Sampaio C, Ramos JP, Maciel IME. Representação social da odontologia segundo a mídia – aspectos a serem discutidos. Univ. Cid. São Paulo 2019 abr-jun; 31(2): 187-93

ISSN 1983-5183

REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA ODONTOLOGIA SEGUNDO A MÍDIA – ASPECTOS A SEREM DISCUTIDOS

SOCIAL REPRESENTATION OF DENTISTRY ACCORDING TO THE MEDIA – ASPECTS TO BE DISCUSSED

Caio SAMPAIO[1]

Juliana Penariol RAMOS[2]

Ivana Maria Esteves MACIEL[3]

RESUMO

A área odontológica vem sendo abordada constantemente pela mídia, seja direta ou indiretamente, e isso é esperado, considerando-se que a odontologia não foge do contexto social. O fato é como e quais informações os veículos de comunicação vêm emitindo, e também como a sociedade vem absorvendo essas informações. Considerando esses fatores, o presente estudo traz uma revisão de literatura que objetivou agregar os pontos de representatividade social da odontologia sob a visão da mídia, além de identificar possíveis resultados desta abordagem para o contexto social da profissão odontológica e consequências sobre a perspectiva de promoção de saúde e relação profissional-paciente. Esta revisão constatou que a veiculação pela mídia de elementos relacionados à odontologia necessita de vários avanços, visto que os paradigmas que tangem a imagem do profissional odontológico acarreta danos no cenário de promoção de saúde bucal, sendo desfavorável tanto para a sociedade quanto para a classe odontológica.

DESCRITORES: ODONTOLOGIA; CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE; SOCIOLOGIA MÉDICA.

ABSTRACT

The dental field has been constantly approached by the media, either directly or indirectly, and this is normal considering that dentistry does not escape from the social context. The fact is how and what information the media has been sending and how society has been absorbing this information. Considering these factors, this study is a review of literature that aims to aggregate aspects of social representation of dentistry under the media's vision, as well as to identify possible results of this approach to the social context of dentistry and consequences on health promotion perspective and professional-patient relationship. The study found that the media usage of elements oriented to dentistry needs several advances, once that the paradigms that touch the image of the dental professional entail damages in the oral health promotion scene, being unfavorable for both society and the dental community.

DESCRIPTORS: DENTISTRY; SCIENCE, TECHNOLOGY AND SOCIETY; SOCIOLOGY, MEDICAL.

1 Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Odontologia, Departamento de Odontologia Infantil e Social, Araçatuba – SP.

2 Consultório Particular, Jundiaí – SP.

3 Centro Universitário de Santa Fé do Sul (UNIFUNEC), Disciplina de Odontologia Preventiva e Social, Santa Fé do Sul – SP.

ISSN 1983-5183

INTRODUÇÃO

Cada vez mais consagrada é a relação entre a mídia e assuntos relevantes como vida social, imersões culturais, padrões estéticos, aspectos profissionais, além de sua grande influência sobre visão financeira e *status* social que determinadas profissões podem proporcionar. Sendo assim, a área da saúde não foge à regra[1]; quando o assunto é saúde bucal, os veículos de comunicação influenciam sistematicamente a população, o que inclui os próprios cirurgiões-dentistas e demais profissionais do âmbito odontológico. O que tem que ser cuidadosamente ponderado é o curso que tomam essas informações, ou seja, quais mensagens são passadas sobre a profissão e consequências no cenário da saúde que devem ser ou não atribuídas à mídia.

Estudos relatam várias abordagens que relacionam a representatividade social do cirurgião-dentista com alguns estereótipos, associando-o com a dor e com o alto custo dos tratamentos[2]. Em acréscimo, a literatura ainda descreve a odontologia como uma profissão pouco citada pelas crianças quando questionadas sobre sua possível carreira profissional. O que poderia justificar os achados supramencionados seria o estigma da "dor de dente" carregado por esta ocupação, associando-a com o perfil cruento que acarreta a dor. Em contrapartida, existem também correntes que propagam a ideia da odontologia como uma profissão de sucesso, de carreira promissora, detentora de alto *status* social, em especial, o profissional liberal[3].

O fato é que todo o contexto abordado está relacionado com a imagem que os veículos fazem e disseminam sobre o cirurgião-dentista. Independentemente de suas motivações, sejam elas *marketing* ou motivos secundários, é comprovada a contribuição negativa dessas condutas para com projetos de promoção de saúde e de identificação de doenças em estágios precoces, visto que todos esses estigmas afastam a população do contato mais amplo com o profissional[4].

Tendo em vista os aspectos supracitados, esta revisão de literatura propôs evidenciar abordagens adotadas pela mídia no que diz respeito ao perfil social do cirurgião-dentista, além de identificar possíveis consequências acarretadas por essas conjunturas. Para tanto, o artigo apresenta estudos relacionados à formação da identidade odontológica contemporânea, bem como elementos inerentes à mídia considerados gatilhos para a formação desses perfis, além de possíveis resultados de padrões desencadeados pela interferência dos veículos de comunicação na ciência, na prática odontológica e na saúde em geral.

A MÍDIA

Segundo o dicionário Aurélio[5], a mídia pode ser definida como: "sf. Qualquer suporte de difusão de informações (rádio, televisão, imprensa escrita, livro, computador, videocassete, satélite de comunicações etc.) que constitua simultaneamente um meio de expressão e um intermediário capaz de transmitir uma mensagem a um grupo; meios de comunicação, comunicação de massa [...]"

Quando um indivíduo se encontra diante de uma dúvida, certamente ele recorrerá a algum veículo de comunicação[6, 7]; sendo assim, esses meios possuem grande influência no que se refere a determinação de pensamentos e comportamentos individuais[1]. O passar do tempo evidenciou a importância que esses elementos possuem no cenário atual, levando em conta a realidade na propagação de informação, dando ênfase especial nas mídias virtuais que são, evidentemente, algumas das maiores responsáveis pela divulgação de ideias. Ademais, a comunicação em massa detém um papel muito amplo no contexto

ISSN 1983-5183

educativo, dispondo de informações imprescindíveis relacionadas a diversos fatores, incluindo a saúde bucal[8].

Os editores e produtores de informações procuram ao máximo emiti-las de modo que o público-alvo seja atingido eficazmente, propiciando uma avaliação mais acurada da realidade, ressaltando sistematicamente os detalhes de maior interesse do receptador, o que por vezes poderia acarretar vieses de percepção da realidade, influenciando de maneira relevante nossas prioridades e ações[9]. Segundo Ribeiro *et al*.[10] (2010), os motivos de noticiarem determinados informes desta ou daquela maneira estão diretamente ligados ao interesse do destinador sobre qual sentimento querem despertar no público a partir da publicação. Essa característica envolve todos os meios de comunicação, incluindo jornais, cinema, telenovelas, a programação da televisão e as propagandas em geral.

MÍDIA E CIÊNCIA – DISCUTINDO RELAÇÕES

Percebe-se facilmente que o caminho mais simples para a divulgação de tudo aquilo que necessita grande alcance é por meio da mídia; portanto, a melhor via de divulgação científica para o grande público é por meio dos veículos de comunicação de massa[11]. Em contrapartida, o que muito preocupa os cientistas é a relação credibilidade/absorção-pública que a mídia pode conferir ao assunto, preocupação natural, considerando-se a diferença "ideológica" entre as duas "entidades". Enquanto a ciência conta com uma complexidade metódica, precisão e importante necessidade de comprovação, a mídia é detentora de uma simplicidade e, principalmente, apelo, o que poderia acarretar conflitos hermenêuticos, sendo a linguagem um grande impasse entre esses dois polos, amiúde. Os cientistas acreditam que a linguagem e os termos devem ser empregados com considerável complexidade, levando-os a pensarem que um linguajar simples, de longo alcance, emitido para diferentes realidades culturais, talvez não reflita a ciência rigorosamente da maneira que ela requer[11].

Vilas Boas[11] (2010) ainda exemplifica esse choque cultural entre mídia/ciência/absorção-popular através do caso da vaca louca, que arruinou dezenas de criadores de gado na Europa na década de 1990. Segundo o autor, um comitê de cientistas europeus, analisando as evidências relacionadas ao risco de desenvolvimento da doença de Creutzfeldt-Jakob (doença da vaca louca) através do consumo de carne bovina, concluiu que os dados não eram suficientes para gerar preocupação. Em contrapartida, outros cientistas consideraram que seria possível que doença fosse transmitida ao homem através do consumo da carne vermelha contaminada, logo, estes resolveram tornar público seu receio. Como a mensagem era complexa, a mídia precisava alertar os espectadores para o problema, optando então pela simplificação. No dia seguinte, jornais e tabloides estampavam em suas manchetes e notícias impactantes como: "Quem comer carne pode morrer". Em suma, o resultado desta questão foi: um aumento significativo de consumo de carnes de frango e peixe, além de uma adesão considerável ao vegetarianismo. Tal fato ilustrou claramente a complexidade da relação entre mídia/ciência/público, evidenciando a necessidade de uma solução para a disseminação e absorção de informação no que tange esses fatores.

MÍDIA E ODONTOLOGIA – ESTABELECENDO ESTEREÓTIPOS

Vários estudos abordam a relação entre a mídia e os seus desvios de potencial educativo e formativo, principalmente quando o assunto é saúde bucal ou promoção de saúde. Entre os seus resultados destacam-se: geração de padrões consumistas e alienados, além da persuasão quanto ao padrão estético ideal do sorriso[12, 13].

ISSN 1983-5183

É importante ressaltar que, apesar de seu caráter educativo, as informações emitidas pela mídia chegam até a população, muitas vezes, de maneira mediada[8], sendo assim, seria ponderoso compreender os motivos que levariam esses informes de extrema importância a se tornarem produtos. Uma hipótese para responder a essa questão seria que a saúde bucal dispõe de um bom potencial de venda; além disso, estimulam o consumo de outras mercadorias, bens e serviços[1]; deste modo as matérias que abordam o cenário odontológico estão, frequentemente, vinculadas às vendas.

Segundo Emmerich e Castiel[14] (2009), a mídia, em especial a internet, tem participação primordial na prática odontológica no Brasil, e vem influenciando diretamente nesse processo de transformar o seu objeto em mercadoria. De acordo com os autores, diariamente, estímulos variados são lançados na tentativa de atender aos anseios estéticos dos consumidores voltados para a área da medicina estética. Esse marketing é controlado por profissionais, visando ao lucro e ao componente médico-odontológico-industrial, formado por megaindústrias que, em grande parte, utilizam-se de propagandas, nem sempre verídicas, com resultados duvidosos, que estão adentrando em todos os cenários odontológicos em busca de mercado e chamando a atenção dos futuros novos profissionais via produção de conhecimento etnocêntrico que invade as instituições universitárias brasileiras. Os autores ainda citam como exemplo para essa abordagem o uso do *laser* para o clareamento dental, enfatizando seu aspecto "*high tech*". É válido ressaltar que esse fator não se restringe apenas aos pacientes, mas também ao próprio profissional odontológico, o que pode ser exemplificado por meio dos congressos odontológicos, que por intermédio de seus estandes, e de toda a sedução contribuem para que os cirurgiões-dentistas construam aquilo que os autores chamam de "racionalidade-individualista" e adiram a sua "identidade-objeto". Todo esse processo se faz através da apelação pelo sucesso, ou seja, quem não se rende à nova odontologia se torna obsoleto, fadado ao fracasso. Emmerich e Castiel[14] (2009) ainda fazem uma contextualização da relação entre a industrialização ou controle da mídia com a odontologia e o uso de *piercings* dentais, considerando as interconexões e conformidades em sua conformação mercantil atual, sendo que neste caso o valor não se encontra apenas no aspecto econômico, mas também no modo em que o cirurgião-dentista ontologicamente se expressa na forma social (total) de seu trabalho, como produto da práxis odontológica contemporânea.

Ademais, o fato da desvalorização ou inversão de valores e papéis estar potencializando a crise que a classe odontológica vem vivendo. Observa-se na dimensão político-estrutural que, além de fatores como número de escolas no país e exaustão do modelo atual de atendimento, as exigências dos pacientes (determinadas pela grande mídia, *e.g*. televisão, cinema, internet, jornais) contribuem acentuadamente para a crise no setor odontológico[15]. Também a exploração da mídia para com fatores históricos pode ser pontuada nesta abordagem quando fazemos uma pesquisa mais vasta sobre o assunto. Os veículos de comunicação exploram registros históricos inerentes ao cirurgião-dentista, fazendo com que a imagem do profissional seja colocada em dúvida. Privilegiando tais cenários e explorando situações relacionadas à dor, o profissional é, frequentemente, posto em posição de relação com a dor, estigmas que são carregados até hoje, mesmo com a ascensão dos tratamentos de caráter preventivo que são, atualmente, preconizados pelas instituições de formação universitária. Cruz *et al*.[2], em 1997, observaram que a dor está associada à imagem do dentista com uma elevada frequência, sendo vinculada a situações de stress e ansiedade.

A influência que a televisão e o cinema exercem sobre a população é relevante, acarretando forte absorção e reprodução de comportamentos expressos nesse meio[16]. Tendo em vista a importância da mídia televisiva sobre o cenário odontológico, Pinho *et al*.[17] (2008) elaboraram um estudo cuja finalidade foi analisar a contribuição dos filmes para a construção da representação social da odontologia, tanto

ISSN 1983-5183

no aspecto quantitativo quanto no aspecto qualitativo. Na pesquisa, observavam-se características do tratamento e dos profissionais. Nos resultados, no que se refere à personalidade dos profissionais, estes apresentaram características como: criminosos, galanteadores, vilões, atrapalhados, pouco comunicativos, sádicos, mercenários, psicopatas, obsessivo-compulsivos, viciados e amistosos. Com relação ao tratamento, as características mais frequentes foram: medo, dor e violência, além da precariedade de biossegurança. Consequentemente, os autores concluíram que é de suma importância a reversão desse quadro de opiniões negativas, visto que essas características implicam a interferência nos padrões de busca por atenção de saúde bucal. Consideraram também que a reversão desse fato se fará de modo progressivo, havendo a necessidade da participação das entidades midiáticas em programas de atenção de saúde bucal. Corroborando esses achados, Cruz *et al*.[2] (1997) e Cavaca *et al*.[18] (2012) observaram resultados semelhantes onde o medo e a dor constituíam uma forte característica representada pelas mídias sociais.

No entanto, fato que também deve ser pontuado é que, somado aos fatores históricos relacionados ao perfil social da profissão segundo a mídia, contribui para a formação de estereótipos negativos inerentes à odontologia o próprio manejo do medo e da dor pelo cirurgião-dentista. De acordo com Possobon *et al*.[19] (2007), o profissional da odontologia lida de forma rotineira com pacientes vulneráveis à dor e ao medo, fato justificado pelo autor pela intensa pressão pela busca da perfeição técnica e estética, associado ao escasso treinamento em habilidades de manejo e outras variáveis psicossociais.

MÍDIA: REFLEXOS NA SAÚDE

Tão importante quanto considerar as consequências sociais na vida do profissional odontológico é analisar as implicações desse elemento no cenário da promoção de saúde e prevenção de doenças bucais. O medo, a angústia e a ansiedade restringem o indivíduo de procurar por atenção odontológica, afetando não só a relação profissional-paciente, mas também o diagnóstico e tratamento das doenças. Em 1958, nos Estados Unidos da América, um levantamento nacional sobre saúde bucal revelou que 9% dos entrevistados evitavam o tratamento odontológico tendo como principal justificativa o medo[20, 21].

Bydlowski *et al*.[1] (2004) evidenciam o atual papel que a mídia vem empenhando no setor da promoção da saúde, enfatizando que ela vem reforçando uma visão curativa e biomédica do processo saúde-doença, deixando de propor ações que abordem os fatores etiológicos das doenças, assim como pedem os princípios de promoção de saúde. Os autores ainda ressaltam a necessidade da cooperação desses meios para com a valorização do ser humano como cidadão, sugerindo o desenvolvimento de medidas com a finalidade de se obterem melhores condições de vida e saúde.

Para Cavaca *et al*.[18] (2012), é essencial a valorização de iniciativas de saúde bucal, principalmente aquelas voltadas à pesquisa, o que propicia um melhor diálogo entre a mídia, instituição de pesquisa e sociedade. Além disso, é necessário exigir o pluralismo e vozes na divulgação de temas de saúde bucal, o que conferiria à sociedade a garantia de seus diversos interesses em relação ao assunto. Os autores ressaltam, também, a importância de avaliar criticamente as ideias relacionadas às matérias emitidas, a fim de se verificar se não está ocorrendo um estímulo ao consumo de produtos ou um discurso "culpabilizante" ou "responsabilizante" do espectador pela sua saúde, o que comprometeria a ação da mídia como insumo de saúde bucal.

ISSN 1983-5183

CONSIDERAÇÕES FINAIS – A MÍDIA A FAVOR DA SOCIEDADE: DESAFIOS PARA O FUTURO

Por intermédio desta revisão, pode-se constatar a força que os veículos de comunicação empenham sobre a vida da população, além do seu potencial para o estabelecimento de ideias, padrões e estereótipos. Verificou-se, também, que desmistificar os paradigmas voltados à imagem do cirurgião-dentista é essencial, visto que os hábitos relacionados, principalmente com a dor ou fobia, uma vez estabelecidos na infância são mantidos por toda a vida[22].

Do ponto de vista da promoção de saúde bucal, foi possível observar quão prejudiciais são os dogmas relacionados ao perfil social da categoria, indicando possíveis desvios no potencial preventivo e obstrução no processo de diagnóstico precoce de doenças. Os paradigmas voltados à imagem que a odontologia representa são relevantes no que diz respeito à dificuldade em estabelecer progressos no cenário da prevenção de doenças bucais.

A educação voltada à comunicação em saúde, em especial à saúde bucal, é um grande desafio no cenário sociodontológico e necessita ser adequadamente explorado, buscando o trabalho em conjunto entre os dois polos: mídia e odontologia, o que traria inúmeros benefícios para a sociedade, tanto do ponto de vista da valorização profissional, quanto para com os avanços no âmbito da saúde e bem-estar.

REFERÊNCIAS

1. BYDLOWSKI CR, Westphal MF, Pereira IMTB. Promoção da saúde. Porque sim e porque ainda não! *Saude soc* 2004 abr.;13(1):14-24.
2. CRUZ JS, Cota LOM, Paixão HH, Pordeus IA. A imagem do cirurgião-dentista: um estudo de representação social. *Rev Odontol Univ São Paulo* 1997 11(4):307-13.
3. EMMERICH A, Castiel LD. A ciência odontológica, Sísifo e o "efeito camaleão". *Interface (Botucatu)* 2009 jun.;13(29):339-51.
4. XAVIER C. Mídia e saúde, saúde na mídia. In: Santos, A. Caderno mídia e saúde pública. Belo Horizonte: : Escola de Saúde Pública; 2006. p. 43-55.
5. FERREIRA ABH. Dicionário escolar da língua portuguesa. Curitiba: Positivo; 2011.
6. GARBIN AJI, Orenha ES, Garbin CAS, Gonçalves PE. Publicidade em odontologia: avaliação dos aspectos éticos envolvidos. *RGO, Porto Alegre* 2010 jan.-mar. ;58(1):85-9.
7. WAHLBERG AAF, Sjoberg L. Risk perception and the media. *J Risk Research* 2000 3(1):31-50.
8. GENTILLI V. Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS; 2005.
9. CIARELLI G, Ávila M. A influência da mídia e da heurística da disponibilidade na percepção da realidade: um estudo experimental. *Rev Adm Pública* 2009 jun.;43(3):541-62.
10. RIBEIRO AC, Batista AJ. A influência da mídia na criança / pré-adolescente e a educomunicação como mediadora desse contato. *In*: Icar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. I Encontro de História da Mídia da Região Norte; out.; Tocantins Universidade Federal do Tocantins 2010. p. 3-10.

ISSN 1983-5183

11. VILAS Boas S. Formação e informação científica: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus; 2005.

12. AMORIM CCSA, Beatrice LCS, Silva ChV. Influência da mídia televisiva sobre o padrão estético odontológico *Odontol clín-cient* 2006 abr.-jun. ;5(2):163-6.

13. NOGUEROL B, Follana M, Sicilia A, Sanz M. Analysis of oral health information in the Spanish mass media. *Community dentistry and oral epidemiology* 1992 Feb;20(1):15-9.

14. EMMERICH A, Castiel LD. Jesus tem dentes metal-free no país dos banguelas?: odontologia dos desejos e das vaidades. *Hist cienc saude-Manguinhos* 2009 mar.;16(1):95-107.

15. CONSELHO Federal de Odontologia. Humor e odontologia. 2009. Acesso em: 17 jun. 2019. Disponível em: http://cfo.org.br/website/.

16. ALMEIDA MJ. Imagens e sons: a nova cultura oral. 2. ed. São Paulo: Cortez; 2001.

17. PINHO CB, Dias HSA, Carvalho ACR, Barros SG. Representação social da Odontologia: a contribuição da produção cinematográfica para perpetuação de um estereótipo negativo. *Rev Odontol UNESP* 2008 37(3):275-81.

18. CAVACA AG, Gentilli V, Zandonade E, Cortellete Júnior M, Emmerich A. A saúde bucal na mídia impressa: análise das matérias jornalísticas nos anos de 2004-2009. *Ciênc saúde coletiva* 2012 maio.;17(5):1333-45.

19. POSSOBON RdF, Carrascoza KC, Moraes ABA, Costa Jr ÁL. O tratamento odontológico como gerador de ansiedade. *Psicol Estud, Maringá* 2007 set.-dez. ;12(3):609-16.

20. KLEINKNECHT RA, Klepac RK, Alexander LD. Origins and characteristics of fear of dentistry. *Journal of the American Dental Association (1939)* 1973 Apr;86(4):842-8.

21. MORAIS ERB. O medo do paciente ao tratamento odontológico. *Rev Fac Odontol Porto Alegre* 2003 jul.;44(1):39-42.

22. ARAÚJO IC, Silva KBF, Costa MC, Menezes RN, Araújo AJG. Análise da imagem que as crianças constroem em relação ao cirurgião-dentista e a importância para a prática odontológica. 2004. Acesso em: 17 jun. 2019. Disponível em: http://www.odontologia.com.br/artigos.asp?id=515& idesp=13&ler=s.

RECEBIDO EM 11/12/2018

ACEITO EM 27/05/2019