



A cirurgia plástica na mídia: o conceito da especialidade veiculado pelos meios de comunicação impressos no Brasil

Plastic surgery in the media: the concept of the specialty, as reported by the print media in Brazil

DANIEL SANTOS CORRÊA LIMA^{1*}

FELIPE SIMÕES DA ROCHA MATA²

FERNANDO CÉSAR CÂMARA DE
OLIVEIRA¹

PAULA VERIATO ZENAIDE²

ALEXANDRE AZEVEDO ZIOMKOWSKI¹

JOSÉ VALBER LIMA MENESES¹

■ RESUMO

Introdução: A cirurgia plástica, apesar das diversas situações em que atua, tem o caráter estético difundido na sociedade, associado aos ideais de beleza e à busca das pessoas pela perfeição corporal. Atualmente, as medidas corporais são cada vez mais detalhadas, exibidas pela mídia com sucesso nos mais diversos âmbitos sociais. O objetivo do presente estudo será identificar o conceito de cirurgia plástica vinculado aos meios de comunicação impressos do Brasil e disponíveis virtualmente, analisando e descrevendo o tipo de informação veiculada ao público leigo. **Método:** Para a coleta de dados, foi realizada busca sistemática de todas as notícias publicadas em meios de comunicação impressos do Brasil e disponíveis virtualmente. Para a busca, utilizamos o descritor “cirurgia plástica” no Portal Interjornal[®]. Foram incluídas no estudo todas as notícias publicadas entre janeiro de 2008 e dezembro de 2011, que contêm o termo “cirurgia plástica”. As notícias selecionadas foram lidas e submetidas a um protocolo previamente definido. **Resultado:** Foram analisadas 1983 notícias. Deste total, 1367 (68,94%) foram classificadas como estéticas; 423 (21,33%) como reparadoras; 47 (2,37%) como estéticas e reparadoras, e 146 (7,36%) como não classificáveis. **Conclusão:** O conceito da cirurgia plástica veiculado pela mídia está geralmente associado à realização de procedimentos estéticos. Tanto o conteúdo quanto a qualidade das informações disponibilizadas pela mídia são insuficientes para esclarecer o público de forma adequada sobre o verdadeiro papel da especialidade e os cuidados que devem ser tomados ao se submeter a qualquer tipo de procedimento cirúrgico.

Descritores: Cirurgia plástica; Jornalismo; Mídia.

Instituição: Serviço de Cirurgia Plástica do Hospital Universitário Professor Edgard Santos da Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

Artigo submetido: 12/7/2014.

Artigo aceito: 25/1/2015.

DOI:10.5935/2177-1235.2015RBCP0122

¹ Hospital Universitário Professor Edgard Santos, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, BA, Brasil.

² Escola Bahiana de Medicina e Saúde Pública, Salvador, BA, Brasil.

■ ABSTRACT

Introduction: Besides the diverse situations in which plastic surgery is performed, the procedure has an aesthetic character associated with societal issues, related to the ideals of beauty and to the search for body perfection. Currently, specific body measurements are increasingly being given importance, and shown by the media as being associated with success at diverse social levels. The objective of this study was to identify the concept of plastic surgery, as reported by the print media in Brazil and available in the virtual environment, by analyzing and describing the type of information that is reported to the general public. **Method:** For the data collection, a systematic search was performed on all news articles published by the print media in Brazil and available in the virtual environment. For the search, the descriptor used was “cirurgia plástica” (“plastic surgery” in English) in Portal Interjornal®. All news articles containing the term “plastic surgery” published between January 2008 and December 2011 were included in the study. The selected news articles were read and subjected to a previously established protocol. **Result:** A total of 1983 news articles were analyzed. From this total, 1367 (68.94%) were classified as aesthetic related, 423 (21.33%) as being associated with reparative surgery, 47 (2.37%) as aesthetic and reparative, and 146 (7.36%) as undetermined. **Conclusion:** The concept of plastic surgery reported by the media was generally associated with aesthetic surgery. Both the content and the quality of information provided by the media are not enough to adequately clarify to the public the real role of the specialty and the care that should be taken when undergoing any type of surgical procedure.

Keywords: Plastic surgery; Journalism; Media.

INTRODUÇÃO

A Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) define cirurgia plástica como especialidade cirúrgica encarregada de reconstruir estruturas corporais que apresentem alteração em sua forma ou função, ou seja, apresentem deformidades que podem ter causas tanto congênicas como adquiridas. Esta especialidade atua de forma a remodelar os tecidos, com o objetivo de obter um resultado mais próximo possível da normalidade, restabelecendo sua capacidade de funcionamento e aparência. Ainda segundo a SBCP, a cirurgia plástica estética é utilizada principalmente para melhorar a aparência e a autoestima do paciente, enquanto a cirurgia plástica reparadora tem por objetivo priorizar a melhor funcionalidade, podendo, entretanto, levar o paciente a apresentar uma aparência mais próxima do normal da região acometida¹.

Existe uma ampla gama de situações em que a cirurgia plástica atua, como no tratamento de queimados, patologias cirúrgicas da mão, reconstrução de deformidades das mamas, reconstruções pós-ablações cirúrgicas oncológicas, deformidades do complexo craniomaxilofacial, transplantes microcirúrgicos e tratamento de feridas agudas e crônicas, entre outras.

Apesar das diversas situações em que atua, o caráter estético é difundido na cirurgia plástica. Esse caráter está associado aos ideais de beleza da sociedade e à busca das pessoas pela perfeição corporal. O corpo

é fruto do legado cultural de uma sociedade, de suas tradições e da história evolutiva. Ao analisar o passado, vê-se que mulheres caracterizadas atualmente como obesas já foram veneradas². Hoje, as medidas corporais da beleza são cada vez mais detalhadas, exibidas pela mídia como sinônimo de sucesso nos mais diversos âmbitos sociais. As vantagens são inúmeras para aqueles que seguem as diretrizes do corpo ideal: admiração da população, longevidade, sucesso financeiro e realização sexual². Não se trata apenas de valorizar os cuidados pela saúde, esclarecendo a importância da normalidade do IMC ou da medida da cintura abdominal, pois a mídia, em geral, tem voltado seu foco para medidas ditas perfeitas, com quadris largos, bustos avantajados e rostos isentos de quaisquer traços do envelhecimento. O ideal é magro, modelado, sem gorduras e jovem². Há, portanto, a difusão midiática de que o corpo perfeito existe e deve ser atingido. As práticas para a busca do corpo ideal operam através de uma série de práticas discursivas, que são produzidas como jogos de verdade. A fim de construir esses discursos incontestáveis, profissionais renomados, pesquisas de instituições ditas respeitáveis ou pessoas que tiveram experiências parecidas são convidados².

O Instituto de Pesquisa Datafolha, entre 23 de setembro e 23 de dezembro de 2008, fez um levantamento com 366 entrevistas num universo de 3.533 membros associados e titulares da SBCP sobre os procedimentos realizados por estes. Segundo este

órgão de pesquisa, 73% das cirurgias realizadas foram estéticas, contra 27% das reparadoras/reconstrutoras, de modo que, para cada reparadora, havia 2,3 estéticas. Entretanto, no mesmo estudo, ainda que não seja de âmbito cirúrgico, os procedimentos mais realizados, preenchimento e toxina botulínica, também estão correlacionados com a estética³.

Reid e Malone⁴ demonstraram que, dentre 1.191 artigos noticiados pelos jornais do Reino Unido em 2006, em que o termo 'cirurgia plástica' estava incluído, 89% (1.056 artigos) usavam o termo no contexto de cirurgia estética, sendo apenas 9,5% (113) relacionados à cirurgia reparadora e 1,8% (22) classificado como 'outros'. Dos 113 artigos relacionados à cirurgia reparadora, 83 estavam relacionados a traumas, 21 a queimaduras, 3 a câncer, 5 a infecções e 1 a cirurgia craniofacial.

Segundo o Instituto Pró-livro, em 2011, 85% dos brasileiros, quando questionados, escolheram assistir televisão como forma de lazer. Ainda neste estudo, 28% sinalizaram a leitura, referindo-se a jornais, revistas, livros ou textos na internet. Destes, 58% afirmaram ler frequentemente⁵.

Quanto ao investimento em publicidade no país, no primeiro trimestre de 2012, houve um crescimento de 13%, mais de 4 bilhões de reais. A TV aberta apresentou 65% dos gastos enquanto os jornais ficaram em segundo lugar, com 11%, seguidos pelas revistas, 5,5%, e pela internet, 5,29%⁶.

Como já foi descrito por Reid e Malone, há uma associação entre os tipos de cirurgia plástica, estética e reparadora, e o modo como a mídia inglesa transmite o conceito desta especialidade⁴. Entretanto, no Brasil, país de referência na especialidade e cuja população está em grande contato com a mídia, este tipo de associação nunca foi descrita, fazendo-se assim necessária a realização deste trabalho.

OBJETIVOS

O objetivo do presente estudo será identificar o conceito de cirurgia plástica vinculado aos meios de comunicação impressos do Brasil e disponíveis virtualmente, analisando e descrevendo o tipo de informação veiculada ao público leigo.

MÉTODOS

O presente trabalho é um estudo descritivo de corte transversal realizado no período de agosto de 2012 a julho de 2013, em Salvador, Bahia, Brasil.

Para a coleta de dados, foi realizada busca sistemática de todas as notícias publicadas em meios de comunicação impressos do Brasil e disponíveis virtualmente. Para isto, utilizamos o descritor "cirurgia plástica" no Portal Interjornal[®], que é um sistema de busca que possibilita encontrar informações na imprensa brasileira por data, período, palavra ou tema.

Como critério de inclusão para o estudo, foram utilizadas notícias publicadas entre janeiro de 2008 e

dezembro de 2011, que contêm o termo "cirurgia plástica". O período de publicação das notícias apenas teve como critério um tamanho amostral relevante, de acordo com estudo anterior⁴. Quanto aos critérios de exclusão, estes foram: notícias que, após a realização de busca e leitura, não apresentaram o termo no texto, e matérias cuja origem não estava relacionada a jornais ou revistas, a exemplo de textos de *blogs* ou *sites* cuja informação circula apenas em meio virtual e não impressa.

As notícias selecionadas foram lidas e submetidas a um protocolo previamente definido (Apêndice A) por quatro dos autores, para classificação e caracterização dos conteúdos fornecidos. As notícias analisadas por cada autor foram selecionadas de modo aleatório, não havendo critério de escolha, nem análise da mesma matéria por autores diferentes.

Segundo o protocolo, foi classificada como estética a notícia cujo contexto apresenta somente conceitos de beleza e melhora da aparência. Já aquela cujo conteúdo é referente apenas à recuperação de funcionalidade, ou há citação de procedimentos considerados reparadores, foi classificada como reparadora. Nos casos em que a matéria apresenta os conceitos de beleza, melhora da aparência e recuperação de funcionalidade, esta foi classificada como estética e reparadora, sendo esta uma terceira classificação. Caso o texto não fizesse referência a nenhum dos conceitos descritos anteriormente, a notícia era considerada não classificável.

Para caracterização da notícia, os seguintes critérios, quando presentes, foram utilizados: a relação do termo "cirurgia plástica" com pessoas famosas e programas de televisão; o tipo de procedimento citado, diferenciando-o como cirúrgico ou não; a presença de normas do Conselho Federal de Medicina (CFM), do Conselho Regional de Medicina (CRM) ou da SBPCP; a descrição dos riscos e cuidados com o procedimento cirúrgico citado; a menção a médicos, a especialistas pela SBPCP ou a não especialistas, sendo estes médicos ou não; a referência a possível imperícia, imprudência ou negligência do profissional; a necessidade de procurar membro da SBPCP, entendendo-se como necessidade qualquer citação explícita deste membro na matéria; a identificação da fonte da notícia; o local de publicação desta fonte, não sendo avaliado o nível de circulação e abrangência no país, assim como o acesso da população a esta fonte; a classificação desta como jornal ou revista, e a data em que foi publicada a notícia.

Todos os dados foram tabulados utilizando-se o Microsoft[®] Excel 2007, no qual gráficos estatísticos foram gerados e cálculos de média e desvio padrão, estabelecidos.

RESULTADOS

Da busca realizada no Portal Interjornal[®], foram analisadas 1.983 notícias publicadas entre janeiro de 2008 e dezembro de 2011. Deste total,

1.367 (68,94%) foram classificadas como estéticas, média de $341,75 \pm 105,33$, ao longo dos quatro anos pesquisados; 423 (21,33%) como reparadoras, média de $105,75 \pm 14,10$; 47 (2,37%) como estéticas e reparadoras, média de $11,75 \pm 4,86$, e 146 (7,36%) como não classificável, média de $36,5 \pm 13,92$; esta última, representando aquelas em que os conceitos pré-estabelecidos de estética ou reparadora não puderam ser enquadrados (Figura 1).

Quando analisada a classificação das notícias por ano, verificou-se que 286 notícias, em 2008, foram estéticas, 493 em 2009, 331 em 2010 e 257 em 2011. Já as reparadoras foram 94 em 2008, 99 em 2009, 104 em 2010 e 126 em 2011. Quanto às matérias não classificáveis, constataram-se 23 em 2008, 33 em 2009, 34 em 2010 e 56 em 2011. Para aquelas classificadas como estéticas e reparadoras, encontraram-se 13 em 2008, 18 em 2009, 7 em 2010 e 9 em 2011 (Figura 2).

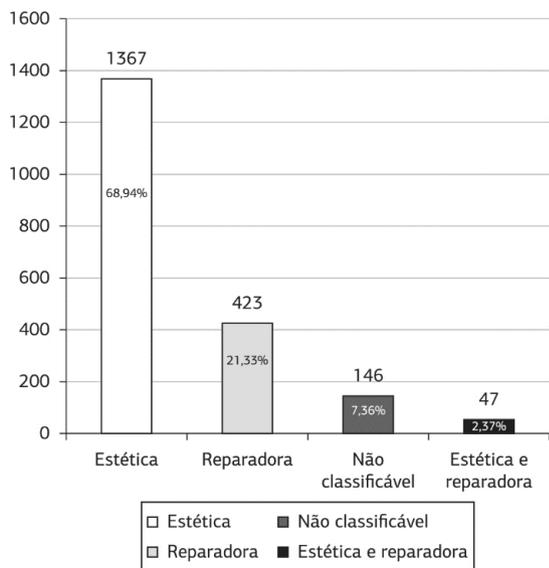


Figura 1. Classificação do total de notícias segundo o conceito de cirurgia plástica, em 4 anos.

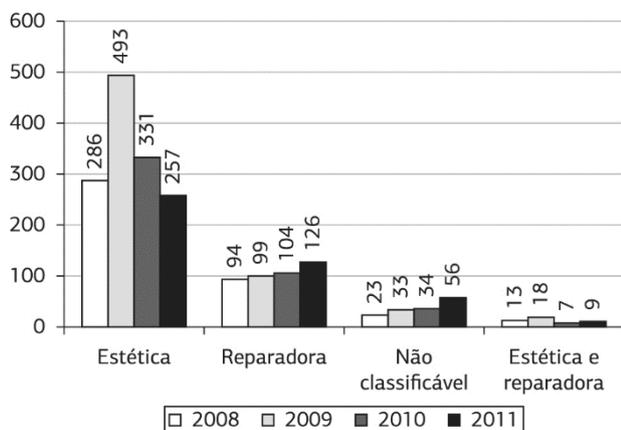


Figura 2. Classificação das notícias por ano segundo o conceito de cirurgia plástica.

Quanto à região geográfica em que a notícia foi publicada, na Região Nordeste, ao longo de quatro anos, houve 324 matérias classificadas como estéticas, média de $81 \pm 31,19$; quanto às reparadoras, 120 foram assim classificadas, média de $30 \pm 9,59$.

Na Região Norte, houve 19 notícias estéticas, média de $4,75 \pm 3,77$, e 24 reparadoras, com média de $6 \pm 2,58$. A Região Sudeste, com 401 estéticas, média de $100,25 \pm 47,85$, e 89 reparadoras, média de $22,25 \pm 12,71$. Já na Região Centro-Oeste, 284 foram estéticas, média $71 \pm 20,80$, e 88 reparadoras, média $22 \pm 12,78$. Por fim, a Região Sul apresentou 54 estéticas, média $13,5 \pm 7,33$, e 15 reparadoras, média $3,75 \pm 3,09$ (Figura 3).

Dentre os procedimentos citados, cirúrgicos ou não, tem-se que, nas matérias consideradas estéticas, a lipoaspiração apresentou 236 (25%) citações, média de $59 \pm 9,86$; a mastoplastia, 195 (21%), média de $48,75 \pm 15,46$; a rinoplastia, 74 (8%), média de $18,5 \pm 6,19$; a blefaroplastia, 56 (6%), média de $14 \pm 4,24$; a bioplastia, 19 (2%), média de $4,75 \pm 5,25$; a abdominoplastia, 31 (3%), média de $7,75 \pm 4,42$; a aplicação de toxina botulínica, 76 (8%), média de $19 \pm 5,89$; o preenchimento, 46 (5%), média de $11,50 \pm 6,80$; o *lifting*, 45 (5%), média de $11,25 \pm 8,26$; a gluteoplastia, 39 (4%), média de $9,75 \pm 3,59$, e outros, 114 (12%), média $28,5 \pm 5,44$ (Figura 4).

Quando analisados os procedimentos nas notícias classificadas como reparadoras, os mais citados são a reconstrução mamária, com 37 (18%) citações, média de $9,25 \pm 5,85$; os tratamentos de queimados, com 43 (21%), média de $10,75 \pm 6,99$; os tratamentos de deformidades congênitas, com 23 (11%), média $5,75 \pm 0,96$, e outros, com 105 (50%) citações, média de $26,25 \pm 10,72$ (Figura 5).

Quanto aos demais dados de caracterização das matérias presentes no protocolo, pode-se observar, na Tabela 1, a distribuição de outros elementos analisados ao longo dos 4 anos de pesquisa.

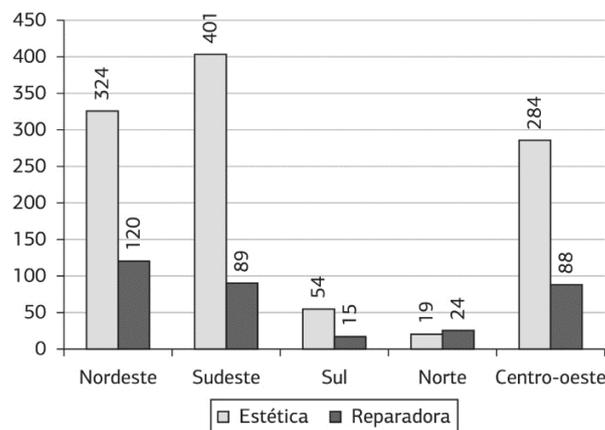


Figura 3. Distribuição geográfica de acordo com o local em que a notícia foi publicada.

DISCUSSÃO

A cirurgia plástica vem sendo majoritariamente veiculada pela mídia a discursos de beleza e corpo ideal^{2,3,7-9}. Em nosso estudo, das 1.983 notícias publicadas pela mídia impressa brasileira, entre janeiro de 2008 e dezembro de 2011, em que há citação da cirurgia plástica, 1.367 (68,94%) são de caráter estético. Reid e Malone⁴ já haviam demonstrado que 89% das notícias do Reino Unido relacionadas à cirurgia plástica vinculam a especialidade ao caráter estético.

Nas matérias assim classificadas, parece haver um cuidado maior da mídia em publicar, ainda que de forma superficial, uma relação entre pessoas de destaque nacional com o caráter estético da cirurgia plástica. Observou-se que, nas notícias estéticas, houve 446 matérias (32,62%) que citavam pessoas famosas (média de 111,5 ± 62,56), nos 4 anos estudados. Este número é menor quando comparado às 52 (12,29%) notícias reparadoras em que pessoas famosas foram citadas (média de 13,0 ± 7,0), assim como nas matérias não classificáveis e nas classificadas como estéticas e reparadoras. Nota-se a mesma relação anterior nas demais caracterizações dadas às notícias quando se comparam as estéticas com as matérias classificadas como reparadora, estética e reparadora, e não classificável (Tabela 1).

É possível que estes achados sofram influência de o maior número de matérias serem classificadas como estéticas, fato que poderia ter proporcionado o aumento nas demais caracterizações. Entretanto, ainda que haja influência deste fator, as diferenças quantitativas avaliadas neste estudo e a análise do discurso de cada matéria levam a inferir que, nas matérias consideradas estéticas, é dada uma maior atenção na construção do discurso que será publicado. Elementos de impacto no público leigo parecem ser mais utilizados nas matérias estéticas do que

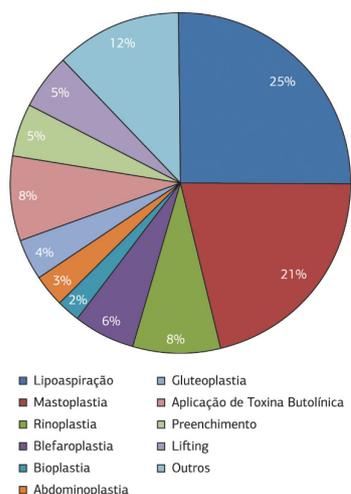


Figura 4. Procedimentos, cirúrgicos ou não, mais citados nas notícias classificadas como estéticas.

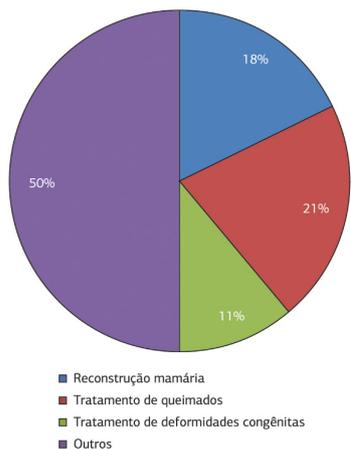


Figura 5. Procedimentos, cirúrgicos ou não, mais citados nas notícias classificadas como reparadoras.

Tabela 1. Caracterização das notícias ao longo de 4 anos, segundo protocolo previamente estabelecido (Apêndice A).

| | Estética | | | Reparadora | | | Não Classificável | | | Estética e Reparadora | | |
|---------------------------------|----------|--------|---------|------------|-------|---------|-------------------|-------|---------|-----------------------|-------|--------|
| | N | Média | DP* | N | Média | DP* | N | Média | DP* | N | Média | DP* |
| Pessoa famosa | 446 | 111,5 | ± 62,56 | 52 | 13 | ± 7,07 | 4 | 1 | ± 1,41 | 2 | 0,5 | ± 1 |
| Programa de TV | 48 | 12 | ± 6,68 | 3 | 0,75 | ± 0,96 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tratamento não cirúrgico | 155 | 38,75 | ± 12,87 | 9 | 2,25 | ± 1,5 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | ± 1,41 |
| Normas | 31 | 7,75 | ± 4,57 | 2 | 0,5 | ± 0,58 | 17 | 4,25 | ± 4,64 | 0 | 0 | 0 |
| Riscos e cuidados | 253 | 63,25 | ± 16,17 | 40 | 10 | ± 10,10 | 42 | 10,5 | ± 5,97 | 2 | 0,5 | ± 0,58 |
| Médico | 531 | 132,75 | ± 28,48 | 155 | 38,75 | ± 4,35 | 78 | 19,5 | ± 8,35 | 30 | 7,5 | ± 1,91 |
| Especialista SBCP | 390 | 97,5 | ± 11,93 | 135 | 33,75 | ± 6,18 | 68 | 17 | ± 6,93 | 29 | 7,25 | ± 2,36 |
| Não especialista | 49 | 12,25 | ± 6,99 | 0 | 0 | 0 | 5 | 1,25 | ± 1,5 | 0 | 0 | 0 |
| Erro médico | 103 | 25,75 | ± 14,36 | 17 | 4,25 | ± 3,30 | 12 | 3 | ± 1,41 | 1 | 0,25 | ± 0,5 |
| Procedimento | 620 | 155 | ± 28,83 | 236 | 59 | ± 4,16 | 22 | 5,5 | ± 3,32 | 25 | 6,25 | ± 5,31 |
| Membro SBCP | 163 | 40,75 | ± 8,06 | 29 | 7,25 | ± 4,92 | 33 | 8,25 | ± 4,72 | 14 | 3,5 | ± 2,64 |
| Jornal | 1258 | 314,5 | ± 95,21 | 414 | 103,5 | ± 13,89 | 140 | 35 | ± 12,83 | 43 | 10,75 | ± 4,99 |
| Revista | 108 | 27 | ± 11,49 | 9 | 2,25 | ± 0,96 | 6 | 1,5 | ± 1,73 | 4 | 1 | ± 1,41 |

*DP: Desvio Padrão.

nas demais, como a citação de pessoas famosas, os riscos e cuidados dos procedimentos cirúrgicos ou não, assim como a presença de médicos, especialistas ou não. Ainda que mais presentes, estes elementos não são suficientes para elucidar a abrangência de atuações do cirurgião plástico, assim como apresentam informações superficiais sobre os temas que se propõe discutir sobre a especialidade.

Segundo o estudo de Reid e Malone⁴, dois terços das notícias analisadas por eles retrataram a especialidade como isenta de riscos e sem menção de possíveis complicações. Em nosso estudo, resultado semelhante foi encontrado. Neste, se observou um menor número de citações aos riscos, cirúrgicos ou não. Em 337 notícias, houve menção a riscos e cuidados, fato que representa menos que a metade das notícias analisadas.

Cronemberger et al.¹⁰ mostraram que os pacientes não utilizam as informações presentes na *internet* para decidir se irão se submeter à cirurgia, mas sim para obter conhecimento a fim de atenuar possíveis angústias em relação ao procedimento. Em nosso estudo, foi possível notar que tanto o conteúdo quanto a qualidade das informações disponibilizadas pela mídia impressa, por jornais ou revistas, são insuficientes a respeito dos riscos a que se está exposto e dos cuidados que devem ser tomados ao se submeter a qualquer tipo de procedimento, seja este cirúrgico ou não. Dessa forma, ainda que essas informações possivelmente não influenciem na decisão dos pacientes, o conteúdo disponibilizado na mídia brasileira é insuficiente em caráter informativo, a fim de sanar possíveis dúvidas antes da realização de quaisquer procedimentos.

É possível que o discurso estético veiculado pela mídia associado à especialidade esteja atrelado à mercantilização do corpo. Este se tornou um produto lucrativo em nossa sociedade, já que os temas ligados à beleza gerariam maior interesse nos leitores. Tal fato proporciona maior visibilidade a jornais ou revistas, aumentando assim o seu nível de circulação e lucro. Desse modo, vincular a especialidade cirúrgica plástica a este discurso pode ser de maior interesse ao corpo editorial do que a publicação de um estereótipo reparador, uma vez que a este se liga o conceito de deformidades e não o de beleza.

Quanto à distribuição geográfica das notícias, observa-se que há destaque das Regiões Sudeste e Nordeste. Este achado pode estar relacionado com a distribuição da população, sendo o sudeste e o nordeste as regiões mais populosas do país¹¹. Assim como é possível que a maior expressão do sudeste em nosso estudo tenha relação com o fato de que jornais e revistas de grande circulação nacional têm sua sede de publicação inicialmente nesta região, ainda que circule por todo o país.

Apesar do maior número absoluto de notícias publicadas nestas regiões, o nosso estudo não apresenta uma análise da acessibilidade das informações publicadas à população, de modo que mais estudos são necessários para dimensionar uma relação mais

precisa das regiões brasileiras com a publicação de matérias ligadas à cirurgia plástica e o acesso da população a estas notícias. Estudos anteriores demonstraram haver uma relação entre a mídia, seja esta impressa ou eletrônica, e o modo como a população acessa as informações e retrata a cirurgia plástica^{10,12}. Agarwal¹², em estudo realizado na Índia, demonstrou que poucas pessoas relacionaram a cirurgia plástica a tratamentos considerados reparadores, como de trauma, deformidades congênitas, câncer e reconstruções, demonstrando assim que a maioria retrata a especialidade como meramente estética. Nesse mesmo estudo, a mídia impressa (revistas ou jornais) e a eletrônica (televisão) foram as principais fontes de informação.

Quando analisados os procedimentos, cirúrgicos ou não, mais citados nas notícias, observa-se o destaque de citações para a lipoaspiração e a mastoplastia, frente aos demais. É possível que este achado tenha uma relação com o número destes procedimentos realizados no Brasil. O Instituto de Pesquisa Datafolha³ demonstrou que, dos 73% das cirurgias consideradas estéticas no país, 21% foram de mastoplastia de aumento, enquanto 20% foram lipoaspirações, sendo estes os dois procedimentos mais realizados. Desse modo, apesar da possibilidade de haver significância estatística na relação entre o número destes procedimentos realizados no Brasil e o número de suas citações na mídia, novos estudos são necessários para afastar a possibilidade desta relação ser fruto do acaso. Estabelecer dados mais precisos poderia esclarecer melhor as interações entre a atuação do cirurgião plástico no país frente ao interesse da mídia brasileira em noticiar.

Quanto aos procedimentos considerados reparadores, resultados divergentes foram encontrados em relação a outros autores⁴. Em nosso estudo, a reconstrução mamária e o tratamento de queimados e de deformidades congênitas foram os procedimentos mais citados nas matérias consideradas reparadoras. Reid e Malone⁴ mostraram que os atendimentos ao trauma e às queimaduras foram os mais citados. É possível que esta diferença exista em virtude do desenho dos trabalhos. Em nosso estudo, não houve determinação prévia a respeito dos procedimentos reparadores que possivelmente seriam encontrados, pois a livre demanda da análise das matérias levou aos achados dos procedimentos mais citados. Reid e Malone⁴ determinaram previamente que, uma vez classificada como reparadora a matéria, esta poderia estar relacionada ao atendimento do trauma, de queimados, infecções ou problemas oncológicos.

CONCLUSÃO

Observou-se que o conceito da cirurgia plástica veiculado pela mídia está frequentemente associado à realização de procedimentos estéticos. Dessa forma, geralmente, não é veiculado o amplo papel que a especialidade tem na correção de deformidades que

acometem o corpo humano. Este fato se deve aos ideais de beleza e à busca das pessoas pela perfeição corporal, aspectos bastante explorados pela mídia. Tanto o conteúdo quanto a qualidade das informações disponibilizadas pela mídia a respeito da cirurgia plástica são insuficientes para esclarecer o público de forma adequada sobre o verdadeiro papel da especialidade e os cuidados que devem ser tomados ao se submeter a qualquer tipo de procedimento cirúrgico.

REFERÊNCIAS

1. Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica – SBCP. Dicionário de A a Z [Internet]. São Paulo: SBCP; 1998 [citado em 2014 Jul 12]. p. 6-7. Disponível em: <http://www.cirurgiaplastica.org.br/dic/dicionario.html>
2. Ribeiro RG, da Silva KS, Kruse MHL. O corpo ideal: a pedagogia da mídia. *Rev Gaucha Enferm.* 2009;30(1):71-6. PMID:19653558.
3. Datafolha. Cirurgia plástica no brasil [Internet]. 2009 [citado em 2014 Jul 12]. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/>
4. Reid AJ, Malone PS. Plastic surgery in the press. *J Plast Reconstr Aesthet Surg.* 2008;61(8):866-9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bjps.2008.06.012>. PMID:18675242.
5. Instituto Pró-Livro. Retratos da leitura no Brasil. 3a ed. São Paulo: Instituto Pró-Livro; 2011. p. 42.
6. US Media Consulting. Últimas estatísticas para as mídias brasileiras [Internet]. 2014 [citado em 2014 Jul 12]. Disponível em: <http://brasillink.usmediaconsulting.com/2012/07/ultimas-estatisticas-para-as-a-midias-brasileiras/>
7. Campana ANNB, Ferreira L, Tavares MCGCF. Associações e diferenças entre homens e mulheres na aceitação de cirurgia plástica estética no Brasil. *Rev Bras Cir Plást.* 2012;27(1):108-14. <http://dx.doi.org/10.1590/S1983-51752012000100018>.
8. Forster SS, Laing H. Plastic surgery in the press: is it all about nip and tuck? *J Plast Reconstr Aesthet Surg.* 2008;61(8):864-5. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bjps.2008.05.009>. PMID:18675241.
9. Ribeiro LB. Cirurgia plástica estética em corpos femininos: a medicalização da diferença [Internet]. 2002 [citado em 2014 Jul 12]. Disponível em: <http://www.antropologia.com.br/arti/colab/vram2003/a13-lbribeiro.pdf>.
10. Cronemberger EV, Portocarrero ML, Donato AR, Cunha MS, Barreto TF, Meneses JVL. O uso da internet como fonte de informação sobre cirurgia plástica na Bahia, Brasil. *Rev Bras Cir Plást.* 2012;27(4):531-5. <http://dx.doi.org/10.1590/S1983-51752012000400010>.
11. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Sinopse do Censo Demográfico 2010 [Internet]. 2011 [citado em 2014 Jul 12]. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/0000000402.pdf>.
12. Agarwal P. Perception of plastic surgery in the society. *Indian J Plast Surg.* 2004;37(2):110-4.

*Autor correspondente:

Daniel Santos Corrêa Lima

Rua Dr. Raimundo Magaldi, 220 – Costa Azul – Salvador, BA, Brasil

CEP 41760-020

E-mail: dscorrealima@gmail.com

Apêndice A. Protocolo previamente estabelecido ao qual as notícias foram submetidas.

| | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Estética | <input type="checkbox"/> Reparadora | <input type="checkbox"/> Não classificável |
| <input type="checkbox"/> Pessoa famosa | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Programa de TV | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Tratamento não cirúrgico (creme, laser, peeling, etc) | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Normas do CFM, CRM, SBCP | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Riscos e cuidados com a cirurgia | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Médico é mencionado | <input type="checkbox"/> Especialista pela SBCP | <input type="checkbox"/> Não especialista _____ |
| <input type="checkbox"/> Faz referência a possível imperícia, imprudência ou negligência do profissional | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Procedimentos citados | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Necessidade de procurar membro da SBCP | _____ | |
| <input type="checkbox"/> Jornal | <input type="checkbox"/> Revista | Data _____ Nome/local _____ |