

PIMENTA NA LÍNGUA



Dr. João Pimenta, Académico Honorário da Academia Brasileira de Odontologia.

Há alguns anos, numa entrevista a uma revista da nossa área escrevi “abomino o termo negócio da saúde”.

Passados que foram todos estes anos continuo a pensar da mesma forma. A saúde tem que ser encarada com uma nobreza incompatível com a ligeireza e até o ridículo de alguma publicidade organizada essencialmente por “marqueteiros” sem escrúpulos, que não olham a meios para atingirem os seus fins.

Se fizermos uma retrospectiva do assunto, de uma forma descomprometida e sem preconceitos, verificamos que os resultados desses colegas e empresas que usam e abusam dessas estratégias que, pensam eles, gerará mais “negócio”, não tem os resultados expectáveis. Se perguntarmos a qualquer pessoa o que a leva a procurar um médico, a resposta mais comum será porque já viram ou falaram com alguém que foi tratada por esse mesmo médico.

Mas alguns não pensam assim, acham que a agressividade na publicidade, misturada não raras vezes com mentiras e enganosa, levará a uma aumento enorme do número de pacientes e de entrada “de dinheirinho”.

Durante anos denunciei publicidade, sem dúvida enganosa, lutei, colecionei inimigos, muitas vezes sem o apoio de quem o deveria ter feito. Em 2015 saiu a legislação sobre a publicidade em saúde, com o decreto 238/2015, sendo que a sua aplicação e fiscalização compete à ERS.

Nele está escrito:

“Atento o carácter particular da prestação de cuidados de saúde, assume especial relevância a prestação, pelos prestadores de cuidados de saúde, de informações verdadeiras, transparentes e de forma clara ao doente, assim como a necessidade de a relação prestador-utente se pautar, em

todos os seus aspetos, pelos princípios da verdade, completude e transparência”.

E mais à frente no que é proibido:

“Aconselhem ou incitem à aquisição de atos e serviços de saúde, sem atender aos requisitos da necessidade, às reais propriedades dos mesmos ou a necessidade de avaliação ou de diagnóstico individual prévio”.

...e ainda:

“Descrivam o ato ou serviço como «grátis», «gratuito», «sem encargos», ou «com desconto» ou «promoção», se o utente tiver de pagar mais do que o custo inevitável de responder à prática de publicidade em saúde”.

Numa clínica, pequena ou de grupo empresarial, entendo ser o diretor clínico o responsável “por tudo” e também pela publicidade. E nunca se deverá esquecer que, nessa qualidade, estará sempre sob a alçada da OMD. Assim não é permitido “conteúdo publicitário ilegal, confuso, não objetivo, erróneo ou enganoso, agressivo ou de autoengrandecimento, suscetível de indução artificial da procura de tratamentos ou com promessa, garantias ou indução da produção de resultado”, e ainda “publicidade a oferta de um serviço médico-dentário sem custos”.

Não vou comentar estas referências, deixando a cada um as suas reflexões e, se quiserem, conclusões.

Hoje convidei um colega que muito estimo e admiro, o Pedro Couto Viana, talvez com uma visão mais liberal e “jovem” a responder-me a algumas perguntas sobre o tema e, no decorrer da conversa falamos de outros assuntos. ■



Dr. Pedro Couto Viana

João Pimenta conversa com...

Gostas das redes sociais?

Gosto. Permitem visualizar toda a diversidade dando voz a todos. É aquilo a que se pode chamar um fórum inclusivo de acesso fácil e rápido. Claro que também fácil e rapidamente caímos na imagem de um albergue espanhol, em que tudo fala alto, sem filtros e com propósitos muito variados e dispares. Mesmo assim gosto. Mostra bem ao que cada um vem.

Usas as redes?

Todos os dias. Gosto de saber o que se passa.

És dependente?

Sou dependente. Estamos dependentes, mas não sou viciado.

As redes sociais “capturaram” a medicina dentária?

Ela deixou-se capturar, não tinha hipótese de fugir nem queria. Hoje não devemos estar à margem e há muitos que não resistem em não andar na crista da onda.

Há muito cuidado com as imagens clínicas. Achas bem?

Claro que sim, é fundamental a qualidade técnica e pedagógica da imagem.



Célia Coutinho Alves, DDS, PhD,
médica dentista doutorada em
periodontologia

2021, O ANO DA RECONVERSÃO

Janeiro é o mês da renovação e da esperança. Da renovação de votos, de objetivos, de desejos para um novo ano que começa. E da esperança de que estes se tornem reais no caminho constante da felicidade humana. Mas este janeiro não é um janeiro qualquer. É o mês que começa o ano da maior esperança de todas, pelo menos que me lembre em todas as gerações vivas. Este novo ano começou, mas a imprevisibilidade deste parece não nos querer deixar tão cedo.

É no início do ano que normalmente planeamos uma série de objetivos. Férias, passeios, cerimónias, mudanças de emprego, novas formações, novos projetos, mas planejar não é mesmo o verbo certo para iniciar este 2021. A renovação, desta vez, vai ser silenciosa. Exige-se de dentro para fora. Os verbos deste ano vão ser mais “ser” do que “ter”. Ser mais paciente, ser mais resiliente, ser mais focado.

Curioso o facto da palavra do ano 2020 ter sido “saudades”, num ano em que poderiam ter sido eleitas palavras como máscara, covid-19, coronavírus, pandemia, confinamento ou *lay-off*. Curioso, ou talvez não, tratar-se de uma palavra que descreve um sentimento: sentimento de mágoa, nostalgia e incompletude, causado pela ausência, desaparecimento, distância ou privação de pessoas, épocas, lugares ou coisas a que se esteve afetivamente e ditosamente ligado e que se desejaria voltar e ter presentes. Saudade deriva do latim *solitāte* que significa solidão. A palavra que descreve o ano 2020 é uma palavra que descreve um sentimento de tristeza pela ausência do outro, pela solidão. Mas é verdade que nos reinventamos na forma de contacto, de nos fazer presentes. Nunca o on-line se misturou tanto com o disponibilidade-on. Misturou-se tudo. As horas do dia de trabalho com as horas da noite de descanso. As mesas do almoço com as mesas de trabalho. Os ecrãs de computador com as janelas de casa, do carro, do avião através da qual víamos o mundo.

Misturamos a nossa humanidade com o ciberespaço e tomámo-nos mais “digitais”. Dedo no teclado, no ecrã, no clique.

O ano de 2021 será, na minha antecipação, o ano da reconversão. Reconverter-nos-emos à essência dos seres sociais que somos. Porque é no contacto com os outros que cada um de nós cresce e aprende. É no contacto com os outros que somos mais felizes, mais completos.

A reconversão da nossa essência social passará por aprender a estar, a ver os outros como a Alice do outro lado do espelho: “*Alice through the looking glass*”. Veremos os outros, o trabalho, a família, os cursos, as reuniões através do espelho mágico que é um conjunto de pixels de cada ecrã de computador ou smartphone. E como o faremos ainda por muito tempo, será o tempo de parte dos nossos circuitos psicossociais se reconverterem. Nada disto tem a ver com inteligência artificial ou computadores nos quais podemos programar, inclusive, emoções humanas. Mover-nos-emos num mundo mais cibernético, mais metafísico. Mas isso, do meu ponto de vista, não fará de nós menos humanos. Fará de nós Homens socio-cibernautas.

E não deixaremos de ser Homens. Porque mesmo utilizando cada vez mais as máquinas, não deixamos de viver as emoções que sentiremos através delas. Já as máquinas, mesmo que programadas para sentir emoções, nunca as viverão. Viver as emoções cria energia para a ação, para a criatividade e para a reconversão. E a humanidade reconvertida sairá mais forte e mais capaz deste desafio da pandemia.

A tecnologia é o que permite, em 2021, ligar o Homem à vida. Pela interface que nos traz a comida a casa, nos paga as contas, nos ventila na unidade de cuidados intensivos.

Mas a tecnologia não é a vida do Homem. A vida do Homem é o que o distingue da máquina. E assim será sempre. Votos de um excelente 2021! Que nunca percamos a esperança na reconversão para uma vida mais feliz! ■

Célia Coutinho Alves
Médica Dentista
Especialista em Periodontologia pela OMD
Doutorada em Periodontologia pela
Universidade Santiago de Compostela

nº 80 Janeiro 2021

SUMÁRIO

EDITORIAL

2021, o ano da reconversão03

EDITORIAL CONVIDADO

Uma visão de esperança para o ensino da Medicina Dentária: o caminho da FMDUL no triénio 2021-202304

CRÓNICA

Pimenta na língua06

A 100 metros do sucesso

.....08

INVESTIGAÇÃO

“Apenas um terço dos estudantes de medicina e medicina dentária com burnout procura ajuda”10

NOTÍCIAS

.....12

ENTREVISTA

“O médico que sobreviverá será o que estiver disposto a fazer mais cedências contratuais”18

CLÍNICA

Enxerto de Tecido Conjuntivo Tunelizado no Tratamento de Recessões Gengivais Múltiplas
Prof. Doutora Célia Alves Coutinho, Dra. Viviana Carvalho20