



Renato Kalil fala de seus projetos como futuro diretor de Comunicação

Embora a nova Diretoria só assuma em janeiro, o cirurgião-cardiovascular Renato Kalil já está profundamente empenhado na sua futura missão, como diretor de Comunicação da SBC. Ainda durante o **62º Congresso Brasileiro de Cardiologia**, em São Paulo, ele se reuniu com o diretor atual, Carlos Serrano, para conversar sobre seus projetos para a área de Comunicação, entre os quais, o de melhorar o impacto científico dos *Arquivos Brasileiros de Cardiologia (ABC)* e de dinamizar ainda mais o *Jornal da SBC*.

Gáúcho de Bagé, Kalil é professor de Cardiologia da Fundação Faculdade Federal de Ciências Médicas de Porto Alegre (FFFCMPA) e trabalha no Instituto de Cardiologia do Rio Grande do Sul. Casado, pai de três filhos, uma das quais jornalista, é autor de cerca de 160 trabalhos científicos, publicados inclusive no exterior.

Kalil explica que quer dar continuidade à grande melhoria da revista *ABC* ocorrida nos últimos tempos, e espera conseguir, junto com o novo editor, Fernando Bacal, uma maior contribuição dos programas de pós-graduação das instituições de pesquisa. Em contrapartida, os *Arquivos* poderão ser o meio facilitado e qualificado internacionalmente para os pesquisadores brasileiros publicarem seus artigos.

“O impacto de uma publicação no meio científico é medido pelo número de acessos”, ensina, e por isso tudo fará para que os *Arquivos Brasileiros de Cardiologia* sejam mais acessados e citados, o que é facilitado

pela disponibilização dos artigos no Portal da SBC e na *PubMed*, além da inclusão no sistema ISI.

O Portal da SBC é uma das três áreas a cargo da Diretoria de Comunicação, e é um orgulho para a SBC, já que facilitou em muito a inclusão informática do cardiologista, hoje um dos especialistas que, como categoria, mais se vale das facilidades da tecnologia de comunicações.

Quanto ao *Jornal SBC*, a proposta de Renato Kalil é que continue a ser um meio de comunicação dinâmico, buscando assuntos de interesse do médico que não são necessariamente científicos, mas nem por isso menos importantes. Ele cita como exemplos o relacionamento nem sempre fácil com as empresas de seguro-saúde, a defesa profissional, a organização do consultório, a ética, as atividades da SBC em favor de seus associados e, é claro, as variadas formas encontradas pelos cardiologistas para reduzirem o estresse da profissão para, na vida extremamente atribulada que levam, conseguirem um pouco de relaxamento e de lazer. Tudo isso, diz ele, os associados devem encontrar no seu jornal, que para ele precisa ser um meio de comunicação ágil, informativo e gostoso de ler.

A futura Diretoria dará continuidade a programas de sucesso atuais, como a série de livros *Como Tratar* e o programa *MídiaCor*, além de outros a serem divulgados, após a definição do planejamento estratégico da próxima gestão, sob a presidência de Antonio Carlos Palandri Chagas.

Segunda etapa do *MídiaCor* é realizada com sucesso

O **62º Congresso Brasileiro de Cardiologia** recebeu jornalistas de praticamente todos os importantes veículos de comunicação da capital paulista. Dezenas de repórteres de televisão, rádio, internet, jornais e revistas noticiaram o evento e os temas abordados. “Para intensificar ainda mais essa relação entre a mídia e a entidade, promovemos um segundo encontro com os jornalistas”, conta o diretor de Comunicação da SBC, **Carlos V. Serrano Jr.**

Quatro cardiologistas proferiram palestras em linguagem apropriada para os jornalistas e, após, conversaram de forma informal sobre medicina e jornalismo. Os palestrantes foram: Carlos Vicente Serrano Jr., que abordou a “Dengue e as complicações cardíacas”; Antônio Carlos Palandri Chagas falou dos “Desafios da Cardiologia brasileira frente aos fatores de risco cardiovasculares”; Fernando Nobre explicou sobre as “Novas Diretrizes de Hipertensão Arterial”; e Miguel Moretti tratou do “Infarto – um problema de Saúde Pública”.

O *MídiaCor*, que tem o patrocínio da **SanofiAventis** e **Boston Cientific**, recebeu jornalistas dos seguintes veículos: revistas *Época* e *IstoÉ*, TV *Globo* e *Record*, jornais *Diário de São Paulo* e *Jornal da Tarde*, rádio *CBN* e site *Hospitalar*.



MídiaCor 2007