.

Baseado em indicadores de saúde e variáveis socioeconômicas como escolaridade, Produto Interno Bruto *per capita* e previsões de desenvolvimento das nações, um novo relatório da OMS, publicado no periódico *PLoS Medicine*, editado pela Public Library of Science, aponta os principais vilões da saúde nos próximos 25 anos. Em 2030, as três principais causas de morte no mundo deverão ser: infarto (13,4% do total de óbitos), derrame cerebral (10,6%) e AIDS (8,9%). Porém, o principal vilão nos países em desenvolvimento, como o Brasil, será o derrame cerebral (que já é a principal causa de morte no país).

As mortes provocadas por doenças infecciosas como tuberculose e malária tendem a diminuir. Mas os óbitos por AIDS irão aumentar, passando a corresponder a metade dos mortos pelo cigarro (de 2,8 milhões em 2002 para 6,5 milhões em 2030). A doença pulmonar obstrutiva crônica (DPOC), provocada pelo tabagismo, continuará entre as cinco principais causas de morte.

As doenças cardiovasculares já são a principal causa de morte no mundo, seguidas de infecções respiratórias, diarreia, AIDS, tuberculose, câncer de pulmão e acidentes de trânsito. Nos países pobres, matam mais as infecções e doenças parasitárias, assim como a diarreia. Em 2030, a OMS aponta como principais ladrões de vida produtiva a AIDS e a depressão. Para a organização, não há dúvida de que a informalidade do trabalho, a violência e as relações sociais esgarçadas vão provocar uma epidemia de depressão. No mundo, menos de 25% dos afetados pela doença recebem tratamento.



Essa preocupação da OMS com os males causados por fatores sociais é, de fato, importante, uma vez que o bem-estar social do ser humano na modernidade tende a sofrer sérias ameaças. E é preciso salientar também que muitas das enfermidades decorrentes de um cenário social desgastado podem desencadear outras doenças, causando assim, um número bem maior de mortes.

Considerando que o conceito de saúde não resultado apenas do ponto de vista da fisiologia, mas que também considera os fatores sociais, pode-se inferir que, assim como a saúde é o equilíbrio diante os agravos do meio ambiente, ela também deve ser preservada através de um equilíbrio no modo de viver da sociedade, já que o indivíduo está inserido nesse meio social.

Partindo-se da conceituação de revista como um veículo periódico de comunicação que traz os fatos mais importantes segundo sua linha editorial e que interessem ao leitor, e que este escolhe o veículo de sua preferência a partir das marcas de identificação ou aproximação que o suporte de imprensa institui com o mesmo, o presente trabalho apresenta uma análise de como as duas maiores revistas de circulação nacional, *Veja* e *Época*, trabalham o tema ‘novas descobertas da medicina’, buscando-se, num primeiro momento, saber a imagem que cada enunciador tem de si e do tu, ou seja, à quem se fala.

2 METODOLOGIA

Para a análise do tema ‘novas descobertas na medicina’ nas revistas *Veja* e *Época* foi tomada como corpus o período de 2004 – 2008 e as edições que traziam na capa referência ao assunto. A Análise do Discurso foi base para a identificação da relação suporte – leitor, assim como a imagem que cada publicação tem de si mesma e de seu destinatário.

A Análise de Discurso (AD) nasceu na França, na década de 1960, criada por um grupo de intelectuais comunistas que tinham como objetivo humanizar as interpretações dos textos e da história, até então predominantemente influenciadas por explicações religiosas. Michel Foucault foi um dos principais teóricos da AD e desenvolveu os conceitos de poder, formação discursivas, palavra autorizada, entre outros.



Os conceitos mais utilizados da AD para análise dos suportes foram: enunciação, contrato de leitura e heterogeneidades enunciativas.

A teoria de enunciação foi desenvolvida por Emile Benveniste e consiste em colocar a língua em funcionamento por um ato individual de utilização. Benveniste afirma que dentro da nossa fala já está implícita a presença de um interlocutor. De modo mais simples, o ato enunciativo define a imagem de quem enuncia (o eu), como a imagem a quem se dirige o enunciado (o tu). É ainda de Benveniste a distinção entre sujeito da enunciação e sujeito do enunciado.

Baseando-se na classificação de Inesita Araújo (1995) quanto aos sujeitos que constituem o discurso, pode-se afirmar que: sujeito da enunciação é a imagem daquele que se apresenta como o emissor, o eu. O sujeito do enunciado (o mesmo que “sujeito falado”, de Milton José Pinto) é a imagem daquele a quem se fala, o tu. Araújo acrescenta também a categoria dos enunciadores, proposta por Ducrot, para nomear os personagens que aparecem no texto e são usados pelo emissor para compor e legitimar sua imagem.

Num discurso, as modalidades do dizer constroem o que Foucault chama de dispositivo de enunciação. Termo que nomeia a forma particular pelas quais os vários sujeitos se organizam e dialogam nos discursos, este dispositivo contempla: a imagem de quem fala (o enunciador); a imagem daquele a quem se fala (o destinatário) e, por último, a relação entre eles, um nexos entre os dois que Eliseo Verón denomina como contrato de leitura.

Os dispositivos de enunciação perpassam todo o discurso, deixando marcas para que o receptor se sinta reconhecido e possa participar da negociação de sentido com o emissor. Num suporte de imprensa escrita essas marcas estão presentes na organização textual: cores, imagens, diagramação, texto escrito; no formato do material e na forma de circulação do suporte; bem como nos enunciadores escolhidos.

Para Verón, todo suporte tem seu dispositivo de enunciação, a que ele chama contrato de leitura. O contrato de leitura é um vínculo que o veículo de imprensa cria com seu leitor e através de seu estudo se percebem as especificidades de cada publicação e como elas se destacam uma das outras para conquistar um mesmo público.

Na capa de um suporte de imprensa podem-se encontrar diferentes modalidades de enunciação, tanto de ordem textual, como de imagens. Dos tipos de discursos que localizados nos títulos temos: discurso verdadeiro e o discurso pedagógico.



No discurso verdadeiro, o enunciador não interpela seu destinatário diretamente, mas não dissimula suas intenções. Bem diferente do discurso pedagógico caracterizado por um enunciador que hierarquiza o universo do discurso na intenção de guiar o leitor, explicar e informar, numa relação de dependência do destinatário para com o emissor.

A cada enunciação o enunciador é tomado por uma manifestação de diversas vozes. É o que Bakhtin denomina como polifonia: cada fala é palco de expressão de uma multiplicidade de vozes, algumas intencionalmente postuladas pelo locutor e outras que ele nem se dá conta (ARAÚJO, 1995).

Jackeline Authier-Revuz propôs o termo “heterogeneidade enunciativa” para também se referir à polifonia. No entanto, faz uma divisão nessa categoria, distinguindo entre heterogeneidade constitutiva e mostrada. A constitutiva designa as vozes implícitas no discurso, aquelas originadas da cultura e da história. A mostrada seriam as vozes explícitas de um discurso e são manifestadas pelo uso das aspas, do itálico (AUTHIER-REVUZ, 1990).

3 CONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS

3.1 Veja

Todo suporte de imprensa utiliza-se de estratégias para chamar a atenção do seu leitor e diferenciar-se dos seus concorrentes.

Veja é maior revista informativa de circulação nacional do país. Publicada pela Editora Abril desde 1968, aborda assuntos de política, comportamento, internacional, saúde, tecnologia, cinema, livros, televisão, música. Sua tiragem é de aproximadamente 1,2 milhão de exemplares. Cada edição de Veja circula com uma média de 120 páginas e 16 seções fixas: charge, entrevista, ponto de vista, cartas, colunas, geral, artes e espetáculos, e outras. É na seção geral que são publicadas as reportagens com as rubricas de saúde e medicina. Estas não são fixas, mas observa-se certa regularidade em que são publicadas.

O corpus de análise foi o período 2004 a 2008 compreendendo 20 revistas cuja capa trazia referência ao tema: novas técnicas e descobertas na área de medicina. Partindo da capa até o texto das matérias buscou-se desconstruir cada etapa do processo de enunciação do referido suporte: 1) a imagem de si; 2) imagem que suporte faz do leitor; 3) relação entre suporte e leitor, o contrato de leitura.

A imagem de Veja é de um enunciador que apresenta um discurso verdadeiro e pedagógico. Seu discurso é verdadeiro porque não direciona o que diz – produz informações sobre um registro impessoal, e nem interpela seu destinatário. O contrato de leitura é marcado pela distância entre o enunciador e o destinatário. A presença de quadros informativos, boxes, infográficos, além de uma preocupação excessiva por explicar os processos das novas descobertas da medicina marcam um enunciador pedagógico. É pedagógico porque Veja instaura uma relação de dependência do destinatário para com o emissor.

O suporte posiciona-se como entusiasta da revolução da medicina, valorizando em seus textos o discurso científico. Para a publicação, só a ciência pode explicar e combater os males da sociedade moderna, tais como câncer, diabetes, Alzheimer e Parkinson, que ganham notoriedade nas suas capas. A edição 1846, 24 de Março de 2004, desenha um quadro nas quais essas doenças estão sendo tratadas por células-tronco. Na foto da capa dois bebês gêmeos estão entre uma célula embrionária. O título: “Estes bebês são pioneiros... de uma revolução da medicina. Ao nascer, eles tiveram armazenadas células-tronco, terapia que já está sendo usada para tratar doenças como DIABETES, INFARTO, DERRAME, ALZHEIMER, PARKINSON, ESCLEROSE MÚLTIPLA”. Na legenda da foto está: “Os gêmeos Adriana e Luigi, de 8 meses, filhos da atriz Luiza Tomé.”

O suporte é extremamente otimista com o futuro das pesquisas com células-tronco de embriões humanos chegando a chamá-las de “células da esperança”. No entanto, Veja silencia as vozes contrárias a esse tipo de pesquisa e ainda minimiza o risco do uso dessas células apresentando dados promissores das últimas pesquisas científicas. Para a revista, o risco, na verdade, está na pressão de religiosos que tentam barrar as pesquisas com o uso de células embrionárias humanas, tanto no Brasil como no mundo, e que também não são ouvidos.

O enunciador Veja cita obras e trabalhos artístico com familiaridade, apelando para quadros e esculturas famosas para construir seu discurso, como na edição 1932 (23 de novembro de 2005). A imagem que ilustra a capa é uma paráfrase da famosa pintura de Michelangelo “A Criação de Adão”, da Capela Sistina, onde uma “mão divina”, neste caso uma mão com luva cirúrgica e envolta por uma luz esverdeada (e da mesma cor que o nome Veja, logo acima da figura), toca o dedo (nesse ponto a luz esverdeada se torna forte) de um homem. Logo abaixo da imagem temos o título “Tratamentos com células-tronco no Brasil” e o subtítulo “A medicina que faz milagres”.



O suporte utiliza-se desse recurso porque considera que o seu interlocutor tem cultura e é informado. O leitor de *Veja* é de alta escolaridade, de classe média e com poder aquisitivo para se beneficiar das novas descobertas da medicina trazidas pela publicação. Apesar disso, *Veja* instaura uma relação de dependência do leitor para com a revista que pode ser resumido por meio do slogan publicitário: “*Veja* indispensável para você”. “Você indispensável para *Veja*”.

A presença da heterogeneidade constitutiva (entrelaçamento de uma pluralidade de citações emigradas de outros textos - Authier Revuz) e mostrada (manifestação explícita de uma multiplicidade de vozes; ex: discurso direto, aspas das pessoas entrevistadas, dos cientistas) é recorrente na publicação. A revista apóia-se bastante em publicações científicas internacionais, sempre citando alguma delas nas matérias (uso de heterogeneidade constitutiva), além das falas de cientistas internacionais, pacientes, e especialistas.

Em *Veja*, as doenças associadas a estilos de vida de países ricos e aos hábitos da vida moderna, como a má alimentação, sedentarismo ou ao aumento da longevidade das pessoas, possuem destaque. São doenças físicas, em sua maioria, como diabetes, Alzheimer, câncer e doenças do coração. Já as doenças psíquicas, como depressão e stress, são pouco recorrentes. Moléstias relacionadas à pobreza ou países tropicais, como malária e febre amarela, nem são mencionadas.

Por outro lado, o enunciador também valoriza o uso de remédios como solução milagrosa para as doenças silenciando em seu discurso tratamentos alternativos, como terapias. Mesmo em matérias sobre o vício (edição 2009, 23 de maio de 2007), por exemplo, a revista elenca o que existe de medicamento para combater o vício em cigarro, álcool e outras drogas.

3.2 Época

A Revista *Época* é uma das maiores revistas semanais do Brasil. Publicada desde 1998 pela Editora Globo, possui estilo baseado na revista alemã *Focus*, que valoriza a qualidade de imagem e apresentação gráfica das reportagens. Suas matérias trazem muitos hipertextos, textos curtos, infográficos e uma linguagem quase não-linear. De acordo com a ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas), tem circulação média estimada em aproximadamente 420 mil exemplares.

Época possui aproximadamente 130 páginas e 9 editorias, a saber: Primeiro Plano, Brasil, Negócios & Carreira, Ciência & Tecnologia, Sociedade, Saúde & Bem-estar, Mundo, Vida Útil e Mente Aberta. Quando se trata de reportagens sobre novas descobertas da medicina, tema analisado nessa pesquisa, é comum que as mesmas sejam publicadas sob a rubrica “Saúde” (ou “Saúde & Bem-estar”). Podem aparecer também como “Reportagem de Capa” ou “Especial”, sendo a rubrica “Medicina” a menos comum (apenas 2 das 25 revistas utilizaram essa denominação).

A análise mostra que o enunciador “Época” está constantemente voltando sua atenção às novidades em vários campos da medicina (tratamentos e remédios) e leva ao seu leitor essas descobertas. Percebe-se que este é um tema do qual a revista está sempre lançando mão e é possível afirmar que o mesmo é de contínuo interesse de seu público. Analisando as capas do período 2004 – 2008, nota-se que doenças cardiovasculares, câncer e depressão são os assuntos mais recorrentes. Mas ainda há espaço para terapias alternativas (ioga e meditação), além de dietas e cirurgia plástica. Ou seja, para Época, o leitor não se preocupa apenas em vencer doenças: é importante também melhorar sua qualidade de vida e auto-estima. A própria revista se mostra entusiasta dessas descobertas, sem também demonstrar preferência por tratamentos alternativos ou por outros à base de remédios. Pode-se encontrar como assunto principal da matéria tanto a substituição de antidepressivos pela meditação, quanto novos remédios contra doenças como câncer, AIDS e diabetes.

Em relação às capas, é comum ilustrar o assunto principal com fotos de pessoas. Das 25 revistas analisadas, apenas 5 não trazem esse tipo de ilustração. É importante salientar que a Revista costuma utilizar o recurso de destacar a idéia central do título, seja por meio da utilização de cores diferentes ou simplesmente pelo uso de uma fonte maior.

O texto da Revista é rico em informações sobre doenças e novos tratamentos, mas seu leitor não é leigo em questões de medicina. Ao mesmo tempo em que a revista dedica boa parte das suas páginas a infográficos que detalham as causas de uma doença, seus mecanismos e como funciona o tratamento contra elas, omite explicações sobre termos mais conhecidos, ao que se pode afirmar que, para a leitura do texto, são necessários cultura e conhecimento prévio (heterogeneidade constitutiva). Mesmo com explicações detalhadas nos boxes (baseados em informações de renomados especialistas, quase sempre do exterior, o que indica um contrato de leitura no qual o enunciador fala a verdade), existem casos em que a doença vem explicada com clareza



durante o texto. O tom das matérias é predominantemente impessoal, sem intimidades, e raramente há uma comunicação direta com o leitor. O mais comum, nesses casos, é que o mesmo seja questionado por meio de testes ou quando há um box com sugestões para se proteger de uma doença, por exemplo. Pode-se, então, dizer que o discurso de *Época* é pedagógico.

As reportagens estudadas primam pela riqueza de infográficos e boxes, característica marcante, aliás, da Revista como um todo. Além de explicações detalhadas e informações adicionais sobre o tema proposto, esses boxes podem apresentar pequenas entrevistas, dicas para o leitor e testes para que o mesmo avalie sua condição em relação a determinado assunto. Além disso, tanto nas matérias quanto nos boxes, o uso da fala de especialistas conceituados do assunto tratado (heterogeneidade mostrada) é constante.

Essa busca de informações com importantes especialistas faz com que, em algumas ocasiões, o repórter designado para escrever a reportagem seja enviado para fora do país, de modo que ele possa cobrir congressos como o da Associação Americana de Psiquiatria, em Nova York, que serviu de base para a matéria intitulada “O arsenal do bem-estar”, da edição 312, de 10 de maio de 2004. Na ocasião, além das falas de médicos na matéria, foi publicada uma entrevista com David Servan Schreiber, identificado como um “conceituado neuropsiquiatra francês” que “fez doutorado sob a orientação do prêmio Nobel Herbert Simon e de James McClelland, pioneiro da teoria de rede de neurônios”.

O leitor da Revista *Época* é de classe média e escolarizado, mas não necessariamente com alto poder aquisitivo. Na edição 363 (2 de maio de 2005), por exemplo, a matéria de capa intitula-se “Super-remédios para quem?”. Tal pergunta é respondida logo no início do texto:

“os mais importantes congressos médicos internacionais têm revelado o surgimento de uma terceira medicina, baseada em drogas altamente inovadoras, eficazes e com poucos efeitos colaterais – porém, acessíveis somente aos muito ricos. Para ter acesso a elas, o cidadão comum tem poucas opções: exigi-las da saúde pública, por meio de processos na Justiça, ou buscé-las através de estudos clínicos nas instituições de ponta”.

Portanto, pode-se dizer que *Época* considera seu público composto principalmente pelo que a mesma chama de “cidadão comum”, e não por “muito ricos”.



Tendo em vista esse fato, nas páginas seguintes da matéria em questão, um box explica como ter acesso a essas opções de tratamento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que as duas publicações disputam o mesmo público, mas se utilizam de artifícios diferentes para conquistá-lo. Os periódicos procuram abordar a temática “novas descobertas na medicina” de formas diferentes e possuem níveis distintos de proximidade com seus leitores.

O público-alvo das revistas possui um nível de escolaridade alto e é capaz de assimilar e compreender os termos científicos e desdobramentos de certas doenças.

Tanto *Época* como *Veja* disputam um leitor de classe média e escolarizado, utilizando-se de diferentes estratégias, seja por uma diagramação com mais gráficos e pelo constante uso de testes, como em *Época*; seja pela presença de renomados especialistas para dar mais autoridade ao seu discurso, como em *Veja*.

Veja, em particular, baseia-se em falas de especialistas para comprovar a veracidade e credibilidade do discurso que ela profere. A sua linguagem é mais formal e marcada por um distanciamento com o leitor. *Época* também faz uso da fala de especialistas, principalmente em boxes. Seu grande diferencial em relação a *Veja* se refere a não preferência por tratamentos à base de remédios: a revista costuma dar voz também às terapias alternativas.

Quanto ao tema “novas descobertas na medicina”, o suporte *Veja* é entusiasta da revolução científica. Para a publicação só a ciência pode explicar e combater os males da sociedade moderna, tais como câncer, diabetes, Alzheimer e Parkinson. Dessa forma, as descobertas de novos remédios para cura dessas doenças merecem mais destaques do que os tratamentos alternativos.

A revista *Época* também se mostra otimista em relação às novas descobertas da medicina e preocupa-se com as mesmas doenças trazidas por *Veja*, porém com uma abordagem diferente. Enquanto *Veja* traz para seus leitores a última novidade em remédios para combater a depressão, por exemplo, *Época* procura mostrar novos estudos sobre os benefícios de um tratamento alternativo.



5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Inesita Soares. O olhar semiológico. In: *A reconversão do olhar*. (Dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: ECO-UFRJ, 1995. 286p.

AUTHIER-REVUZ, Jackeline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Cadernos de Estudos de Lingüística*, Campinas, 1990.

EFE. *OMS: Doenças cardiovasculares são principal causa de morte no mundo*. EFE, Genebra, 2008. Disponível em <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL838414-5602,00-OMS+DOENCAS+CARDIOVASCULARES+SAO+PRINCIPAL+CAUSA+DE+MORTE+NO+MUNDO.html>>. Acesso em 07 abr 2009.

MARTINS, Ignez Salas. *Saúde e Constituinte*. Revista de Saúde Pública, São Paulo, 1986. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89101986000400011>. Acesso em 03 abr 2009.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker, 2002.

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