

conexão

A revista do médico Unimed

*Entrevista: Frei Betto ●
e tudo aquilo de
que não precisamos
para sermos felizes.*

*Artigo: Um novo olhar ●
sobre a remuneração
dentro do cooperativismo.*

PEQUENAS MENTIRAS,
GRANDES
CONSEQUÊNCIAS.

UNIMED FEDERAÇÃO MINAS. 34 ANOS, COM ENERGIA DE DEZ.

Há 34 anos nascia a Unimed Federação Minas, formada por apenas cinco cooperativas. Com o tempo, a federação desenvolveu-se e ajudou o Sistema Unimed a crescer. Atualmente, a operadora está presente em 849 municípios mineiros, totalizando mais de dois milhões de clientes. São mais de 15 mil médicos cooperados, reunidos em 62 cooperativas.

Acreditamos que superar desafios é mais fácil quando temos com quem contar. Por isso, trabalhamos para que a Unimed Federação Minas se torne referência para todo o Sistema. Uma instituição sólida, com 34 anos de experiência e fôlego de criança para continuar crescendo.



Referência Unimed
Integração · Participação · Transparência



Carta ao médico

A ideia de mudar completamente a publicação institucional da Unimed Federação Minas nasceu em 2010. A intenção era materializar em suas páginas a nova filosofia da instituição, baseada nos pilares transparência, integração e participação. Todo o projeto gráfico e editorial foi repensado, levando-se em conta essa nova fase, e o resultado desse trabalho foi o nascimento de uma nova revista.

É com muito prazer, portanto, que apresento a vocês a Conexão.

Conectar é interligar dois ou mais elementos, promovendo a comunicação entre eles. Daí o nome Conexão ser a simbologia perfeita para uma instituição que trabalha todos os dias para integrar as 62 Unimed Minas, que juntas reúnem 15 mil médicos no Estado.

Aliás, nossos cooperados ganham destaque já na capa, pois a Conexão se propõe a ser a Revista do Médico Unimed, esteja ele à frente do seu consultório, clínica, hospital ou na gestão de uma de nossas cooperativas.

A Revista Conexão inova ao levar informação e análises que interessam diretamente ao médico, com textos claros, leves e visual moderno. Aqui você vai encontrar notícias de qualidade do universo Unimed e da Saúde Suplementar, assuntos de gestão, saúde, qualidade e estilo de vida, sustentabilidade, turismo, gastronomia, tecnologia e comportamento, entre outros.

Nossa proposta com essa mudança é aproximar, é investir em relacionamentos cada vez mais transparentes. Queremos você mais perto. Venha com a gente na leitura dessa nova revista. Mas, antes, não custa nada lembrar: sem a sua participação não existe a Conexão.



Boa leitura!

Marcelo Mergh Monteiro

Presidente-executivo



Inovação

É cada dia mais comum a busca de informações sobre a própria saúde na internet. Como médicos e clientes lidam com essa facilidade?



Por dentro da Lei

O uso do jaleco fora do ambiente de trabalho provoca discussões e gera polêmica entre a população.



Suplemento Saúde

Ainda permanece a dúvida quanto aos prazos de marcação de consultas.

Capa

Nos consultórios, os clientes falam pequenas mentiras que podem comprometer o diagnóstico.

16

conexão
A revista do médico Unimed



ANS - nº 36394-4

Expediente: Revista Conexão - Publicação da Federação das Unimeds de Minas Gerais • Diretoria Executiva: Marcelo Mergh Monteiro - Presidente Executivo / Cláudio Laudares Moreira - Diretor de Integração e Mercado / Paulo César de Araújo Rangel - Diretor de Controle • Conselho de Administração: Helton Freitas - Intrafederativa Inconfidência Mineira / Delandre Coelho Duarte - Comitê Regional II / Moacir de Melo Júnior - Intrafederativa Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba / Marco Antônio de Oliveira Lacerda - Intrafederativa Zona da Mata / Paulo Cesar Januzzi de Carvalho - Intrafederativa Sul de Minas / Jeferson Almeida Miranda - Intrafederativa Leste Nordeste Mineiro • Conselho Fiscal: Renato de Souza Gomes - Unimed São João Nepomuceno / Aguinaldo Camilo de Andrade - Unimed Campo Belo / Antônio de Pádua Brandão Raposo - Unimed Sete Lagoas / Paulo Sergio Freitas - Unimed Uberlândia / Rotizen Lage Reggiani - Unimed Inconfidentes / Amauri de Oliveira - Unimed Caratinga • Junta Eleitoral: Heitor Sette Filho - Unimed Sudoeste de Minas / Cássio Costa - Unimed Norte de Minas / Célio Marcos de Oliveira - Unimed Caratinga • Conselho Editorial: Luiz Otávio Andrade - Assessor de Regulação e Saúde Integral / Sheyla Bertholasc Leite - Superintendente de Desenvolvimento e Relacionamento / Cristiano Silva Rocha - Superintendente de Negócios / Rony Hudson Flores - Gerente de Comunicação e Marketing / Soraya Fernandes - Analista de Comunicação e Marketing / Méri Grossi - Scritto Comunicação Empresarial • Jornalistas Responsáveis: Soraya Fernandes MG 07511P - Méri Grossi Mtb 4549 • Produção: Scritto Comunicação Empresarial - Tel. (31) 3227-0969 • Colaboração: Luza Marinho, Claudia Amaral e todos aqueles que nos enviam notícias • Fotos: Giuliano Cretiu • Programação visual e editoração: Arte Grafia Comunicação Tel/fax: (31) 3487-4499 - artgrafia@uol.com.br • Pré-impressão e impressão: Gráfica Formato • Tiragem: 16.300 exemplares • Fale conosco: (31) 3277-2584 • E-mail: comunicacao@unimedmg.com.br - Av. Brasil, 491 - Santa Efigênia - CEP: 30140-001 - Belo Horizonte - MG - www.unimedmg.com.br • É permitida a reprodução de qualquer matéria desde que citada a fonte. As opiniões dos artigos assinados são de responsabilidade dos autores.



20

Entrevista

Frei Betto fala da vida atual cercada de ofertas e produtos desnecessários.



24

Aqui tem Unimed

São João del-Rei mantém a tradição de chamar os fiéis com o dobre dos sinos das igrejas da cidade.



28

Estilo

Vá de branco, sem medo. Dicas da jornalista e consultora de imagem e estilo Méri Grossi.

- 6 **UNIVERSO UNIMED** O sistema de Intercâmbio Eletrônico entre UnimedS recebe novos aplicativos e reduz os prazos de autorizações para os clientes.
- 8 **ESTETOSCÓPIO** O dia a dia na saúde.
- 19 **SUSTENTABILIDADE** UnimedS se engajam nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.
- 23 **GESTÃO & MARKETING** O especialista Hélio Moreira comenta a formação de boas marcas na área de saúde.
- 27 **ARTIGO** Marcelo Mergh: A remuneração médica no cooperativismo.
- 30 **TEMPO LIVRE** Médicos cooperados contam o que fazem fora dos consultórios.

INTER

ENTENDA O
QUE ELE SIGNIFICA
PARA AS UNIMEDS
E PARA VOCÊ

Foto: Unimed BH



Ser atendido por uma Unimed em qualquer parte do Brasil ficará mais fácil com as novidades do Intercâmbio Eletrônico.

Pense em um país com dimensões de um continente e grande variedade cultural. Como é possível uma operadora de planos de saúde atender clientes de uma ponta a outra? A resposta está no intercâmbio, um dos grandes diferenciais do Sistema Unimed frente à concorrência. Essa atividade permite que a Unimed conte com grande capilaridade em sua rede de atendimento, possibilitando que o cliente tenha procedimentos e exames autorizados mesmo fora de sua cidade.

CÂMBIO

E para que essa operação funcione na prática é fundamental que ela seja bem gerida. Para isso, a Unimed do Brasil, organizadora do intercâmbio no âmbito nacional, atualiza, a cada dois anos, o Manual Nacional de Intercâmbio, que normatiza esse processo entre as cooperativas e busca proporcionar agilidade, eficiência e qualidade dos serviços prestados por todo o Sistema Unimed. A nova edição entra em vigor dia 1º de junho e contempla novas realidades tecnológicas, legais e mercadológicas.

"O grande avanço da nova edição é a consolidação do intercâmbio eletrônico

em todas as etapas do processo, desde a autorização para a realização do procedimento médico até ao pagamento da Nota Fiscal, passando por possíveis contestações e glosas", explica o presidente da Unimed Federação Minas, Marcelo Mergh Monteiro, relator representante de Minas Gerais na reedição do Manual junto ao Fórum Unimed. As mudanças vão impactar diretamente as Unimeds, em especial nas atividades relacionadas à Auditoria Médica, que passarão a ser apoiadas por recursos computadorizados.

"A mudança é no processo interno de gestão do Sistema Unimed, mas os médi-

cos e os pacientes atendidos por eles sentirão os benefícios diretos com as liberações das guias", afirma a superintendente da Unimed Federação Minas e responsável por coordenar esse processo em Minas Gerais, Sheyla Bertolasce Leite. A tecnologia deve acabar também com o volume de papel que circula entre as Unimed e colocar todas as informações na esfera virtual. Ainda para os médicos cooperados, a evolução do intercâmbio eletrônico resultará na redução do prazo de recebimento do pagamento de atendimentos a clientes de outros municípios, já que toda a tramitação será realizada via internet. ■



SERVIÇO APRIMORADO

Realizado pela Unimed do Brasil, o novo sistema de intercâmbio eletrônico adequa-se também às regras da Agência Nacional de Saúde, do Conselho Regional de Medicina e às demais legislações nacionais relacionadas ao serviço de atendimento de saúde. "Hoje temos uma interface única para autorização que independe, inclusive, do sistema de gestão usado nas Unimeds", afirma a gerente de Intercâmbio da Unimed do Brasil, Maria do Carmo Massarelli. Ela ressalta que essa ferramenta é disponibilizada gratuitamente para as Unimeds de todo o Brasil.

Maria do Carmo também destaca como avanços a busca pela realização 100% eletrônica dos serviços. "A Unimed que

não tem sistema próprio instalado pode utilizar este que é compatível em todo o País," afirma. Entre as novidades estão o *chat* de liberação de atendimento, a troca de documentos em um ambiente totalmente seguro e o *Ajius*, um *software* para contestação de cobranças.

Outra novidade é a implantação do GED - Gerência Eletrônica de Documentos, que permitirá que os documentos sejam escaneados ao invés de enviados pelo correio. "De modo geral, as novidades exigem mais das cooperativas, pois o uso do intercâmbio integra de forma mais rigorosa os critérios de ranqueamento para a classificação de excelência feita pela Unimed do Brasil.



"Não se faz saúde sem atenção básica de qualidade. Saúde não se faz dentro do hospital, mas, sim, no meio onde vivemos. Em nosso dia a dia".

Ministro da Saúde, Alexandre Padilha, durante coletiva de imprensa no "Seminário sobre as perspectivas do setor de saúde no Brasil", realizado em São Paulo.

"A história da Unimed-BH tem mostrado que é possível, ao mesmo tempo, conquistar efetivos ganhos para o setor de saúde, buscar incessantemente a valorização do trabalho médico e oferecer assistência de qualidade aos clientes. Essas premissas credenciam a Unimed-BH como referência dentro do cenário da Saúde Suplementar e do Cooperativismo".

Marcelo Mergh Monteiro, presidente-executivo da Unimed Federação Minas, por ocasião do aniversário de 40 anos da Unimed-BH.

"A ciência e a tecnologia só se justificam se estiverem a serviço da dignidade da pessoa humana".

Evaldo D'Assumpção, médico fundador da Sociedade de Tanatologia de Minas Gerais (SOTAMIG), em palestra para profissionais da área de Saúde Integral do Sistema Unimed mineiro.

"Um dos grandes desafios do Sistema Unimed para 2011 continua ser buscar uma tributação mais justa para as nossas cooperativas, bem como sermos mais ouvidos e termos mais espaços no processo que estabelece normas para o setor de saúde, fazendo com que nossas especificidades em relação aos demais atores da medicina privada sejam reconhecidas".

Eudes Aquino, presidente da Unimed do Brasil, em entrevista ao Boletim Política & Poder.



Retorno em mídia supera 2009

Recentemente, a Casa da Notícia - assessoria de imprensa da Unimed do Brasil, por meio da Comissão Institucional Unimed (CIU), disponibilizou a Auditoria de Imagem referente ao mês de dezembro. Com os dados dos 12 meses foi possível traçar um balanço da mídia espontânea da marca Unimed na imprensa durante o ano de 2010, o que equivale a R\$196,4 milhões. Os dados apontam que o retorno de percepção da imagem da Unimed cresceu no período, se comparado a 2009. No último ano, a Unimed ocupou 3.117.684 cm². Em 2009, o espaço foi de 1.586.138 cm, ou seja, R\$157,1 milhões.

O relatório se baseia na soma do espaço, em centímetros, ocupado pelas matérias que citam empresas do Sistema e publicadas na mídia impressa (jornais e revistas) e na internet. Já para se chegar ao valor financeiro, é calculado o investimento publicitário que a Unimed precisaria fazer para alcançar a centimetragem conquistada espontaneamente.

Saúde em números

- Proporção de adultos obesos subiu de 11,4% para 15%.
- 14,2% dos adultos são sedentários.
- A proporção de brasileiros fumantes caiu de 16,2% para 15,1%.
- Mais mulheres estão exagerando na bebida: o número subiu de 8,2% para 10,6%.

(*dados do Vigitel Brasil 2010, do Ministério da Saúde)



Nova sede da Unimed Alto São Francisco

Paulo César de Araújo Rangel participou da inauguração da nova sede da Unimed Alto São Francisco, no dia 4 de fevereiro, como representante da Unimed Federação Minas. "Lançando nosso olhar para este grande conjunto de cooperativas médicas, com mais 15 mil médicos e 2 milhões de clientes no Estado, enxergamos histórias como a da Unimed Alto São Francisco. A Cooperativa nasceu pequena - em 1992, ainda como Unimed Formiga - mas cresceu amparada por grandes ideais e inspirada pela força dos valores cooperativistas", afirmou Rangel.

Comitê Político Nacional

A Unimed do Brasil estruturou o Comitê Político Nacional do Sistema Unimed, que consolida a proposta de um novo modelo de atuação para a Unimed junto aos poderes Legislativo e Executivo. Paulo César de Araújo Rangel, diretor de Controle da Unimed Federação Minas, esteve

presente ao evento, ao lado do presidente-executivo Marcelo Mergh Monteiro e do diretor de Integração e Mercado, Cláudio Laudares. A iniciativa foi lançada simultaneamente com a publicação "Ações Político-Institucionais da Unimed", no dia 16 de fevereiro, em Brasília (DF).

MG-HOSP

O Projeto MG-Hosp foi escolhido como a melhor experiência estadual em qualificação hospitalar, juntamente ao Prô-Hosp do Governo Estadual. A premiação, que aconteceu no dia 6 de maio, faz parte do II Acredita Minas, simpósio promovido pela Faculdade de Ciências Médicas de Minas Gerais, através do instituto de educação à distância, Ciências Médicas Virtual, em parceria com o Instituto de Acreditação e Gestão em Saúde - IAG.

34 anos da Unimed FEDERAÇÃO MINAS

Em março de 2010, a Unimed Federação Minas passou por mudanças no seu modelo de gestão, assumindo o seu papel político e institucional de fomentar o crescimento e a integração das Unimeds no estado. E, com um objetivo claro, a instituição passou a trabalhar para se tornar referência para as Unimeds mineiras na prestação de serviços e para o público em geral como representante das cooperativas médicas no estado. Fundada em 19 de março de 1977, a Uni-

med Federação Minas compõe hoje um sistema complexo que envolve 62 cooperativas, mais de 15 mil médicos cooperados e mais de 2 milhões de clientes em 849 municípios mineiros. "Esses números não só demonstram nosso desenvolvimento como também nos lembram que nossa evolução passa pelo aprimoramento de nossos relacionamentos", afirma o presidente-executivo da Unimed Federação Minas, Marcelo Mergh Monteiro.

Consultórios em REDE



"Doutor, eu li na internet que...". A frase, ouvida com frequência pelos médicos, retrata a mudança no perfil dos pacientes que chegam aos consultórios. Com a inclusão digital, um número cada vez maior de pessoas está tendo acesso à internet. De acordo com o instituto de pesquisas Ibope, 73,9 milhões de brasileiros possuem acesso à rede em casa. E, segundo recente pesquisa do *Bupa Health Pulse*, da *London School of Economics (LSE)*, cerca de 10 milhões de brasileiros fazem pesquisa sobre saúde com regularidade. No entanto, somente 25% checam a fonte dos dados. Cada vez mais, os internautas buscam todo tipo de informação no Google e em redes sociais, incluindo pesquisas sobre doenças, sintomas, medicamentos, tratamentos e custos.

É o caso, por exemplo, da coordenadora de Marketing Kátia Andrade, 28 anos. Ela conta que as respostas sucintas ou técnicas dos médicos a deixam curiosa para entender melhor os diagnósticos. "Em casa, sem ansiedade, é mais fácil pensar em todas as nossas dúvidas e buscar mais informações a respeito do que nos foi falado no consultório", afirma. Kátia já questionou alguns médicos e conta que foi alertada sobre o equívoco que essas pesquisas podem trazer. "Realmente a busca por respostas em sites pouco con-

fiáveis ou em redes sociais pode provocar muitos conflitos de informação", admite.

Por conta desse *boom* de informações no mundo virtual, cada vez mais os profissionais de saúde têm buscado se atualizar continuamente para esclarecer seus pacientes que obtiveram dados, sejam eles verdadeiros ou falsos, na *web*.



Kátia Andrade:
"Depois da consulta, em casa é mais tranquilo procurar detalhes do que o médico disse".



*José Celso Guerra, gastroenterologista:
"Nem sempre as informações da internet são verdadeiras".*

Isso também justifica a presença desses profissionais em sites de debate, fóruns científicos e também nas redes sociais.

Orkut, Twitter e Facebook são ferramentas que hoje podem trazer solução e conforto para pessoas que sofrem de doenças raras ou crônicas, mas podem surtir efeito contrário também. "A troca de experiência entre pacientes, conversas com médicos e outros relatos contribuem para aliviar a ansiedade do paciente", afirma o gastroenterologista José Celso Cunha Guerra Pinto Coelho. "O problema é que nem sempre as informações são verdadeiras e muitas vezes não correspondem ao diagnóstico real do paciente". Mesmo quando as informações são pertinentes, o grau de intensidade da doença pode ser muito inferior às informações obtidas, que normalmente são amplas como bulas de remédio. "Como tudo na internet, não haverá prejuízo se a fonte da informação for confiável como os sites oficiais das Sociedades de Medicina, dos Conselhos Regional e Federal de Medicina e da Associação Médica. O site da Unimed-BH, por exemplo, contém ótimas fontes e informação seguras para os usuários", afirma José Celso.

Outro lado das redes sociais, *blogs* e *sites* é o encontro dos profissionais de medicina com a comunidade científica do mundo inteiro. Para o cirurgião geral, Carlos Romero Lemos, as redes sociais contam hoje com grande adesão de instituições médicas e de outras ligadas ao setor saúde, além de inúmeros pacientes, médicos e outros profissionais da área. Para ele, a adesão com certeza facilita a in-

tegração, a comunicação e a troca de experiências, estreitando laços e possibilitando benefícios comuns aos usuários. O cirurgião vê com bons olhos tanto a busca de informações feita pelo paciente como as vivências médicas realizadas. Para ele, na maioria das vezes, o acesso à internet ajuda a esclarecer determinados procedimentos, suas consequências positivas e negativas, mas é preciso estar sempre atento aos critérios éticos e da responsabilidade médica. "Assim, pode-se até melhorar a relação médico-paciente, aumentando a confiança", afirma. ■



*Carlos Romero, cirurgião:
"Os médicos e pacientes podem estreitar laços com a internet".*

O QUE DIZ O CÓDIGO DE ÉTICA MÉDICA

O Código de Ética Médica, em decorrência do dever de sigilo profissional, veda qualquer referência a casos clínicos identificáveis, exibir pacientes ou seus retratos em anúncios profissionais, divulgação de assuntos médicos em meios de comunicação em geral, mesmo com autorização do paciente (Art. 75). É vedado, ainda, ao médico, divulgar, fora do meio científico, processo de tratamento ou descoberta cujo valor ainda não esteja expressamente reconhecido cientificamente por órgão competente (Art. 113).

O Código de Ética Médica ainda prevê regras para o comportamento dos profissionais da Medicina nos meios de comunicação em massa, como a internet, tais como a proibição de divulgar informação sobre assunto médico de forma sensacionalista, promocional ou de conteúdo inverídico ou, ainda, de consultar, diagnosticar ou prescrever por qualquer meio de comunicação do gênero. Se o médico cometer qualquer falta grave, como o desrespeito ao Código, poderá ter o exercício profissional suspenso mediante procedimento administrativo.

O uso do jaleco fora do ambiente de trabalho provoca discussões e gera polêmica entre a população. Será que, com a nova lei municipal, os profissionais de saúde de Belo Horizonte vão deixar de usá-lo nas ruas?



Percorrendo a região hospitalar de Belo Horizonte, foi possível confirmar que é muito comum encontrar profissionais da área de saúde pelas ruas, trajando jaleco. Os médicos que o estavam usando, não quiseram comentar o assunto. Alguns alegaram pressa, outros apenas disseram que não gostariam de ser entrevistados. Porém, os médicos que estavam sem o jaleco ficaram à vontade para conversar e se declararam a favor da lei, mas admitiram a dificuldade de vê-la colocada em prática. "Na área hospitalar, onde os médicos atendem em diversos hospitais próximos e se locomovem a pé, os médicos acham bem mais fácil levar o jaleco no próprio corpo", comentou o especialista em cirurgia geral, Mateus Drumond. "Acredito que o que deve ser usado mesmo é o bom senso". ■

O médico Mateus Drumond diz que é mais fácil para os profissionais levarem o jaleco no corpo.



Edimilson Moreira espera que os médicos tirem o jaleco em bares, restaurantes e lanchonetes.



Jaleco

SÓ NO CONSULTÓRIO

Luís Henrique Carvalho Penna é dono de um restaurante localizado na região hospitalar de Belo Horizonte. Próximo ao balcão de *self service*, ele deixa um aviso em destaque: "Recomendamos aos profissionais da área de saúde não usarem o jaleco dentro do restaurante".

O aviso está lá há mais de dois anos, mas nem todos respeitam e, segundo o proprietário, muitos clientes se queixam quando há profissionais de saúde portando o jaleco no momento de servir-se. "Muitos profissionais observam a indicação, mas há aqueles que insistem no uso do jaleco e somos obrigados a abordá-los diretamente", conta Luís Henrique, para quem a medida ajuda a manter os alimentos longe de contaminação.

A lei municipal que proíbe o uso de jalecos, aventais e demais vestes de proteção pelos profissionais da área de saúde fora do ambiente de trabalho foi sancionada em 18 de março pelo prefeito de Belo Horizonte, Márcio Lacerda. O prefeito vetou, no entanto, os artigos que abordam as punições, multas e advertências, por confiar no bom senso e na consciência dos trabalhadores do setor. Em Belo Horizonte, a Lei do Jaleco, que tem o nº 10.136, entra em vigor no segundo semestre de 2011.

O especialista em infectologia da Sociedade Mineira de Infectologia, Carlos Starling, diz que o uso do jaleco é uma questão de bom senso. Para ele, a nova lei

é ineficaz e não tem fundamento científico. "Primeiro, porque a maior preocupação de prevenção deve ser focada na higienização completa das mãos, esterilização dos instrumentos médicos-cirúrgicos, entre outros. Se for assim, os sapatos que o médico está usando, a gravata ou mesmo a calça têm o mesmo 'problema' que um jaleco. Seria um absurdo se o médico tivesse que se trocar por inteiro o tempo todo", afirma o infectologista. Ele admite, no entanto, que o correto é usar o jaleco apenas no ambiente profissional.

Acostumado a atender médicos diariamente em sua banca de jornais e revistas, Edmilson Moura acredita que a nova lei não vai vingar, uma vez que não tem punição. De sua banca, localizada na esquina das avenidas Francisco Sales e Brasil, ele acompanha o vai-e-vem de jalecos, há muitos anos. "Na rua, não vejo problema dos médicos usarem os jalecos. O problema é deparar com eles em lanchonetes e restaurantes", comenta o jornalista.

Dentre os poucos estudos que abordam a questão está uma pesquisa realizada por estudantes da PUC Sorocaba (SP), no ano passado. A pesquisa analisou os jalecos dos residentes do hospital-escola do Conjunto Hospitalar da cidade e constatou que 96% dos jalecos são fontes de bactérias. Entre elas está a *Staphylococcus aureus*, um dos principais agentes de infecção hospitalar. ▶



O infectologista Carlos Starling acredita que a "lei do jaleco" não tem fundamento científico.

Prazo para atendimento a consultas

Cláudio Laudares:
"Vamos aguardar as decisões da ANS, mas algumas Unimeds já estão disponibilizando as agendas dos médicos na internet".



UM PROBLEMA DE AGENDA OU DE ESCOLHA DO CLIENTE?

A resposta a essa pergunta coloca as duas pontas mais frágeis do serviço de saúde em alerta. De um lado, o médico com uma agenda pesada. Do outro, o cliente ansioso para resolver suas questões de saúde. "A resposta não é simples, mas esse é um problema de todos e está ligado às deficiências do setor de saúde no Brasil. Dos dois lados, médicos e clientes, há justificativas bastante coerentes, e ambos têm razão quando reclamam", avalia o diretor de Integração e Mercado da Unimed Federação Minas, Cláudio Laudares.

Em busca de solução para a questão, a ANS – Agência Nacional de Saúde Suplementar iniciou, no ano passado, um movimento para buscar alternativas que sejam viáveis para o mercado. Começou com uma pesquisa pela internet com as operadoras de todo o Brasil e, no começo deste ano, ouviu a sociedade em uma consulta pública, a de nº 37, que ocorreu entre 3 de fevereiro a 4 de março. É dessa consulta que deve sair a regulamentação de prazos para o atendimento. Segundo a assessoria de imprensa da ANS, o processo ainda depende de outras análises e não há data prevista e nem uma tabela de referência para prazos, exceto aquela sugerida (veja no box), no final do ano passado. Mas, por enquanto, ainda não está valendo. Os dados da consulta pública estão sendo consolidados, e a minuta da proposta da Agência passará por uma análise criteriosa para só então virar regra para o setor de saúde suplementar.

A polêmica é tão grande que uma das principais ONGs de defesa do consumidor no País, a PROTESTE Associação de Consu-

midores, enviou, em fevereiro, um ofício para a ANS, pedindo a suspensão da Consulta Pública nº 37, por entender que não há instrumentos de monitoramento e fiscalização dos prazos sugeridos. Para a PROTESTE, o desgaste dos usuários de planos de saúde só acabará se a Agência tiver como controlar o cumprimento das regras a serem fixadas. A pergunta que a entidade faz é a seguinte: Como a Agência irá fiscalizar o cumprimento dos prazos no momento da marcação das consultas, uma vez que a agenda é do profissional de saúde e não da Operadora de Plano de Saúde?

Para o diretor da Unimed Federação Minas a relação entre médico e paciente é muito forte. "Sabemos que existe um compromisso especial assumido entre o médico e o cliente, independentemente de ele ser um profissional liberal, conveniado, cooperado, prestador de serviço em hospitais ou no serviço público. O compromisso com o prazo de atendimento para consultas é im-

portante para quem busca o médico. Afinal, a medicina lida com a vida que para todos é o bem mais precioso", comenta Claudio Laudares. Ele afirma que o momento é de espera pelos resultados da consulta pública e pela norma que regulamentará o prazo para atendimento a consultas. "Aguardamos para ver como a proposta da ANS irá realmente gerar benefícios para médicos e clientes". A despeito disso, informa Laudares, as Unimeds estão preparadas, com uma ampla rede de credenciados e cooperados, para cumprir os prazos sugeridos. Hoje, as grandes Unimeds já disponibilizam para o cliente, através da internet, as agendas dos cooperados e a marcação *online*. "Isso facilita a busca por uma consulta rápida", informa.

Para a Agência Nacional de Saúde, o importante é resolver a polêmica do prazo de atendimento médico, garantindo limites para agenda de consultas e outros procedimentos, conforme a tabela abaixo. ■

Os prazos de atendimento desejados pela ANS*

| | |
|--|----------|
| Consulta básica (pediatria, clínica médica, cirurgia geral, ginecologia e obstetrícia, cardiologia, ortopedia e traumatologia) | 7 dias |
| Consulta nas demais especialidades médicas | 14 dias |
| Consulta de Fonoaudiologia | 10 dias |
| Consulta de Nutrição | 10 dias |
| Consulta de Psicologia | 10 dias |
| Sessão de Terapia Ocupacional | 10 dias |
| Sessão de Fisioterapia | 10 dias |
| Serviços de diagnóstico por laboratório clínico | 3 dias |
| Serviços de diagnóstico por imagem | 10 dias |
| Procedimentos de alta complexidade | 21 dias |
| Internações eletivas | 21 dias |
| Urgência e Emergência 24h | Imediato |
| Consulta de Odontologia | 7 dias |

*Esses prazos ainda não estão em vigor.

PEQUENAS MENTIRAS, grandes



A "mentirinha" contada durante uma consulta é mais comum do que se imagina.



consequências

Uma menina de dez anos pula corda durante a aula de educação física. Sob a supervisão do professor, ela tem que continuar pulando mesmo reclamando de cansaço e dores em um dos braços. Por fim, não aguentando mais, a menina cai desacordada, vítima de um ataque cardíaco. Mais tarde, já no hospital, a equipe médica descobre que a pequena estava tomando, escondido, pílulas para emagrecer, fato que ela havia negado veementemente nas primeiras conversas com o médico. O caso acontece em um episódio da série de TV "House", mas poderia ser em qualquer hospital. A cétrica frase do médico mais famoso da TV, atualmente, encontra coro em diversos profissionais da saúde, que já tiveram que lidar com mentiras ou com a omissão de informações por parte dos pacientes: "Todo mundo mente", afirma convicto o personagem principal da série, Gregory House.

A "mentirinha" contada durante uma consulta é mais comum do que se imagina, e a queixa dos médicos é generalizada. "Pequenas omissões e mentiras são comuns", afirma o clínico geral e nutrólogo Sérgio Mendes Castro. "Mas é preciso separar aqueles que

mentem intencionalmente daqueles que contam mentiras involuntárias", explica. Segundo Castro, há pacientes que simplesmente não percebem que estão faltando com a verdade. "Eles mentem para si mesmos, realmente acreditando que estão fazendo tudo certo", diz. Ele conta que teve uma paciente com problema de obesidade que devia seguir uma dieta prescrita por ele e jurava de pés juntos que es-



tava fazendo certinho. O problema é que a moça não emagrecia de jeito nenhum. Até que um dia, a mãe ligou para o médico reclamando: "Dr. Sérgio, minha filha está comendo demais!" O telefonema só confirmou o que o médico já sabia.

Em casos assim, o médico se apegava à prática clínica e ao diagnóstico. "Os sintomas não mentem, e então passo a questionar a razão do tratamento não estar funcionando. Alguns dizem que o metabolismo está lento, outros não sabem explicar por que o ponteiro da balança insiste em não andar para a esquerda", diz Castro. "Isso é péssimo, porque ficamos numa posição de confiar desconfiando".

A negação da verdade ao médico, obviamente, tem consequências que podem variar de moderadas a graves. No caso contado por Sérgio Castro, acontece uma falha da paciente na condução e aplicação do tratamento. "Se eu acreditasse inteiramente nela, ela manteria o comportamento", diz, lembrando que a paciente continuaria a se consultar com ele indefinidamente sem obter resultado algum, desperdiçando tempo e energia e gerando em si mesma uma enorme frustração. ▶

Dr. House, médico interpretado pelo ator inglês Hugh Laurie, acredita que todo mundo mente.

A frustração talvez seja a mais leve das consequências da mentira ou da omissão de informações por parte dos pacientes. Uma senhora na faixa dos 70 anos foi diagnosticada diabética pelo endocrinologista. O médico, então, prescreveu o uso de insulina para controle da glicemia, e explicou direitinho à senhora e ao filho, que a acompanhava nas consultas, a dosagem e os horários de cada aplicação.

Na consulta seguinte, entretanto, os exames mostraram que a senhora continuava com níveis altos de glicose no sangue, fato que se repetiu por umas três consultas seguintes. Vendo-se sem saída, o

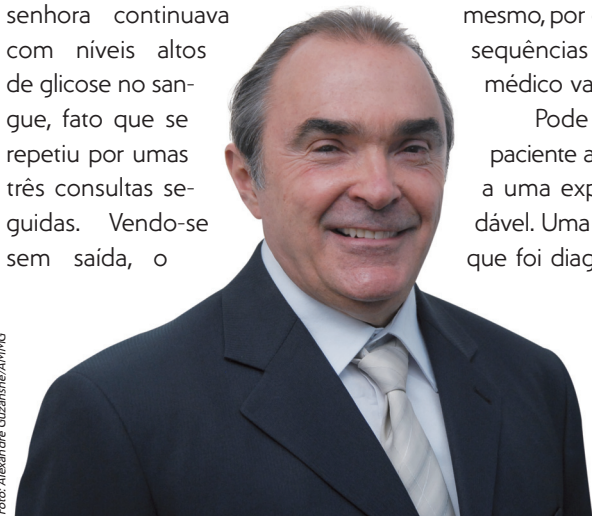
endocrinologista comunicou à paciente e ao filho dela que a encaminharia para outro especialista, uma vez que o tratamento prescrito por ele parecia não dar resultado. Enfim, o filho da paciente confessou que tinha pena de aplicar insulina na mãe e resolveu diluir gotas da substância em água para ela beber.

A história aconteceu com o médico José Codo Albino Dias, endocrinologista e diretor científico da Associação Médica de Minas Gerais. "Quando o paciente mente, mente primeiro para ele mesmo, por desconhecimento das consequências ou por medo do que o médico vai dizer".

Pode acontecer também de o paciente associar a prescrição médica a uma experiência pessoal desagradável. Uma avó que ficou cega depois que foi diagnosticada diabética e pas-

sou a tomar insulina, por exemplo. É sabido que insulina não cega ninguém, mas aquele indivíduo pode introjetar essa percepção errônea dos fatos e rejeitar qualquer tratamento que o lembre do que aconteceu com a avó. "Ele pode, então, mentir durante a consulta para dar a falsa impressão de que está bem", explica José Codo. Com 35 anos de experiência, José Codo consegue perceber quando alguém está faltando com a verdade em seu consultório e alerta para o fato de que, sem transparência na relação médico-paciente, o tratamento indicado pode ser incorreto, a pessoa pode desenvolver alguma complicação clínica, uma doença de controle simples pode virar um problema grave.

Esses mitômanos de consultório podem facilmente ser desmascarados através de exames, mas, quando há sinceridade, não há perda de tempo, o que pode fazer a diferença entre a vida e a morte, em alguns casos. ■



O endocrinologista José Codo diz que o paciente mente primeiro para ele mesmo.



Sérgio Castro, clínico geral: "A experiência ajuda a contornar as situações de desconfiança".

Na hora do diagnóstico

Diante desse desafio, a experiência é uma grande aliada dos médicos. Com o tempo, eles aprendem a perceber que alguma coisa está errada no depoimento do paciente. "A gente desconfia quando eles não estão sendo completamente verdadeiros", entrega Sérgio Castro, que clinica há 32 anos.

No caso dos obesos, ele pede que o paciente faça um diário de tudo o que ingere no dia a dia e na consulta dá um jeito de contornar a situação de forma delicada. "Eu sei exatamente porque o tratamento prescrito não está funcionando, mas prefiro não bater de frente com o paciente, para não

deixá-lo constrangido ou mesmo desanimado. Então, eu digo: é, essa dieta não está dando o resultado esperado, então vamos mudar um pouco isso aqui, vamos tentar outra coisa", conta ele. "O importante é deixar claro que ele é responsável pelo sucesso do tratamento".

José Codo concorda. "Depois de 35 anos de carreira eu consigo perceber quando há algo errado naquilo que o paciente está contando. Mas tenho que ser firme e fazê-lo entender que, se não seguir o tratamento, ele vai sofrer as consequências", afirma, com a seriedade e a convicção de quem sabe que mentir para um médico não é brincadeira.

INVESTIMENTO SOCIAL DAS UNIMEDS TEM FOCO NOS OBJETIVOS DO MILÊNIO

Juntas, as UnimedS investiram R\$ 45 milhões em projetos voltados para a comunidade, sendo a maior parte deles nas áreas de saúde e educação.

O mundo tem metas para chegar ao ano de 2015 melhor. São os oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), definidos em 2000 pela Organização das Nações Unidas (ONU), que, ao analisar os maiores problemas mundiais, listou as principais frentes de atuação internacional. Milhares de voluntários e programas em todos os continentes integram essa rede em prol de um mundo melhor. Em 2009, as UnimedS ampliaram sua atuação e se integraram a essa força mundial com a criação do programa "Unimed Abraça os ODM". "O programa foi criado para alinhar os projetos já realizados pelas cooperativas que contribuem para o alcance das metas estabelecidas pela ONU nos Objetivos do Milênio", explica Aucélio Melo de Gusmão, diretor de Marketing e Desenvolvimento da Unimed do Brasil.

Atualmente, 123 UnimedS têm projetos adequados aos ODM, e o resultado está no Balanço Social de 2009, consolidado em 2010: investimento superior a R\$ 45 milhões voltados para projetos para a comunidade. Pela natureza de sua atuação os trabalhos tendem a ser nas áreas de saúde e educação. "Percebemos que a maioria das UnimedS tem projetos em consonância



*Aucélio Melo de Gusmão,
diretor de Marketing e Desenvolvimento
da Unimed do Brasil.*

com os ODM. Dentre eles, podemos destacar projetos voltados para a comunidade e relacionados à saúde e à educação, que, juntos, beneficiam mais de dois milhões de pessoas. No entanto, esses projetos eram feitos de forma isolada, fator que dificultava o mapeamento real do impacto positivo das ações", informa Aucélio Melo.

Para abraçar os ODM, as UnimedS assinam um termo de adesão e se comprometem a seguir um plano de comunicação, as orientações de como monitorar os indicadores socioambientais locais e análise dos resultados dos seus projetos; cadastram os projetos e ações no Banco de Responsabilidade Social da Unimed do Brasil e se comprometem a envolver as

partes interessadas no engajamento à causa. Em contrapartida, cabe à Unimed do Brasil apoiar, orientar as UnimedS no desenvolvimento de projetos e ações, consolidando as informações e alimentando um mapa, no qual constará o investimento em cada objetivo por região.

"Também cabe à Unimed do Brasil reportar os resultados ao Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD e para imprensa, além de formar um Comitê Nacional para alinhamento das ações e o desenvolvimento de campanhas que contribuam com o alcance dos Objetivos do Milênio. De forma especial, investimos naqueles objetivos ligados à saúde e de geração de trabalho e renda que possam se tornar fornecedores das UnimedS. Outro foco estimulado são ações em projetos sociais e de medicina preventiva, voltados não somente para clientes, mas também para a comunidade", explica Aucélio Melo, diretor da Unimed do Brasil. ■

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

- 1 - Acabar com a Fome e a Miséria
- 2 - Educação Básica de Qualidade para todos
- 3 - Igualdade entre os sexos e valorização da mulher
- 4 - Reduzir a mortalidade infantil
- 5 - Melhorar a saúde das gestantes
- 6 - Combater a AIDS, a malária e outras doenças
- 7 - Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente
- 8 - Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento

DE QUE MESMO EU PRECISO PRA SER FELIZ?



*Frei
Betto*

Andando pelas ruas de Atenas, ao ser abordado por vendedores que interrompem sua caminhada, Sócrates respondia: "Eu estou apenas observando quanta coisa existe de que não preciso para ser feliz". A frase do filósofo grego, que morreu no ano 399 antes de Cristo, inspirou Frei Betto a escrever um de seus artigos mais conhecidos, o "Passeio Socrático".

O tempo que separa Sócrates do frade dominicano - autor de 51 livros e nascido em Belo Horizonte (MG) - não envelheceu essa reflexão, que parece ainda

mais atual neste segundo milênio. O consumo desenfreado vem sendo motivo de incessantes debates, seja pela questão ambiental ou simplesmente porque temos nos questionado com mais frequência se realmente precisamos de tantas "coisas" para sermos felizes.

Frei Betto, que é reconhecido internacionalmente por seu trabalho em defesa dos direitos humanos, da valorização da cultura e do ser humano, falou com a Revista Conexão sobre consumo consciente, a atração exercida pela propaganda e a busca da espiritualidade.

Perdemos o senso da diferença entre conquista e consumo?

Frei Betto: Sim, outrora os bens resultavam de conquistas, desde a caça e a coleta dos povos originários ao artesanato dos medievais. Hoje, os bens abundam no mercado e, em geral, a oferta supera a demanda. Daí a importância da publicidade como indutora do consumo, em especial do consumismo, que é o consumo de supérfluos que, por força da propaganda, aparecem como necessários.

Como o senhor percebe a globalização no que se refere às questões culturais, estéticas, de design e necessidades? O fato de termos tanto acesso a tudo é um malefício?

FB: Faço duas considerações. Primeiro: não há verdadeira globalização. O que predomina é a globocolonização, ou seja, a imposição ao planeta de um modelo de sociedade, o anglo-saxão. Esse modelo, regido pelo capitalismo, é vorazmente consumista. Segundo: quem tem acesso a tudo? A maioria não o tem nem a bens de primeira necessidade, como alimentos saudáveis. Somos hoje 6,7 bilhões de habitantes no mundo, dos quais 4 bilhões vivem abaixo da linha da pobreza, sendo que 1,2 bilhão abaixo da linha da miséria. O que significa que, em países da América Latina, África, sobretudo, a Ásia, falar em direitos humanos soa como luxo, considerando que grande parte da população não tem sequer assegurados seus direitos animais, como abrigar-se das intempéries, comer, educar a cria etc. Se

todos tivessem acesso aos bens essenciais, viveríamos no melhor dos mundos.

O senhor diz que hoje se constroem shopping centers como se fossem catedrais. O senhor se refere à arquitetura ou à força de atração do consumo que esses "templos" promovem...

FB: O paradigma medieval era a fé - catedrais foram erguidas para dar *status* aos povoados. O paradigma da modernidade era a razão - fábricas com enormes chaminés exalavam símbolo de progresso técnico e científico. O paradigma da pós-modernidade é, por enquanto, o mercado - shoppings são construídos segundo linhas arquitetônicas de catedrais estilizadas, como templos de consumismo. Desenvolvo essa ideia, em parceria com Leonardo Boff, no livro "Mística e Espiritualidade". Ali há um simulacro de Paraíso - ausência de mendigos, miséria, degradação; e os bens que agregam valor ao ser humano - o que é um paradoxo - expostos em veneráveis capelas, as lojas, acolitadas por belas sacerdotisas...

Quem pode comprar em *cash* sente-se no Paraíso; quem paga a crédito ou no cheque especial, no Purgatório; quem não pode adquirir os produtos, sente-se no Inferno.

O senhor fala em voltar o desejo para dentro e não colocá-lo para fora. Comente um pouco sobre esse desafio.

FB: Em tudo que o ser humano faz, dizia Aristóteles, até no mal que pratica, ele busca um único fim: a própria felicidade. A motivação dessa busca está no desejo, que pode se direcionar para os bens finitos ou para os bens infinitos, como ressaltava o professor Milton Santos. Ora, a felicidade, por mais que a publicidade queira nos convencer disso, não resulta da soma de prazeres. É uma experiência espiritual, como o amor. Se o desejo é objetivado pela busca de bens finitos, a frustração é inevitável. Portanto, a verdadeira felicidade reside em centrar o desejo, não no Absurdo, mas no Absoluto, naquilo que nos transcende - o próximo, a natureza, Deus.

"Não há verdadeira globalização. O que predomina é a globocolonização".



"Felicidade, por mais que a publicidade queira nos convencer disso, não resulta da soma de prazeres. É uma experiência espiritual, como o amor".



Fale um pouco sobre a lógica religiosa no consumismo pós-moderno.

FB: A publicidade aprendeu a manipular nossos arquétipos mais profundos, como a religiosidade, inerente em todo ser humano, ainda que ele não possua religião e convirja sua devoção para o carro que possui ou a conta bancária cada vez mais robusta... Observe: todas as peças publicitárias estão ancoradas em um dos sete pecados capitais: o cervejão, na luxúria; o hambúrguer, na gula; o novo carro, na vaidade; a poupança bancária, na avareza; a viagem, na preguiça; o celular novo, na inveja etc. Lembra-se do japonês que quebrava o televisor porque não era igual ao do vizinho? A ira.

Fala-se hoje que o dinheiro é virtual, que as maiores transações financeiras não poderiam se concretizar em espécie. Será que vamos voltar ao tempo do escambo, da troca simples, para ajudar a salvar o planeta de um colapso de matéria-prima?

FB: É óbvio. Se o Banco Central estacionar uma fila de jamantas para transportar 70 bilhões de reais estocados na poupança jamais haverá notas e moedas correspondentes a tamanha fortuna. O dinheiro, em quantias milionárias, é sim virtual, mas seu caráter contábil, não, e muito menos sua apropriação privada. O que precisamos não é retornar ao escambo, mas dar um fim à gritante desigualdade social. É um crime de lesa-humanidade saber que quatro cidadãos dos Estados Unidos - Bill Gates, Warren Buffet, Larry Ellison e Paul Allen - juntos, possuem uma fortuna equivalente ao PIB de 42 nações do mundo com 600 milhões de habitantes!

Na opinião do senhor, quais são os valores humanos dos tempos atuais? Quer dizer, o senhor acredita que perdemos na essência com tantas opções para "acalantar" a alma de seus conflitos?

FB: As pessoas querem paz e descobrem que só haverá paz como fruto da justiça e não do equilíbrio de forças. Daí a mobilização em prol da preservação ambiental, da solidariedade entre os povos, da realização do Fórum Social Mundial com o tema "Outro mundo é possível" e, agora, com a luta pelo fechamento das usinas nucleares. Daí o clamor por ética e cidadania, democracia e pelo fim das opressões e discriminações.

Com relação às mídias, TV e internet especialmente, como o senhor avalia a influência de ambos na formação de crianças e jovens? Como a família deve se orientar nesse sentido para amenizar as influências que contrariam suas crenças?

FB: O centro da vida familiar deve residir no diálogo, caso contrário os filhos serão educados - ou deformados - pela mídia, que não visa a formar cidadãos e sim consumistas. Não se trata de proibir,

mas de educar o olhar das crianças perante a TV e a internet, discipliná-las no uso, ajudá-las a fazer a síntese cognitiva de tudo aquilo que assimilam aleatoriamente, de modo que tenham discernimento e senso crítico. E a família deve estar enraizada em valores éticos, princípios morais, espírito de altruísmo.

Finalmente, falemos sobre a fé, a crença em Deus, no ser humano, nos sentimentos nobres. Como o senhor percebe isso na evolução do ser humano? Ou seja, que tempos são estes?

FB: Com a crise das ideologias liberais, há sempre mais busca de sentido para a vida nas religiões. Ora, elas são fenômenos sociológicos e nada representam, se não alimentam em nós a espiritualidade, que consiste na comunhão amorosa consigo mesmo, com os semelhantes, com a natureza e com o Transcendente. Como dizia Rimbaud, o mundo tem, hoje, gula de Deus. Daí a importância de priorizar a espiritualidade - tão antiga como a humanidade - acima das religiões, que existem há apenas 8 mil anos. E isso começa na infância, quando os pais oram com os filhos e celebram juntos as datas de festas religiosas. ■

LIVROS DO AUTOR QUE TRATAM DOS TEMAS DESTA ENTREVISTA

- **O Desafio Ético** (Garamond), em parceria com Luiz Fernando Veríssimo, Cristovam Buarque e outros.
- **Gosto de uva** (Garamond).
- **Mística e Espiritualidade** (Vozes), em parceria com Leonardo Boff.
- **O Amor Fecunda o Universo** - Ecologia e Espiritualidade (Agir), em parceria com Marcelo Barros.

www.freibetto.org

Como anda a saúde DA SUA MARCA?

A marca é uma das peças-chave de qualquer empresa. É ela que traduz os atributos da empresa e a diferencia no mercado. Uma marca de sucesso cria um vínculo emocional que determina a lealdade do cliente. Ao processo de gestão da marca dá-se o nome de *branding*. Quem explica é Hélio Moreira: "o *branding* tem como objetivo planejar e executar ações que serão refletidas na

imagem da empresa perante seu mercado consumidor; e todos os passos da marca devem sempre levar em conta resultados de longo prazo".

Formado em Design e criador da NewGrowing Design e Branding, escritório focado em criação de marcas e identidade para micro, pequenas e médias empresas, Hélio Moreira estudou Publicidade, Desenho Industrial e fez MBA em *Branding*. Segundo ele, está cada vez mais evidente que a marca é um ativo vivo e vai muito além de um símbolo (logo) que estampa o topo de uma clínica. "A marca possui valores, na maioria, intangíveis que estão por trás desse símbolo", afirma.

Para ele, a criação de uma marca é um dos grandes desafios enfrentados pelas empresas, inclusive as da área de saúde. "Uma boa marca precisa ter personalidade e identidade. O clichê não pode existir", diz. E como estão as marcas no setor de saúde? "O mercado de saúde está carente de personalidade, identidade e comunicação. Justamente porque a maioria das empresas do setor

acredita que isso não é importante. As clínicas particulares e hospitais são todos iguais. Você consegue contar nos dedos o empreendedor ou administrador desse segmento que se preocupa em investir a médio e longo prazo na construção da sua marca junto ao seu mercado e público-alvo", afirma Moreira. Além disso, diferentemente de outros segmentos, as instituições de saúde têm de seguir um rigoroso Código de Ética e restrições dos Conselhos (Associação Médica, CRM, CREFITO etc.), na hora de construir e fazer a gestão de uma marca.

"O marketing na área de saúde é tão importante quanto em outras áreas para gerar visibilidade, atrair clientes e se manter ativo no setor", defende o especialista. Para ele, não basta investir na criação de logomarcas, é preciso analisá-las e desenvolver um trabalho amplo para construir marcas fortes em um mundo competitivo e para um cliente imediato e que tem acesso a todo tipo de informação. "Se a identidade visual não conseguir comunicar rapidamente o conceito, ela não será compreendida". ■

DICAS DO ESPECIALISTA EM MARCA

- Faça um plano de negócio consistente, com o maior número de informações da concorrência, ponto comercial e público-alvo.
- Faça um planejamento prévio de comunicação com os diferentes públicos (clientes, associações, imprensa) e mercado-alvo; quebre paradigmas.
- Contrate um profissional para ajudá-lo a CRIAR uma IDENTIDADE para o seu negócio, pois não existe negócio sem identidade.
- Utilize as ferramentas certas de marketing. É fundamental criar uma comunicação que respeite as normas, um *website* consistente, material impresso para divulgação com conteúdo correto. Assim, você conseguirá atrair clientes fiéis ao seu trabalho.

Hélio Moreira,
especialista
em branding.

São João del-Rei A CIDADE ONDE OS SINOS FALAM

Na cidade histórica mineira, a tradição de tocar os sinos das igrejas é mantida até hoje

Já imaginou visitar um local onde os sinos ainda conversam com a comunidade? Assim é São João del-Rei. Pelo repique dos sinos, os moradores da cidade sabem onde será realizada uma solenidade; se haverá procissão; a hora da missa e quem será o celebrante. Através das badaladas dos sinos, é possível saber também se a pessoa falecida era homem ou mulher e até mesmo o horário do funeral.

No passado, quase todas as cidades brasileiras tinham nos toques de sinos o meio de comunicação mais utilizado. As igrejas e capelas podiam até abrir mão da prataria, mas de forma alguma ficavam sem os sinos.

De acordo com Aluizio José Viegas, historiador da Musicologia e Sinos de São

João del-Rei, todas as igrejas e capelas que possuem sinos, na cidade, praticam a "Linguagem dos Sinos". Em cada igreja há um sineiro responsável, que conta com ajudantes jovens para preservar essa peculiar linguagem. "São João del-Rei foi a única cidade brasileira que conseguiu conservar uma série de tradições: as solenidades religiosas, a música sacra em sua prática de coro e orquestra e os toques de sinos em suas múltiplas modalidades rítmicas", afirma Viegas. Os sinos da Catedral Basílica de Nossa Senhora do Pilar, quatro grandes e três pequenos, estão no topo da hierarquia da cidade, são os mais antigos e em maior número. São eles que anunciam o Santíssimo Sacramento e as horas. ▶



O QUE DIZEM OS SINOS

AVISO DE MISSAS

Trinta e quinze minutos antes da celebração é dado o sinal no sino pequeno, em pancadas seguidas. No final de cada toque de entrada, as pancadas espaçadas indicam quem será o celebrante: 3 pancadas, o coadjutor; 4 pancadas, o vigário; 5 pancadas, o bispo; 7 pancadas, o arcebispo.

CHAMADAS

Para enterros ou procissões: 18 pancadas ou mais, no sino grande.

ENTERROS

Homens - três séries de dobres de uma pancada, descaindo os sinos a cada série.

Mulheres - duas séries de dobres de uma pancada, descaindo os sinos a cada série.

Crianças - repiques fúnebres na passagem do féretro pela igreja até atingir o cemitério.

INCÊNDIO

Rebate - pancadas no sino grande, seguido do médio, ligeiras com pequenos intervalos

COMO CHEGAR

AVIÃO

Voos regulares de Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro.

CARRO

de Belo Horizonte - 200 km - pela BR-381 (Rodovia Fernão Dias), direção sul, virando à esquerda na BR-265 até São João del-Rei. Do Rio de Janeiro - 322 Km - pela BR-040 (Rodovia Juscelino Kubitschek), direção norte, virando à esquerda em Barbacena (MG), seguindo pela BR-265. De São Paulo - 502 KM - pela BR-381, virando à direita na BR-265 para São João del-Rei.

A CIDADE

Localizada a 182 quilômetros de Belo Horizonte, São João del-Rei é considerada uma das cidades históricas com as mais ricas heranças culturais de Minas Gerais. Fundada no final do século XVII, por Tomé Portes del-Rei, o município teve grande importância na época do ciclo do ouro. Conhecida por suas tradicionais festas religiosas, principalmente a Semana Santa, e pela música sacra preservada por suas centenárias orquestras, a cidade mantém vivos os costumes herdados. Nos últimos anos, o Festival de Inverno da Faculdade Federal de São João del-Rei também se tornou um grande evento no calendário do município, com exposições, espetáculos de música clássica e popular, dança, teatro, poesia.

As igrejas são parte obrigatória do programa turístico de qualquer pessoa que visite a cidade. Entre as 35 igrejas estão a de São Francisco de Assis, de Nossa Senhora do Carmo, Nossa Senhora do Rosário e Nossa Senhora das Mercês.

Outro passeio bastante procurado é a viagem de "Maria Fumaça", locomotiva que percorre os 12 km até Tiradentes, margeando o Rio das Mortes e a Serra de São José. Das minas, nos arredores de São João del-Rei, sai a matéria-prima para a produção das peças mais cobiçadas da cidade. O estanho dá forma a castiçais, cachepôs, jogos de chá e de café, que encantam os visitantes. ■



UNIMED SÃO JOÃO DEL-REI

Médicos cooperados: 186

Clientes: 20.255

Av. Hermílio Alves, 210
Bairro: Centro - CEP: 36307-398
São João del-Rei - MG
Tel.: (32) 3372-8080

Funcionamento:
segunda a sexta-feira,
das 8h às 17h30



Um novo olhar

sobre a remuneração médica dentro do

COOPERATIVISMO

Por: *Marcelo Mergh Monteiro,*
presidente-executivo da Unimed Federação Minas

O Sistema Unimed de Minas Gerais se consolidou como o mais importante e bem sucedido empreendimento médico do País. Temos 51% de participação de mercado e atendemos mais de 2 milhões de clientes em 849 municípios mineiros. Acompanhando a evolução do mercado, e atendendo o interesse do médico e do paciente, o Sistema cresceu e se solidificou como a grande alternativa para a exploração que vem sendo promovida pela medicina mercantilista.

Com 43 anos de atuação, o Sistema Unimed compõe um verdadeiro instrumento de defesa social e econômica dos médicos cooperados em Minas Gerais. São mais de 15 mil profissionais que, juntos, desenvolvem um modelo de trabalho baseado na soma de esforços para a multiplicação de resultados. Toda cooperativa é uma empresa de propriedade coletiva. Portanto, a Unimed, enquanto cooperativa de trabalho médico, pertence aos próprios médicos cooperados que dela fazem parte.

A Unimed Federação Minas, que representa as 62 Unimeds, cinco intrafederativas e um comitê regional no estado, reafirma seu compromisso em buscar soluções que atendam aos anseios dos profissionais que representa e propõe um novo patamar para o debate sobre a remuneração das consultas médicas. Não há como debater o valor dos honorários médicos sem considerar, com antecedência, outros aspectos que interferem diretamente nas práticas que movimentam o mercado da saúde suplementar.

De acordo com uma pesquisa realizada recentemente pela Unimed Federação Minas, a maioria das Unimeds mineiras paga um valor acima do que é praticado no mercado. Além disso, ao final do exercício administrativo, os médicos cooperados recebem também as sobras da cooperativa proporcional ao trabalho realizado.

Muito além dos honorários, o dado mais relevante apontado por esse estudo é sobre o volume e a diversidade de benefícios oferecidos pelas cooperativas Unimed, que vão desde a proteção social, com a previdência privada, e incentivo à formação profissional, passando pelo estímulo às atividades sociais. O conjunto de vantagens garantidas pelas Unimeds indica um esforço coletivo e integrado pela busca constante de novas perspectivas para a valorização do trabalho médico. Esta será sempre uma premissa que guiará o trabalho da Unimed Federação Minas.

Dentre os diversos outros benefícios ao médico cooperado, que impactam diretamente, tornando a remuneração final muito maior que o valor nominalmente recebido, podemos citar:

- Plano de saúde para o médico e seus dependentes, com cobertura odontológica e aeromédica;
- Seguro por invalidez temporária, Seguro de vida, Previdência privada e Assistência funeral;
- Pagamento da anuidade do CRM, inscrição em congressos médicos, pagamento do ISSQN e contribuição para o INSS.
- Assistência jurídica;



- Bonificação de aniversário, distribuição de sobras com pagamento direto ao cooperado, remuneração de 12% a.a. da cota capital e férias remuneradas;

- Incentivo à participação em congressos mediante programa de pontos.

- Promoção de cursos e treinamentos diversos e ofertas de plano de saúde e/ou cursos de capacitação para secretárias;

Outra pesquisa, realizada no fim de 2010, pelo Instituto Datafolha, em parceria com a Associação Médica Brasileira (AMB), apurou a opinião de médicos a respeito da interferência dos planos de saúde em sua autonomia profissional. Em comparação com as operadoras de Medicina de Grupo, o estudo demonstrou que as cooperativas médicas são as que menos interferem nos procedimentos diários.

O crescimento e o destaque que a Unimed obteve nos últimos 40 anos em Minas só foram alcançados com a participação dos próprios médicos que dela fazem parte. Nossas vitórias são vitórias coletivas, pois é esse o espírito de uma cooperativa.

A Unimed Federação Minas acredita no diálogo permanente e na transparência de suas relações. E, dessa forma, considera que o confronto de boas ideias, além de saudável, contribui para a evolução do sistema de saúde suplementar. ■

Elegância

A tradição de médicos e médicas vestidos inteiramente de branco é antiga, porém não obrigatória. Mas quem não abre mão do *look* branco total, pode escolher produções diárias elegantes, realçando os pontos fortes para formar uma silhueta mais magra. Para ostentar uma silhueta alongada e de branco é preciso apenas alguns cuidados. Toda cor clarinha tem o dom de realçar pequenos defeitos, mas isso não significa que ela engorde. Para evitar isso basta escolher roupas que tenham bom corte, caimento adequado ao corpo, tecidos mais firmes e opacos.

PARA HOMENS



Disfarce a barriguinha com sobreposição. Nesse caso o jaleco ajuda bastante. Invista em calça reta, sem pregas, bolso faça sem volume.



Alongue o pescoço com camisas de colarinho inglês, aqueles que têm golas um pouco mais pontudas.



Ganhe alguns centímetros evitando barras de calças dobradas e deixe a bainha um pouquinho mais comprida que o normal.



Para parecer mais alto, invista também em peças na altura do quadril. Pessoas de estatura baixa devem evitar cortar a silhueta abaixo do joelho.

Mostre elegância com sapatos sempre bem conservados. Para um visual mais atual, escolha bolsas, pastas e mochilas modernas. Evite aquele modelo 007. Calça branca, cintos brancos, sapatos brancos e meias brancas: é sempre bom lembrar.



em

Branco

Por: Méri Grossi

PARA MULHERES



Valorize quadris com calças retas. Use bolsas acima do quadril e evite volumes na região, como mangas de camisas longas dobradas.



Alongue o corpo com camisas e blusas com detalhes na vertical, como abotoamento destacado ou mesmo um decote V. Ganhe cintura, marcando a área com cintos ou faixas finas.



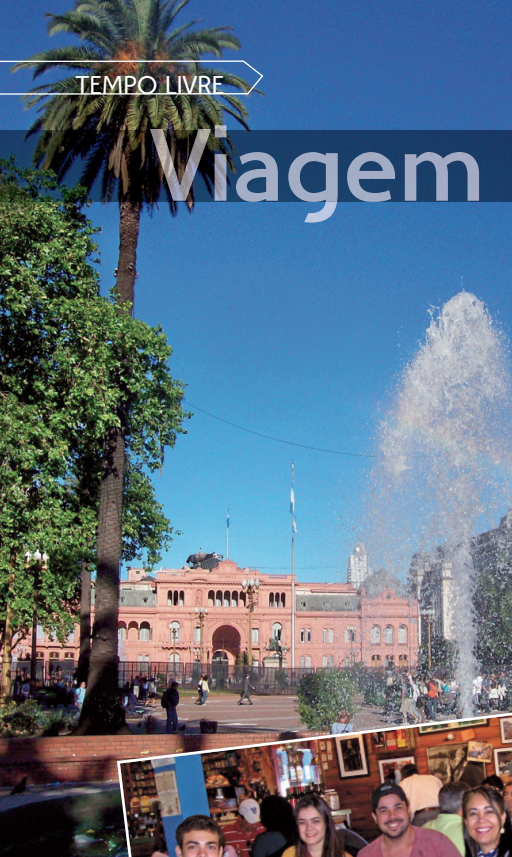
Disfarce a barriguinha com cintura mais alta e recortes abaixo do busto. Disfarce braços gordinhos com mangas do tamanho certo, nem largas nem justas.



Opte por calçados mais fechados, saltos grossos ou sapatilhas de bico arredondado. Evite excesso de cores nos acessórios. Opte pelos tons mais crus, beges e terrosos, que são mais elegantes.

Fotos: Giuliano Cretoiu - Arte: Alberto Lages - Roupas: Primeira Cor - Loja: Av. Francisco Sales, 1455. Funcionários-BH

Viagem



Passeio em Buenos Aires com a família

Ganhei a viagem no último Simpósio das Unimed's de Minas Gerais. Fui com minha família para Buenos Aires por uma semana, em novembro do ano passado. Adoramos! A cidade é linda, tem opções para todos os viajantes. Eu recomendo três programas na cidade. O primeiro é um show de tango. Acho que ninguém deve ir a Buenos Aires sem conhecer a Casa Carlos Gardel. É um espetáculo! Outra opção é para quem gosta de futebol. O Estádio La Bom-

bonera é muito interessante e tem até sócia do Maradona para fotos. Eles cobram cerca de 10 pesos, mas é uma diversão. Quem gosta de movimento deve passear pela Rua Florida. Aliás, ali é um grande centro de compras e tem as melhores marcas a bons preços. Também recomendo a famosa carne argentina.

Marcos Magalhães, oftalmologista, presidente da Unimed Pirapora.

Música



Rock progressivo, CD Metallica & Orquestra Sinfônica de San Francisco

Para correr e fazer exercícios gosto de ouvir música. Gosto de rock progressivo e blues. O rock combina bem com as corridas, que faço enquanto me preparo para minha primeira maratona. Durante os meus treinos de rua com MP3, escuto o CD Metallica & Orquestra Sinfônica de San Francisco. É a maior banda de rock progressivo do mundo, já estive no Brasil e está cotada para o próximo Rock in Rio. É um rock metálico, pesado. Mas esse CD é um dos mais leves, pois tem participação da orquestra. Precisei praticar exercícios, pois com a mudança de Belo Horizonte para Manhuaçu, em 2001, minha rotina de trabalho ficou muito pesada e acabei engordando 17 quilos. Hoje, depois de dois anos, já emagreci 24 quilos. Corro quatro a cinco vezes por semana e nos outros dias faço musculação. Conto com o auxílio de assessoria esportiva para planejamento dos treinos e de nutricionista esportiva.

Frank Nunes, cardiologista, cooperado da Unimed Vertente do Caparaó.



Informação

Revistas Semanais VEJA e ISTOÉ

Como não tenho tempo, me informo através das revistas semanais Veja e IstoÉ. Intercalo a leitura para ter pontos de vista diferentes. O tempo que sobra na prática médica é muito curto. Tenho muitas leituras técnicas de atualização profissional também, mas quando quero descansar mesmo vou para a Fazenda Pouso Alegre, entre Miradouro e Muriaé, onde crio gado de leite da raça Giro-lando. A fazenda me distrai. Descanso mudando de ambiente e pensando em outras coisas, além da medicina. No meu caso, crio gado há 30 anos.



Maurício Abreu Lima Campos, ginecologista e obstetra, presidente da Unimed Muriaé.



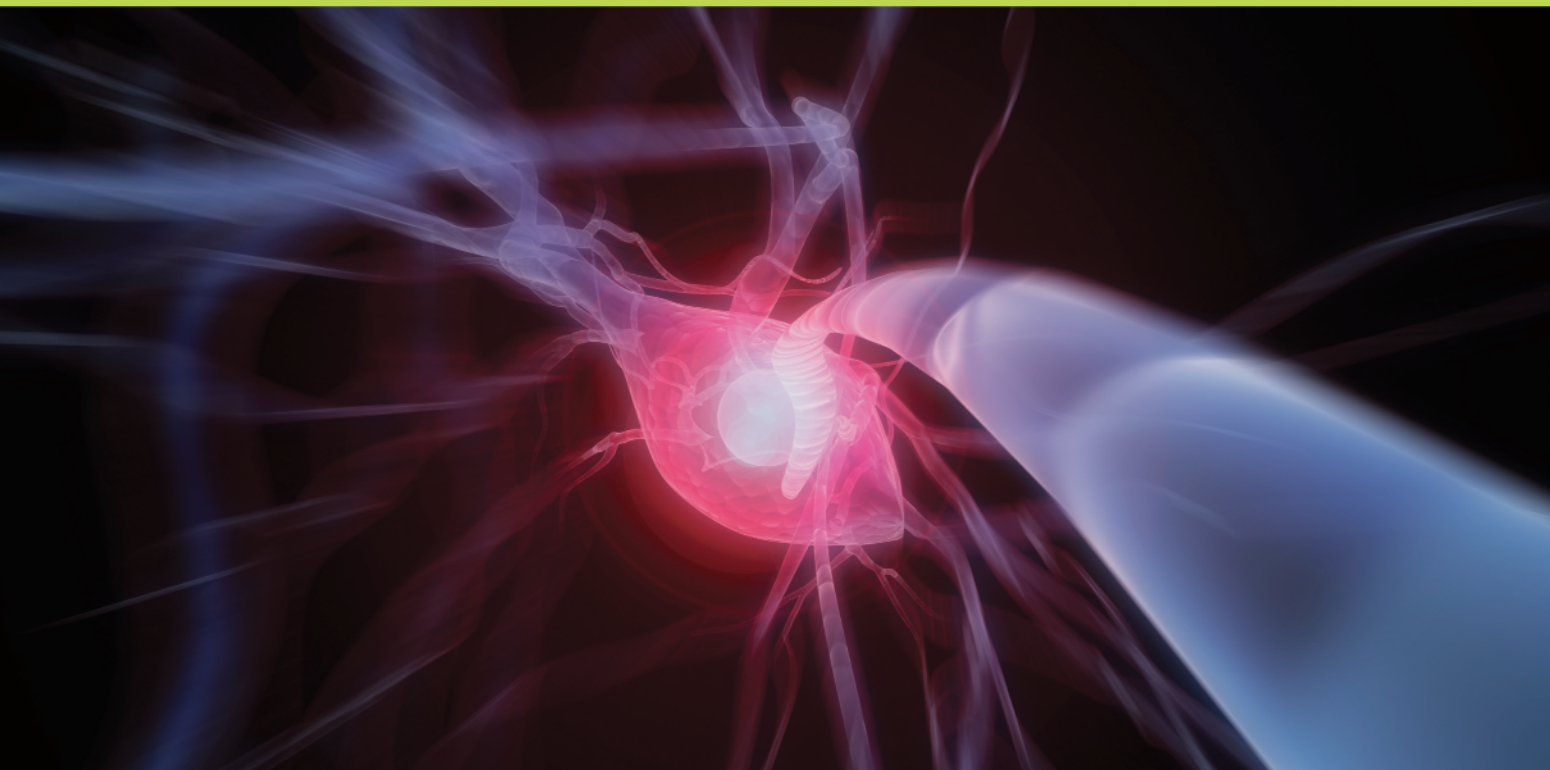
Nesta seção os leitores poderão acompanhar dicas e sugestões sobre cultura, lazer e diversão. Você tem uma dica?

Escreva para: comunicacao@unimedmg.com.br



Aproveite a oportunidade de ganhar visibilidade no estado de Minas Gerais se associando a uma marca de grande credibilidade e falando para um público altamente segmentado e selecionado.

A Revista **Conexão** é o principal veículo de comunicação do Sistema Unimed em Minas Gerais. Mais que uma publicação médica, ela é uma revista de variedades, destinada a um seletivo grupo de 15 mil médicos, além de líderes de empresas e instituições do setor de saúde, donos ou gestores de clínicas, laboratórios e hospitais. Sem dúvida, é uma ótima maneira de divulgar seu negócio de forma direcionada, aumentando o reconhecimento de sua marca em todo o estado de Minas Gerais.



Entre em contato
e saiba como anunciar.

(31) **3277-2584**

comunicacao@unimedmg.com.br


conexão

A revista do médico Unimed

UNIMINAS. QUEM TEM O CÉU COMO LIMITE, CHEGA CADA VEZ MAIS LONGE.



Com 14 anos de experiência, a Uniminas é a empresa de transporte aeromédico de urgência do Sistema Unimed que tem alçado voos cada vez mais altos.

A empresa acaba de ultrapassar a marca de 2 milhões de clientes, tornando-se a maior do País em seu setor.

Com uma equipe médica altamente qualificada, treinada no Brasil e no exterior, e equipamentos com os mais modernos recursos de UTI, a Uniminas garante um atendimento que é referência em segurança, agilidade e atenção ao seu paciente.

UNIMINAS.
PRECISOU A GENTE VAI VOANDO.

0800 9 412 412



www.uniminas.com.br

 **uniminas**
Transporte médico de urgência