

## Hugo, o hospital que sarou: Leitura crítica do discurso midiático<sup>69</sup>

José Antônio Ferreira CIRINO<sup>70</sup>

Simone Antoniaci TUZZO<sup>71</sup>

Claudemilson BRAGA<sup>72</sup>

Universidade Federal de Goiás

### Resumo

A partir de uma leitura crítica do discurso midiático da matéria jornalística publicada no Jornal Diário da Manhã “Hugo, o hospital que sarou” objetiva-se compreender o texto em relação às práticas discursivas e seus reflexos nas práticas sociais, conforme a análise tridimensional da Análise Crítica de Discurso (ACD) proposta por Fairclough (2001). Tomando como base os estudos das representações sociais elaborados e desenvolvidos por Moscovici (2003) e conceitos adjacentes como núcleo central e sistema periférico verifica-se a necessidade de entender a comunicação e a linguagem nela inserida e perceber como os veículos circulam representações que podem influenciar comportamentos, crenças, mas, sobretudo, discursos.

**Palavras-chave:** leitura crítica da mídia; saúde pública; análise crítica de discurso; representações sociais; subcidadania.

### Introdução

As representações sociais da saúde pública são frequentemente influenciadas pelos discursos e enquadramentos propostos pela mídia. Compreender qual o teor desses discursos é um caminho para entender quais vozes estão presentes na matéria jornalística e até mesmo o poder simbólico exercido sobre a sociedade.

Falar de saúde pública é discutir a cidadania, e quase sempre se esbarra em questões que se definem na sua própria inexistência. O que vemos sendo informado pelos veículos de comunicação? O que é a cidadania a partir da ótica da mídia e que é apropriada, ressignificada e utilizada por nós?

---

<sup>69</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Leitura Crítica da Mídia do VIII Seminário de Mídia e Cidadania (SEMIC) – Faculdade de Informação e Comunicação – Universidade Federal de Goiás. 20 e 21 de outubro de 2014.

<sup>70</sup> Mestrando em Comunicação, linha de pesquisa Mídia e Cidadania na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Aluno participante do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, Casadinho/Procad. E-mail: [tonny.mfc@gmail.com](mailto:tonny.mfc@gmail.com)

<sup>71</sup> Doutora em Comunicação pela UFRJ, Mestre e Graduada em Comunicação pela UMESP, Docente do PPGCOM da Universidade Federal de Goiás – UFG. Coordenadora do Projeto de Pesquisa Rupturas Metodológicas para uma leitura crítica da Mídia entre os Programas de Pós-Graduação da UFG e UFRJ, Casadinho/Procad. Trabalho desenvolvido na linha de pesquisa Mídia e Cidadania – PPGCOM – UFG. E-mail: [simonetuzzo@hotmail.com](mailto:simonetuzzo@hotmail.com)

<sup>72</sup> Doutor em Psicologia. Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. E-mail: [milsonprof@gmail.com](mailto:milsonprof@gmail.com).

A mídia apresenta o conceito de cidadania como algo em busca, o ideal de quem ainda não é cidadão e precisa chegar a essa categoria existencial. Não encontramos a palavra subcidadania nos discursos midiáticos, o que poderia nos levar num primeiro momento a compreender que a mídia não considera a subcidadania. Mas isso seria um erro, porque na verdade a mídia trabalha frequentemente com subcidadania em seus discursos e não com cidadania. Na verdade fala-se a palavra cidadania, mas sempre no sentido de tudo que falta, de um objetivo a ser alcançado. Os conceitos de cidadania são, na verdade, conceitos de subcidadania. O discurso é feito para o subcidadão, sob o título de “busca pela cidadania”, a subcidadania encontrou um sinônimo capaz de não chocar os pertencentes a esta categoria. (TUZZO, 2014, p. 176).

O conceito de subcidadania foi apresentado inicialmente no livro de Souza (2003) “A construção social da subcidadania”. Esse termo pode ser evidenciado nas representações sociais e discursos midiáticos referente a saúde, pois o que verificamos é sempre algo que falta. O cidadão nunca pleno busca o atendimento, ou qualidade nesse atendimento, ou até mesmo, que o próprio atendimento aconteça. Encarar a subcidadania é aceitar a condição *sub* em que nossa sociedade está mergulhada.

O lado *sub* expressado nas diversas matérias revela também a dualidade do fato e acontecimento onde uma realidade pode ser lida de formas diferentes. É passível, então, de entendimento, que o lugar de situação da população que necessita dos serviços de saúde é dos “[...] desprivilegiados economicamente” que “são subcidadãos, categorizados no discurso midiático dos desejanter, buscadores da cidadania, pedintes de uma doação do Estado [...]” (TUZZO, 2014, p. 176).

Se para Luhmann (2005, p. 143) a mídia consegue “com suas contínuas construções de realidade” destruir o entendimento de liberdade, poderia ela destruir também nossa concepção adequada do que são nossos direitos dentro de todo o sistema? Estariam os *cidadãos* acostumados a saberem que na saúde eles não têm nada e por isso continua-se a representação que se tem da saúde pública?

[...] a saúde é uma área de cobertura jornalística que gera muita audiência, já que o tema é sensível e está, na maioria das vezes, ligado à ausência de algum serviço ou atendimento, sendo um assunto apelativo para a população e, conseqüentemente, gerando mais audiência para os veículos de comunicação. (MENEZES, WANDERLEY e BRAGA, 2012, p. 09)

Em Goiás, a partir de 2011 o Hospital de Urgências de Goiânia passou a ser administrado por uma Organização Social – entidade sem fins lucrativos – que compartilha a

gestão da unidade com a Secretaria Estadual de Saúde e é fiscalizada por intermédio de um contrato de gestão que regula repasses mensais de acordo com a produtividade de atendimentos.

Um dos elementos mais importantes para compreender o motivo do novo enquadramento em relação aos hospitais reside exatamente nessa mudança de gestão sofrida nos últimos dois anos na saúde pública estadual, ocasionada principalmente pela crise nos hospitais, episódio que oportunizou a entrada das Organizações Sociais (OSs) em Goiás:

O relatório do Sistema Nacional de Auditoria do SUS mostra que o Hospital de Urgências de Goiânia (Hugo) está “em condições precárias de funcionamento, com carência de insumos e equipamentos e falta de medicamentos. As instalações físicas, equipamentos e mobiliários encontram-se em processo de deterioração, refletindo a ausência de manutenção”. Ainda segundo o relatório, o mesmo cenário é visto em outros hospitais de Goiás (...) (O POPULAR, 2012).

As matérias divulgadas em todos os veículos retratavam o caos na saúde pública que justificou a proposta solucionadora divulgada pela Secretaria Estadual de Saúde (SES-GO) de uma *Gestão Inteligente do SUS*, qualificando-a como uma administração que obtém resultados satisfatórios para o atendimento da população.

Esse trabalho fundamenta-se na análise de um discurso midiático que contrapõe o senso comum de crítica à saúde pública e pode representar uma forma da mídia reestruturar os pré-conceitos sobre os serviços governamentais. Ao se trabalhar com apenas um discurso positivo diante de uma sequência histórica de discursos negativos, o importante neste trabalho é a verificação de uma lógica discursiva que pode refletir uma nova sequência ou agir de forma isolada, por isso esse trabalho se firma como um estudo de caso e não como uma nova lógica de discurso. Para isso novos estudos precisam ser realizados, inclusive aguardando que novos discursos positivos sejam também produzidos.

### **Representações sociais, senso comum e linguagem**

Quando tratamos de uma pesquisa acerca de um direito social tão amplamente divulgado pela mídia e sempre polêmico como a saúde, temos que ter em mente que seu significado e a própria percepção do tema não é algo isolado, ou mesmo interpretado individualmente. Construiu-se ao longo dos anos uma representação social da saúde pública no Brasil e de seus aparelhos institucionais – os hospitais.

A teoria das representações sociais é, por assim dizer, uma forma sociológica da psicologia social (FARR, 1994), concebida inicialmente por Moscovici com a publicação de seu estudo *La Psychanalyse: son image et son public*. “A psicologia social estuda as manifestações comportamentais suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas, ou pela mera expectativa de tal interação” (RODRIGUES, 1988, p. 19).

Moscovici não desenvolveu sua teoria às cegas, ela veio do berço da sabedoria Durkheimiana, principalmente dos estudos das representações coletivas. As representações sociais podem ser vistas como uma progressão nas pesquisas sóciopsicológicas de Durkheim, pois consegue abarcar elementos outrora não considerados para a análise.

Tratar atualmente de coletividade é algo não adequado, afinal não verificamos comportamentos de/em massa, mas de públicos e grupos sociais específicos e tal qual a teoria hipodérmica da bala mágica caiu por terra por considerar apenas causa e efeito, as representações coletivas não dão conta de explicar as ações e interações da contemporaneidade.

A teoria das representações sociais (RS) serve como aporte teórico desta pesquisa por explicar a forma como há a construção da realidade social (MOSCOVICI, 2003) que são veiculadas pela mídia, reduzidas e selecionadas, para que através do discurso encontre eco na sociedade. Além disso, pelo fato de não sabermos onde uma representação começa e onde ela termina, há uma transversalidade nos conceitos e nos próprios significados de cada representação, e ao ser condensado pela mídia há a sua cristalização e provavelmente a formação de novos conceitos e em algum tempo, novas representações.

A RS permite que seja utilizada como aporte teórico para compreensão do senso comum e não obrigatoriamente tenha que ser utilizada metodologicamente, pois Moscovici não desenvolveu inicialmente métodos e ferramentas para tal feito, ocorridas somente anos depois com o desdobramento das pesquisas.

Para Werba e Oliveira (2010), as representações são fabricadas a partir do esforço de tornar real algo que, a princípio, é estranho, trazendo tal objeto para próximo e complementando a ideia do que esse objeto é construído a partir do nosso mundo mental e físico. É o processo de conhecer o incomum a partir do que é conhecido e com isso atribuir-lhe valor e conceito num processo dialógico.

As Representações Sociais são “teorias” sobre saberes populares e do senso comum, elaboradas e partilhadas coletivamente, com a finalidade de construir e interpretar o real. Por serem dinâmicas, levam os indivíduos a

produzir comportamentos e interações com o meio, ações que, sem dúvida, modificam os dois. (WERBA e OLIVEIRA, 2010, p. 105).

A mídia tem um papel fundamental na veiculação das representações sociais ao transmitir constantemente informações que são utilizadas como base para tornar comum seu próprio conteúdo midiático, em uma perspectiva de matrizes discursivas. Através de suas lentes, assemelha e interliga assuntos, resultando em uma percepção carregada de conceitos. Em síntese, a mídia utiliza-se das representações e delas se apropria para referendar seu próprio fazer midiático. As representações sociais podem ser utilizadas ainda para que as pessoas consigam gerar opiniões ou juízos de valor, elaborados e compartilhados a partir de uma realidade garimpada do coletivo social.

Falar de representações sociais é tratar de senso comum. Com a ruptura do pensamento e a quebra da visão acerca da importância do senso comum e a hipervalorização do conhecimento científico perdeu-se anos em estudos deste tipo de conhecimento que por ser popular abarca o verdadeiro conhecimento da sociedade, o local onde reside a verdadeira opinião pública (ou as várias opiniões públicas). “As representações sociais são fenômenos que estão ligados com uma forma especial de se adquirir e comunicar conhecimento, uma forma que cria realidades e senso comum” (MOSCOVICI, 1981, p. 4).

O senso comum baseia-se nos universos consensuais, local protegido e seguro, longe das opiniões divergentes que geram conflitos, por isso a tentativa constante de categorizar e assemelhar, ou em outras palavras, rotular tudo o que vemos no mundo. A mídia é parte importante neste processo ao oferecer interações com diversos assuntos os quais conseguimos saber um pouco de cada coisa.

Em muitos momentos catalogamos determinadas opiniões como *somente senso comum*, mas não seria esse o tipo que deveria ser mais considerado, pois é o que está socialmente impregnado e difundido?! Será que a *verdade absoluta* (utópica) é menos importante que o que de fato é compreendido e compartilhado pela sociedade?

Dentro dos estudos das RS verificamos os conceitos de núcleo central e sistema periférico, a partir deles é possível compreender como mudamos ou aceitamos novas opiniões facilmente sobre determinados assuntos e como sobre outros temas se passam séculos e ainda não conseguimos alterar. O sistema periférico serve para proteger nosso núcleo central – local onde os conceitos mais fortes estão guardados e que são acessados frequentemente, mas que para tomarem forma, podem atravessar pelo sistema periférico encontrando uma maneira mais cordial ou socialmente aceita para ser expressa – por isso o periférico é dinâmico e flexível

para adequar-se aos diversos caminhos, são como amortecedores para o núcleo central que é rígido e imutável. Núcleo central tem a função geradora e organizadora, enquanto o sistema periférico tem a função de regulação e defesa.

Dois elementos precisam ser entendidos dentro das RS: a mídia e a linguagem, ambos complementares, pois a mídia utiliza da linguagem para se expressar e a linguagem encontra na mídia um meio de se difundir. Jodelet (1989) afirma que as representações sociais transitam e se difundem através dos discursos - nas palavras - e veiculadas nos textos e imagens midiáticas. Por isso para que possamos compreender o senso comum e as próprias RS acerca de qualquer assunto é dentro do discurso que encontraremos apontamentos e inferências principais do tema. O jornalismo ao assumir com a velha premissa de *espelho* da sociedade incumbiu-se de poder simbólico capaz de circular/veicular também as RS e ser vetor da linguagem, carregada de sentidos.

### **Discurso midiático e a notícia**

Diversos teóricos e profissionais se debruçaram a pesquisar e compreender as faces de um discurso. Comumente vemos a palavra *discurso* ser empregada nas atividades de pronúncia de oratória por pessoas em posição de autoridade, geralmente políticos, e por isso também se tem a significação de algo como uma falácia, quando categoriza-se como *só discurso*. Para Maingueneau (2011, p. 51) “‘discurso’ é constantemente ambíguo, pois pode designar tanto o sistema que permite produzir um conjunto de textos, quanto o próprio conjunto de textos produzidos [...]”.

Embora a multiplicidade de entendimentos, o discurso que gera inquietação científica para a produção desta pesquisa, refere-se especificamente ao discurso midiático. De acordo com Thompson (2011, p. 71, grifo do autor), “nós estamos ativamente nos modificando *por meio de* mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia (entre outras coisas)”. O autor descreve ainda um processo de *apropriação* ao qual a sociedade toma em relação aos produtos da mídia, que nada mais são que discursos. Esses discursos são assimilados e introduzidos na vida de cada indivíduo.

Algumas questões que devem ser compreendidas acerca do discurso e que o caracteriza como algo não ingênuo: ele é organizado para além da frase – constitui-se como existência além da própria criação; é orientado, pois é construído por um remetente que prevê um destinatário, e localizado em espaço-tempo; é uma forma de ação que exerce uma força ao(s) outro(s), com o intuito de modificar uma situação; é interativo e dialógico, sendo por si

só uma via de mão dupla, o qual é também modificado pela plataforma simbólica e conjuntos de signos do interpretante/leitor; é contextualizado, nunca fica fora de uma prática social e contexto histórico ao qual foi concebido; é assumido por um sujeito que lhe confere referência; regido por normas, a depender do gênero a que pertence; e por fim é considerado parte de um interdiscurso para que tenha significado a partir do tema proposto (MAINGUENEAU, 2011).

O intuito principal quando de uma análise do discurso midiático é revelarmos possíveis características e peculiaridades dos textos produzidos pelos veículos de comunicação. Textualmente Thompson (2011, p. 37) traz que “[...] a análise da comunicação deve se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado”. Charaudeau (2014, p. 67) afirma que “[...] não se pode deixar de apresentar instrumentos de reflexão (e de descrição) que permitam compreender (e analisar) melhor esses fenômenos”.

A elaboração de uma notícia faz parte de um processo de seleção e exclusão, incluindo alguma informação ou angulação da verdade, deixando de fora o outro lado. O fato de escolher fontes, dados e informações, privilegiando em detrimento de outras, demonstra o caráter parcial e opinativo das matérias jornalísticas. “O problema, portanto, não está na verdade, mas na seletividade, que é inevitável, mas também desejada e regulamentada” (LUHMANN, 2005, p. 56).

“De tal modo, o discurso não é meramente informativo, mas também *autoconfirmativo*, gerador de uma circularidade capaz de modificar os fatos que são objeto da informação” (SODRÉ, 2009, p. 39). É necessário ter em mente que o mundo tem sido desenhado a partir das cores e os tons dados pelo jornalismo. “Os acontecimentos serão a imagem que a própria sociedade vai oferecer sobre si mesma, e sobre as outras sociedades [...]” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 131).

### **Análise Crítica de Discurso do hospital que sarou**

Ciente da dificuldade em obter um método totalmente eficiente para compreender esse jogo de persuasão e ocultação ideológica dos interesses nas informações difundidas optou-se nesta pesquisa por uma abordagem da Análise Crítica do Discurso (ACD), proposta por Fairclough (2001), atual e que se baseia nas relações do texto com as práticas discursivas e com as práticas sociais.

A ACD é pertinente a esta pesquisa por tratar-se da análise de um objeto inserido em um contexto voltado às mudanças sociais no que tange à saúde pública e um de seus aparelhos mais notáveis situados na cidade de Goiânia, o Hugo – Hospital de Urgências de Goiânia, com foco especial em uma matéria publicada a seu respeito trazendo à tona um enquadramento diferenciado sobre o mesmo.

Fairclough (2001) entende que o discurso transforma as práticas sociais, e que as próprias práticas sociais alteram também o discurso. “Sem o discurso não há práticas sociais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 285). A ACD retoma conceitos e abordagens da análise de discurso da linha francesa, mas não se atém à linguística tradicional, perpassa pelo campo social, motivo pelo qual sofre críticas da academia que se dedica exclusivamente aos estudos convencionais do discurso.

À luz de Dijk (2010) faz-se necessário salientar que a ACD não é uma escola ou linha para análise de discurso, mas sim um modo ou perspectiva de análise voltada à crítica, não possuindo um enfoque teórico único, e caracteriza-se como multidisciplinar e com diversos métodos de coleta e análise. “Isso significa que não somente aplica outras teorias como também, por meio do rompimento de fronteiras epistemológicas, operacionaliza e transforma tais teorias em favor da abordagem sociodiscursiva” (RESENDE, 2006, p. 14).

Diferente da maioria dos métodos científicos, a análise crítica de discurso não espera uma neutralidade de seus pesquisadores, pois isso seria utopia. A parcialidade, ou em melhores termos, o aprofundamento de conhecimento da área em que se está analisando o discurso social, fará com que a pesquisa seja aprofundada ao nível necessário em que se exige o olhar crítico. “Assim como o conhecimento social é inevitavelmente parcial, a análise textual é inevitavelmente seletiva [...]” (RESENDE, 2006, 141). Assim também, não se espera saciar todos os anseios e inquietações dentro do texto analisado, são lançados olhares e apontamentos que mais se destacam para a problemática proposta pela pesquisa, mas longe de almejar o esgotamento do objeto estudado.

A análise primária da ACD refere-se à compreensão dos níveis de interação do discurso, chamado *modelo tridimensional de análise*. Neste sentido, iniciamos a análise desta pesquisa compreendendo que é um *textopublicado* em um jornal impresso goiano que compõe uma *prática discursiva* do hospital público estadual administrado por uma Organização Social e que promove uma *prática social* dentro do contexto da saúde pública e da própria cidadania. O que faz com que a interdisciplinaridade esteja imbricada neste trabalho.



Nesse ínterim, a matéria analisada possui como título “Hugo, o hospital que sarou<sup>73</sup>” (DM, 2014) e foi publicada no dia 17 de julho de 2014 na editoria *Saúde* do Jornal Diário da Manhã, periódico diário de abrangência estadual e um dos principais do Estado. Além de sua relevância em termos de audiência, o jornal foi escolhido por apresentar um formato e linguagem diferente dos outros jornais, pontualmente sobre a realidade do Hospital de Urgências de Goiânia.

Já a escolha do HUGO como objeto de estudo desta pesquisa, justifica-se devido ao fato de ser um dos principais hospitais do Estado, com atendimentos de urgência e emergência que recebe pacientes de todos os municípios de Goiás. Entendemos que a mudança do modo de administrar – a gestão por Organizações Sociais - configura-se como um dado novo nas representações do hospital e da saúde pública brasileira, merecendo, portanto, uma análise específica.

Para a presente análise propõe-se um olhar amplo em relação à matéria jornalística, partindo-se dos ideais de Fairclough (2001), mas com uma tematização e categorização das críticas mais emergentes e que despontam do texto, ferramenta utilizada na pesquisa de Cirino e Tuzzo (2014) para analisar uma reportagem de TV com o mesmo assunto e abordagem semelhante à desta matéria de veículo impresso.

A matéria desta pesquisa foi destaque de capa da edição 9.784 do jornal apresentando a fachada do hospital e ocupou 95% do espaço da página 03, uma das páginas com maior visibilidade do jornal (a próxima a ser lida na perspectiva dos quadrantes de visualização ao abrir o impresso).

As imagens utilizadas foram: mãe feliz pela alta do filho recuperado sendo ajudado por um profissional de saúde; lavanderia reformada; leitos de internação em reforma para receber pacientes; e a nova recepção do hospital, que foi reformada recentemente. Todas possuem o ponto em comum central do sentido da mudança, melhoria contínua e foco no paciente. Também foi demonstrada uma tabela com números de atendimentos de 2013 e uma parcial de 2014, mas sem um comparativo das estatísticas dos anos anteriores que demonstrariam o aumento ou não dos atendimentos, visto que o enfoque da matéria é a reforma e melhoria do hospital para atender a demanda que é crescente. É crescente, mas o quanto disso o hospital consegue atender atualmente?

A representação de vozes (RESENDE, 2006) que estão diretas na matéria através da citação de suas falas entre aspas são: a camareira/mãe de paciente com alta; o próprio paciente

---

<sup>73</sup> A matéria completa está disponível no link:  
[https://drive.google.com/file/d/0B\\_zsZ4s4II5taW1WekJkUjzkUHc/edit?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/0B_zsZ4s4II5taW1WekJkUjzkUHc/edit?usp=sharing)

com alta satisfação; o *comandante* do navio Hugo, o diretor-geral (veja sobre isso no item *heroificação/dramatização*); médico-chefe da ortopedia do hospital; profissionais da psicologia; médico que recebe pacientes na entrada; e médica-chefe da UTI. Ao total foram *ouvidos*<sup>7</sup> personagens nesta matéria, sendo que destes, 5 são funcionários em cargos de liderança e estratégicos no hospital e apenas 2 são pacientes, que deveriam ser os *representantes* da sociedade neste texto. A palavra *representam* pode ser inadequada, visto que menos de 30% das falas presentes no texto são dos que mais poderiam falar do atendimento, os próprios pacientes e acompanhantes, além do que estas duas falas nesta matéria se tratam apenas de um único caso de atendimento bem sucedido que serviu para ilustrar toda a matéria, então não podemos afirmar que realmente representam o universo de atendidos no hospital. Já a representação de vozes indiretas, são o olhar do jornalista, do jornal e dos seus editores, do governo do Estado de Goiás, da Organização Social que administra o hospital – e o próprio hospital – e da Saúde Pública Estadual. E o que pensa a sociedade sobre isso? E quem não conseguiu ser atendido? Qual o outro lado dessa história? O enquadramento e a seleção de falas não foi, então, crucial para formar um texto positivo acerca do hospital?

### *Antropomorfização*

O título é uma das partes mais importantes para qualquer obra, seja uma peça publicitária, um poema, uma narração, ou até mesmo nas matérias jornalísticas. É um elemento crucial com a responsabilidade de ser sedutor e atrair os olhares dos leitores quase sempre apressados. Além disso, o título consegue dar um tom à matéria, serve de pano de fundo onde será construído todo o discurso.

No caso desta matéria o título com poucas palavras conseguiu demonstrar o interesse principal da matéria: mostrar um novo Hugo, agora curado. Ao trazer “Hugo, o hospital que sarou”, também afere-se um ato e uma tentativa de antropomorfização do hospital, visto que o ato de *sarar* é uma característica de um ser vivo (animal, humano e planta). Ao colocar que o hospital sarou, ali está implícito, provavelmente, a tentativa de humanizar, mostrar que todos passam por momentos difíceis, mas que a cura é possível, e que é compreensível que aconteça isso.

O jogo de palavras que se encaixa facilmente com a área da saúde pôde demonstrar que a crise no âmbito estadual, sofrida principalmente pelo Hugo, foi uma virose, uma doença, e que agora sarou, foi curada. Para essa reabilitação do hospital foi necessário um

remédio ou um tratamento que durante a matéria é explicitada: a organização social que assumiu a unidade em meio à doença e conseguiu curá-la com ferramentas da *gestão inteligente* do SUS – slogan divulgado pela Secretaria Estadual de Saúde.

### *Institucionalização*

O ponto mais frequente em toda a matéria é a autopromoção da unidade hospitalar, aqui categorizada como *institucionalização*, em que há uma exagerada demonstração de características e benefícios, outrora jamais demonstrada ou citada pelas matérias jornalísticas nos veículos de comunicação, mas pelo contrário, uma hipercrítica aos pontos negativos que culminaram na crise da saúde em meados de 2011 e 2012.

Dentre as citações que mais denotam essa prática podemos verificar nas falas selecionadas da mãe e do paciente em alta: “há muitos anos eu moro aqui, antigamente o Hugo estava ruim, mas hoje está ótimo, maravilhoso, melhorou cem por cento” e “o Hugo está de parabéns pelo atendimento, fui muito bem atendido”. Podemos perceber novamente a necessidade da confirmação de um passado ruim, doente, mas que hoje é um presente saudável e resolutivo, também evidenciada na fala do diretor-geral do hospital: “o hospital corria sério risco de interdição. Não tinha condições de infraestrutura, não tinha remédios”. A dualidade do passado negativo agora apagado com o presente/futuro positivo.

O espaço de fala do jornalista também encontra muitas tendências de supervalorização dos atributos desse hospital que sarou: “muitas áreas foram reformadas e outras estão em processo de melhoria”; informações sobre a lavanderia e terceiro andar reformados; a inclusão da palavra “gigantismo” relacionado ao Hugo, demonstrando sua grandiosidade e eficiência; a ênfase para serviços complementares que também funcionam 24 horas na unidade, como o da psicologia que visitam todas as unidades para amparar os pacientes e acompanhantes; o destaque para os equipamentos *modernos* encontrados pelas salas e áreas do hospital, sob a ótica apresentada ao jornalista redator da matéria; e um dos médicos entrevistados conclui sobre o Hugo “a capacidade de resolução do Hugo é muito grande”, muito grande em relação à quê?; além disso, mais dois pontos essenciais para serem analisados: a humanização e a multidisciplinaridade.

Dois carros fortes na divulgação de unidades hospitalares são a humanização e a equipe multidisciplinar, ambas convergem em ações propostas e exigidas pelo próprio Sistema Único de Saúde, mas que são abordadas como se fossem um benefício a mais para os pacientes e acompanhantes. “A atuação de vários profissionais no atendimento aos pacientes,

chamada tecnicamente de multidisciplinaridade, faz parte da rotina do hospital”, assim é divulgado o atendimento multidisciplinar. Entremeio a estes pontos também são discutidos a importância da segurança no ambiente hospitalar, outro objeto de normativa reguladora que obriga tais métodos nos hospitais em busca da qualidade no atendimento, não sendo um benefício para a população, mas o mínimo que tal unidade deve oferecer para cumprir a lei.

É encontrada uma forte tendência a adjetivação do hospital e das características em relação a ele, como: ótimo, maravilhoso, melhor, resolutivo, grande, gigante, e outros termos que levam à autopromoção do hospital e da própria imagem da Organização Social ali imbricada nesta relação. E por que não falar que é positivo também para a imagem do próprio governo que implementou tal medida e que acompanha e fiscaliza as ações realizadas.

### *Heroificação/Dramatização*

Nas matérias positivas em relação às unidades de saúde quase sempre há a tendência para a heroificação e transformação dos profissionais envolvidos em personagens heróicos que estão em uma luta e na batalha pela vida (CIRINO e TUZZO, 2014). Neste texto em específico pode ser evidenciada claramente esta prática de heroificação em relação à figura do diretor-geral do Hugo, chamado no em um subtítulo de *Comandante*, parte do texto dedicada para supervalorizar a figura do líder.

Castro está para o Hugo assim como um bom comandante está para um grande navio. Com mais de 20 anos de atuação na unidade, o médico, cuja experiência é denunciada pelos cabelos brancos, coloca sua vivência a favor da saúde dos milhares que passam por seu navio todos os meses. Paciente e muito atencioso, não descuida dos detalhes e ainda consegue tempo para acompanhar os casos mais complexos e demorados. Salvar vidas é o estímulo ao trabalho do diretor-geral da unidade, Cyro Ricardo de Castro. (DM, 2014, p. 3)

O texto chega a ser confundido com uma autopromoção, mas também o é, pois ao transformar o diretor em *comandante* de um grande navio, as vidas que ali são cuidadas não apenas pelas mãos dos profissionais de saúde habituais, mas sim por marinheiros seguindo normas que vão de encontro às estratégias de um líder maior. Bourdieu (1997) salienta que devemos nos preocupar também não só com o que está sendo dito, mas o que não está sendo dito nas matérias. Ao trazer tais informações de hipervalorização ocupam um espaço que poderiam dar momento à voz da sociedade e o que ela pensa sobre isso tudo. Dar voz ao paciente que não foi selecionado para entrar neste *navio*, por não ser perfil da unidade. Dar

voz aos que veem este navio navegando por águas e mares diferentes das que se deu prioridade de fala nesta matéria. A dramatização dos textos em saúde também são uma tendência quase sempre utilizadas pela televisão ao dar enfoque aos dramas vividos pelos pacientes nas unidades hospitalares, mas que também tem espaço nas matérias de veículos impressos. No texto analisado evidenciaram-se os seguintes pontos de dramatização: o título da matéria, além de antropomorfizar também é uma forma de buscar um nível sensível e estético para a discussão do tema e na frase: “a gravidade dos casos expõe a fragilidade do ser humano, que muitas vezes precisa ser amparado”, voltando à busca intensa da sensibilização para a noção de que o ser humano ali presente está debilitado, necessitando de total apoio do comandante e seus marujos, prontos para entrar em combate.

### **Enfim, sarou?**

Analisamos o que se é dito sobre o objeto através da mídia, pois o intuito não é avaliar comparativamente se de fato o discurso apresenta a *realidade*. Veja, essa não é uma discussão sobre verdade ou inverdade, mas sim sobre o quanto desse discurso de melhoria apresentado na matéria do *hospital que sarou* de fato modifica ou muda a perspectiva das pessoas que vivem a realidade do Hugo: os pacientes que procuram atendimentos diariamente na unidade de saúde. Por não tratar-se de um estudo de recepção, por exemplo, mas apenas da análise do texto relativo às práticas discursivas e sociais, não podemos fazer inferências acerca da percepção dos leitores em relação à matéria analisada. É aí que a teoria das representações sociais veio colaborar para este artigo, com mais questionamentos. Seria possível através desta publicação no Jornal Diário da Manhã promover uma mudança acerca do olhar das pessoas em relação ao Hugo, ou em relação a saúde pública estadual como um todo? A mudança do discurso ou a mudança do enquadramento dentro de um discurso é suficiente para que haja ao menos o início do rompimento de uma representação social cristalizada e solidificada ao longo dos anos? Caso essa matéria faça parte de uma estratégia maior para reorientar e atribuir novos significados à saúde pública de Goiás, ela conseguiu ser eficiente?

De acordo com Resende (2006, p. 113) “as visões particulares de mundo, internalizadas em gêneros, discursos e estilos, não apenas representam a realidade mas também contribuem para criar a realidade que se noticia”. De fato, ao trazer novos apontamentos e discussões sobre o Hugo que outrora não tinham espaço na mídia, pode sim iniciar um movimento de circulação de informações capazes de em futuro mudar a imagem que as pessoas têm do hospital, mas que não refletem em mudanças diretas e imediatas

atualmente. As vozes diretas e indiretas presentes neste texto, à luz de Fairclough (2001) coadunam e se complementam tecendo uma nova roupagem para um velho objeto, uma velha representação social. Possivelmente as pessoas que tiveram contato com essa matéria, e com as outras que estão sendo divulgadas na mesma linha discursiva, pensarão um pouco mais antes de acessarem somente o seu núcleo central para esboçar comentários e julgamentos sobre o Hugo, deixando que seu sistema periférico possa adaptar-se a esta nova realidade, para esse *Novo Hugo*, o hospital que estava doente, mas que sarou e está se recuperando para atender aos cidadãos ou os *subcidadãos*, de acordo com o que foi noticiado pela matéria.

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2014.

CIRINO, José Antônio Ferreira; TUZZO, Simone Antoniaci. **Mídia, Saúde e Cidadania: Análise de Discurso Crítica da “Luta Pela Vida” em Goiás**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014

DIJK, Teun A. Van. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2010.

DM, Jornal Diário da Manhã. **Hugo, o hospital que sarou**. Goiânia, GO: 17 de julho de 2014.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social** / Norman Fairclough; Izabel Magalhaes, coordenadora da tradução, revisão técnica e prefácio. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FARR, Robert M. **Representações sociais: a teoria e sua história**. In: Textos em representações sociais (JOVCHELOVITCH, Sandra & GUARESCHI, Pedrinho - organizadores). Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994.

FIORIN, José Luiz. **Elementos da análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.

JODELET, Denise. **Représentations sociales: un domaine en expansion**. In: Les représentations sociales. Paris: PUF, 1989.

LANE, Silvia Tatiana Maurer. **Linguagem, pensamento e representações sociais**. In: Psicologia social: o homem em movimento (LANE, S. T. M. e CODO, Wanderley – organizadores). São Paulo: Brasiliense, 2001.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação** /tradução Ciro Marcondes Filho. – São Paulo: Paulus, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 6. Ed. – São Paulo: Cortez, 2011.

MENEZES, Kalyne. WANDERLEY, Tâmara R. Q.; BRAGA, Claudomilson F. **Saúde como Notícia: o SUS e suas imagens na mídia impressa goianiense**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Rio Verde - GO – 30/05 a 01/06/2013.

MOSCOVICI, Serge. **Por que estudar representações sociais em psicologia?** In: Revista Estudos Goiânia. V20. Janeiro de 2003.

\_\_\_\_\_. **On social representation**. In: FORGAS, J. P. Social Cognition. London: European Association of Experimental Social Psychology, 1981.

O POPULAR. **MPF investiga caos em hospitais de Goiás**. 2012. Disponível em: <http://www.opopular.com.br/mpf-investiga-caos-em-hospitais-de-goias-1.200103>. Acesso em 29-03-14.

RESENDE, Viviane de melo. **Análise de Discurso Crítica** / Viviane de Melo Resende e Viviane Ramalho. São Paulo: Contexto, 2006.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

RODRIGUES, Aroldo. **Psicologia Social**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1988.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, Jessé. **A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica** / Jessé Souza. - Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio De Janeiro: IUPERJ, 2003

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 12. Ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

TUZZO, Simone Antoniaci. **O lado sub da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia**. In: PAIVA, Raquel e TUZZO, Simone Antoniaci. Comunidade, Mídia e Cidade: Possibilidades comunitárias na cidade hoje. Goiânia: FIC/UFG, 2014.

WERBA, Graziela C.; OLIVEIRA, Fátima de O. **Psicologia Social contemporânea: livro-texto**. Marlene Neves Strey. et. Al. 13. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.