

Mídia, Saúde e Cidadania: Análise de Discurso Crítica da “Luta Pela Vida” em Goiás¹

José Antônio Ferreira CIRINO²

Simone Antoniaci TUZZO³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este trabalho tem como foco dois pontos constitutivos da cidadania, a saúde e a comunicação. A partir de uma Análise de Discurso Crítica (ADC) de uma reportagem televisiva da série jornalística “Luta Pela Vida” sobre o Hospital de Urgências de Goiânia – HUGO, o trabalho faz uma reflexão sobre o papel da mídia na construção da representação do significado da saúde pública, tendo em vista que apesar de constantemente serem divulgados fatos negativos sobre este bem público, no caso em questão o recorte é de uma valorização do órgão e dos funcionários que o compõem, com ingredientes de heroificação, dramatização e institucionalização que marcam o discurso, não exatamente porque o hospital mudou, mas o discurso sobre o hospital tomou novo foco, um olhar diferente sobre o mesmo objeto que pode modificar a imagem que os cidadãos possuem sobre o HUGO.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; cidadania; representação midiática; saúde pública; análise de discurso crítica.

INTRODUÇÃO

Hoje, mais uma vez assisti a uma reportagem do noticiário local em que denunciam problemas de atendimento em hospitais públicos. Estas tomadas são diárias: falta de médicos (ou médicos que faltam), falta de remédios (ou sobras que vencem), gente morrendo, as instalações a ponto de desabar, máquinas caríssimas esquecidas num canto sem que jamais tivessem sido postas em operação; ambulâncias que mais parecem galinheiros, etc. (PIRES, 2009)

O texto acima foi escrito em 2009, poderia ter sido escrito hoje, no ano passado, nele não há a referência da cidade brasileira onde se passa o caso, não importa, é isso o que a sociedade se acostumou a ler, a ver, a ouvir sobre os hospitais públicos, sobre a saúde ou mais que isso sobre a falta de qualidade nos serviços oferecidos pelo governo cujo retrato

¹ Trabalho apresentado no DT6 - GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR, realizado de 2 a 05 de setembro de 2014.

² Mestrando em Comunicação, linha de pesquisa Mídia e Cidadania na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Especializando em Gestão de Projetos (IPOG). Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (IESRIVER) e graduado em Gestão de Marketing (UNIP). 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. tonny.mfc@gmail.com

³ 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

sobre a saúde é um deles, mas não é só mais um deles, é sim um dos itens essenciais dos direitos do cidadão que incluem educação, segurança, lazer, transporte e saúde.

Mas quando se fala em saúde, se trata de vida e morte, de continuar a existir com qualidade de vida ou de passar a vida a mendigar por atendimentos de saúde que não parecem direitos, mas sim favores e benesses governamentais.

Essa é a ideia dos brasileiros, tanto os que utilizam os serviços dos hospitais públicos, quanto os que não os utilizam por uma opção, por poder comprar um serviço privado de saúde através de convênios médicos, sobretudo motivados pelas notícias de que os serviços públicos não possuem qualidade, agilidade de atendimento, limpeza, infraestrutura adequada, profissionais capacitados, medicamentos disponíveis, enfim, uma ideia de que só utiliza-se dos serviços públicos de saúde quem efetivamente não pode pagar pelo serviço privado, não sendo a saúde pública uma opção, mas uma falta de opção para os menos privilegiados economicamente.

Essa é a realidade de grande parte dos hospitais públicos, mas mais que isso, essa é a imagem construída pelos meios de comunicação de massa e a construção de imagem que os brasileiros possuem sobre o problema da saúde pública pode ser mais representativa do que a própria realidade.

Para Jost (2009), a realidade que veicula a televisão é antes de tudo uma realidade reduzida ao visível. Coutinho (2009) corrobora, afirmando que a televisão não é uma janela que permite visualizar o mundo, mas sim constrói por meio de sons, imagens e textos o mundo por meio de sua janela. Baudrillard (1993) completa a ideia afirmando que passamos a viver uma representação do real a partir da mídia e vivemos em uma era em que os símbolos possuem mais força do que a realidade e dessa forma nascem os simulacros, as simulações do real.

De fato o real e a ficção se unem na televisão, contudo quando se trata de documentários ou jornalismo, o real é o esperado na produção, o que faz com que a realidade dos documentários e do jornalismo venha a ser um simulacro do real é também a própria estética televisiva que constrói ficções, reality shows e informação dentro dos mesmos padrões de espetacularização.

Assim, o intuito principal quando de uma Análise de Discurso Crítica (ADC) midiático é revelarmos possíveis características e peculiaridades dos textos divulgados por eles. “Ora, a ideia de revelar algo implica que esse algo está oculto, opaco, e, por isso, fora do alcance da consciência do indivíduo” (OLIVEIRA, 2013, p. 23).

Oliveira (2013) ao analisar os escritos de Gramsci consegue identificar claramente o motivo de a mídia ser foco da análise de discurso: ela é um dos principais elementos da tríade das estruturas ideológicas que colabora para a construção do consenso ou o senso comum, situação extremamente necessária para a manutenção da hegemonia. “Mostram-lhes também que o poder simbólico, instaurado por meio do discurso, é, na maioria das vezes, mais importante que o poder do cassete e do fuzil na nossa contemporaneidade” (OLIVEIRA, 2013, p. 42).

Ao tratar do objeto de estudo desta pesquisa: cidadania, saúde pública e mídia, somos convidados a uma análise firmada no que o dialogismo propõe, ou seja, um cruzamento de vozes e/ou discursos diversificados, incluindo uma intersecção de meios de comunicação e discursos enunciativos distintos, conforme já previsto por Bakhtin (1999).

Ainda respaldado no autor, nos firmamos na ideia que na mídia, são destacados os diálogos em que muitas vozes adquirem visibilidade. Aqui a palavra dialogismo ou intertextualidade poderão dar a ideia de várias falas, ou vários textos, construindo um novo texto interagindo as falas, de alguma forma e recriando a própria realidade da informação. “Ideologicamente, então, o grupo de Bakhtin pensa a linguagem como um lugar de convergência de diferenças, em que a identidade se constrói pela convivência com a diversidade, com o outro” (SILVA, 2013, p. 49)

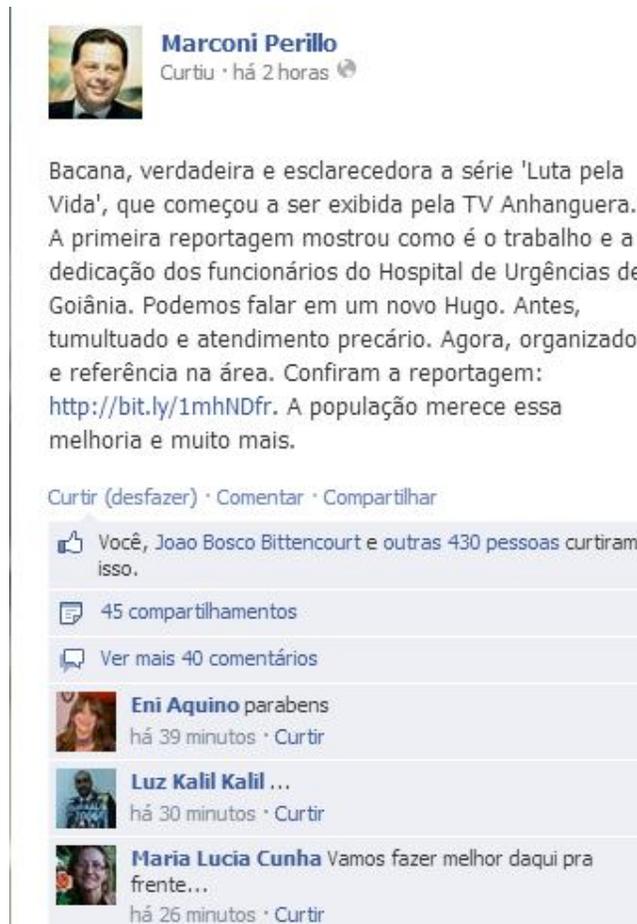
Desta forma, este trabalho se propõe a analisar o discurso de uma matéria televisiva apresentada na série "Luta pela vida" lançada pela TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo de Televisão no Estado de Goiás. Os discursos ali presentes foram selecionados para análise tendo em vista que diferentemente da rotina de discursos sobre hospitais públicos, esta matéria apresenta uma visão positiva do HUGO – Hospital de Urgência de Goiânia, Público, administrado por uma OS – Organização Social.

A matéria em análise não critica o hospital, mas sim, mostra uma realidade de um órgão preocupado em salvar vidas e em muitas de suas falas tenta *heroificar* os profissionais de saúde, outrora criticados pela própria mídia. Além disso, o próprio tempo de duração da matéria, por se tratar de uma reportagem de uma série especial, contemplou um tempo de exibição superior a qualquer outra matéria com essa temática veiculada anteriormente, cerca de 20 minutos em cadeia estadual.

Importante destacar que a partir da apresentação da matéria pela televisão, o Governador do Estado de Goiás, Marconi Perillo publicou em suas redes sociais que a matéria foi “Bacana, verdadeira e esclarecedora”. O governador completou: “Podemos falar

em um novo Hugo. Antes, tumultuado e atendimento precário. Agora, organizado e referência na área” (BLOG DO MARCONI, 2014).

Figura 01 – Marconi elogia a série “Luta Pela Vida” em seu Facebook



Fonte: Imagem publicada no blog oficial do Marconi Perillo no dia 20-03-14

De fato a matéria teve um enfoque inédito na televisão goiana, sendo que na cabeça da reportagem o locutor em off destacou esse ineditismo: “Pela primeira vez equipes de reportagem acompanharam em tempo real”.

Se a saúde é um dos principais problemas enfrentados pela população e que sempre é pauta dos veículos de comunicação, qual o motivo de somente agora irem até os hospitais para verificar a realidade? O que faltava antes? Autorização da administração? Interesse em mostrar outro enfoque? Ou simplesmente a necessidade habitual dos veículos de comunicação em vender um serviço público precário?! Nestas condições, não nos surpreende que o governador tenha ficado satisfeito com a reportagem, meses antes de sua tentativa de reeleição, pois durante todo seu mandato a saúde sempre foi retratada como um

caos. A reportagem analisada e todas as outras que compõem a série “Luta pela Vida” pautaram os outros veículos midiáticos e teve uma grande repercussão. Para Wolf (2005, p. 151), “a análise da agenda do meio televisivo leva-nos a constatar, de um lado, sua inadequação para estabelecer no público um conjunto de conhecimentos precisos (rendimento alto de agenda)”.

A hipótese da *agenda-setting* nos leva a compreender que a televisão, ainda o principal meio para informar a população, estabelece as categorias e assuntos que poderão pautar os outros veículos, mas que não consegue lhe fornecer todas as informações necessárias para o verdadeiro conhecimento e entendimento do fato (WOLF, 2005).

Este trabalho faz parte de um projeto macro de pesquisa denominado “Rupturas metodológicas para uma leitura crítica da mídia” entre as Universidades Federal de Goiás e do Rio de Janeiro e que desde 2012 tem gerado produtos científicos e acadêmicos no âmbito de uma reflexão sobre mídias eletrônicas e impressas, com pesquisas qualitativas, quantitativas, empíricas e teóricas, que resultam, sobretudo, no papel da mídia para a construção da cidadania, inquietação comum às duas instituições. Neste artigo o foco central é uma reflexão sobre a Teoria Crítica firmada na Escola de Frankfurt e o método de análise da reportagem televisiva se baseia na Análise de Discurso Crítica (ADC).

ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA – ADC

Os discursos midiáticos constroem vários cenários de enunciação, para pessoas situadas em campos diferentes. Os públicos que ouvem um discurso são múltiplos e a partir das mídias, os discursos são ditos para várias pessoas. Quer aqueles para quem os discursos são destinados, quer para aqueles para quem os discursos não são originalmente destinados, mas que possuem também um determinado papel como interlocutores.

A palavra oral é viva, mas a palavra escrita é um simulacro, ou seja, oralmente eu tenho reações, gestos, e reação do receptor, mas a mídia faz um simulacro do discurso real. Assim, os discursos midiáticos são sempre feitos por recortes criados pelos meios.

Todo discurso é sobrecarregado de poder, nunca ingênuo, sempre ideológico e marcado pelo objetivo que se quer atingir. Assim, o recorte midiático de um determinado assunto nunca é casual, mas sempre pautado nas intenções de reação dos públicos que se quer atingir. Os objetivos com os públicos envolvidos nem sempre são os mesmos, aliás, raramente são, mas sim para cada público o discurso pretende uma reação específica de compreensão e reação.

Todo discurso é composto por interações verbais e para-verbais, que Rodrigues (2011, p. 240-242), descreve como a entoação, o timbre da voz, a intensidade, a altura, a pronúncia e as características da voz. Além disso, também os extra-verbais, como os olhares, a postura, os gestos, a mímica, o sorriso.

Podemos também considerar no discurso os mecanismos de intersincronização, enumeração, cortesia, categorização, envolvimento, que são indispensáveis na composição da mensagem que ainda conta com as produções estéticas da mídia. Toda categorização é carregada de valores que construirão uma identidade. Portanto nenhuma exposição é imparcial, neutra. Como não existe discurso sem categorização, nenhum discurso é ingênuo. Todas as vezes que um discurso é construído é feito de alguma maneira, fazendo com que a realidade seja sempre colocada em uma determinada categoria. Assim, a realidade é sempre feita a partir das marcas do discurso que se fala dela, porque a realidade em si não consegue ser traduzida em discursos, mas sim é sempre categorizada para ser colocada em discurso de forma a se refazer a realidade.

Todo discurso midiático carrega em si os pressupostos de enunciação, ou seja, aquilo que o receptor espera que alguém diga pelo fato que ele estime como interessante, vantajoso ou que seja de seu interesse. Desta forma, parte-se do pressuposto que a mídia informe o que é de interesse do receptor. Mas também existem os pressupostos de enunciado que começam pelo pressuposto de enunciação, mas é composto pelos pressupostos de referência de existência, ou seja, aquilo que o ouvinte já sabe e que é complementado por novas informações, mas só faz sentido para pessoas que já possuem determinadas referências sobre as quais já tinham conhecimento. É o que chamamos de repertório e contextualização. Se isso não estiver completo, o discurso não terá sentido. Isso prevê uma natureza interacional sobre o discurso.

Também podemos pensar na comunidade de discurso, que é o conjunto das crenças que são enraizadas e que me permitem concordar ou discordar de uma determinada fala. Os *media* intervêm na construção dessa comunidade de fala e amplificam o tamanho da comunidade de discurso. Sobre isso nos firmamos em Rodrigues (2011), que afirma que:

Somos dotados de conhecimento familiar em tudo aquilo que constitui o nosso mundo comum que também somos capazes de conhecimento sobre os objetos que formam esse mundo comum. São essas duas modalidades de conhecimento que constituem a experiência, conjunto de saberes formado de crenças firmes, fundamentadas no hábito e constitutivos do senso comum. (RODRIGUES, 2011, p. 42)

A diferença entre um discurso midiático e um discurso não midiático é a multiplicação da audiência e com isso tudo o que envolve a busca por esse público. Assim, o que distingue a atividade social discursiva quando se utiliza um dispositivo midiático é o objeto de análise da chamada análise de discurso midiático. Importante destacar que quando se trabalha o discurso midiático não se pode ignorar que ele é midiático. Esse é o primeiro ponto de partida da própria análise.

Todo discurso midiático utiliza-se de um dispositivo, o primeiro e fundamental é a linguagem, e devemos considerar o contexto daquilo que se diz, o conteúdo do discurso e a interpretação do receptor.

O discurso não fala sobre as coisas, mas sim sobre as referências construídas pelo próprio discurso. O importante não é sobre o que falar, mas o que falar sobre. A natureza construtivista do discurso. O que importa é a referência que o receptor constrói do discurso.

Este estudo se fundamenta na Teoria Social do Discurso, ou seja, é uma abordagem de Análise de Discurso Crítica (ADC), desenvolvida por Norman Fairclough, que se baseia em uma percepção da linguagem como parte irredutível da vida social dialeticamente interconectada a outros elementos sociais (Fairclough, 2003). A expressão ‘Análise de Discurso Crítica’ foi utilizada pela primeira vez por Fairclough em um artigo publicado no *journal of pragmatics* em 1985 (Fairclough, 1985).

Segundo Magalhães (2005), a ADC oferece uma valiosa contribuição para o debate de questões ligadas ao racismo, à discriminação baseada no sexo, ao controle e à manipulação institucional, à violência, à identidade institucional, à auto-identidade e à identidade de gênero, à exclusão social. Está situada na ciência social crítica e na pesquisa crítica sobre a mudança social, tendo em vista que agimos discursivamente e também representamos discursivamente o mundo social à nossa volta.

Ainda segundo Magalhães (2005), a ADC se distingue de outras tradições acadêmicas como a sociolinguística variacionista, a linguística textual, a análise da conversação e a pragmática.

Esta fundamentação e a escolha desta metodologia se fortalecem como importante método para identificação dos discursos midiáticos brasileiros na construção do significado da cidadania, aqui a cidadania relacionada à saúde pública.

O DISCURSO SOBRE A SAÚDE PÚBLICA

Para início da análise de discurso crítica sobre a saúde pública, foi feita a transcrição de uma reportagem exibida em mídia eletrônica – televisão, em canal aberto, em rede estadual (Goiás), sendo transcrito na íntegra o primeiro episódio da série Luta Pela Vida, com tempo de análise de 17'11", no Jornal Anhanguera 1ª Edição, veiculado no dia 18 de março de 2014 pela TV Anhanguera filiada Rede Globo. A partir da transcrição⁴ foi possível estabelecer um recorte dos mais significativos pontos de análise.

A emissora faz parte de uma rede de televisão pertencente ao grupo Organização Jaime Câmara, um dos maiores grupos regionais de mídia do Brasil. (CAMPOS, 2008). A regionalização e a produção de séries televisivas com características locais são uma das estratégias abarcadas pela TV Anhanguera desde sua fundação no Estado de Goiás.

Percebe-se a retomada do processo de regionalização da comunicação ou mesmo da produção regionalizada em várias emissoras que integram redes de comunicação como forma de fidelização do telespectador ou como estratégias que abarcam novas alternativas de apelo comercial. (CAMPOS, 2008, p. 221).

A motivação em analisar esta reportagem surgiu por sua característica de contrariar o senso comum e a previsibilidade do discurso midiático no tocante à saúde pública que, muitas vezes, mais preocupada com as questões comerciais do que com o bem comum, apresentam sempre discursos e imagens da falência da saúde pública nos mais variados territórios brasileiros, sejam em âmbito Nacional, Estadual ou Municipal.

No geral, são sempre escândalos de desvio de verbas que deveriam ser destinadas à saúde pública, falta de leitos, falta de medicamentos, falta de médicos, enfim, tudo falta, nos discursos sobre saúde a única coisa que sobra são problemas. Contudo a matéria em análise contraria esta prática e apresenta um discurso positivo sobre um Hospital Público na Cidade de Goiânia.

Em uma pesquisa sobre a imagem do SUS nas mídias impressas de Goiás foram constatadas 2186 notícias publicadas no ano de 2012, sendo que destas, 40% referem-se à saúde estadual (MENEZES, WANDERLEY e BRAGA, 2012), campo em que se refere nossa análise.

⁴ A transcrição completa do discurso pode ser acessada em:
https://drive.google.com/file/d/0B_zsZ4s4II5teHpOT11LanZKRDg/edit?usp=sharing

[...] 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)

Os discursos verbais, para-verbais e extra-verbais que constituem a matéria analisada retratam uma realidade completamente diferente de muitas já apresentadas pela mídia sobre o mesmo Órgão Público. A seguir são destacados os principais pontos de análise que reforçam esta visão:

Heroificação

O processo de *heroificação* começa com o nome da série que ao invés de ser neutra e informar, como prevê os preceitos jornalísticos, é carregada de ideologia e se mostra como um título romantizado: Luta pela vida. A partir daí, todo o vídeo e o discurso apresentado é direcionado para esse enfoque, onde todos os profissionais e a organização retratada estão em uma constante luta pela vida.

Na narração que encabeça a matéria ressaltam o título e a *heroificação* ao dizer “A luta para salvar vidas, e o muitas vezes inevitável encontro com a morte”. Naturalmente os profissionais de saúde são uma classe com um tratamento diferenciado devido a lidarem diretamente com a vida e a morte, resultado do sucesso ou insucesso de suas ações, e o reconhecimento é necessário, mas o que surpreende na reportagem não é mostrá-los como heróis, e sim por que não mostraram antes?! Neste sentido pode ser destacado inclusive a questão do valor notícia, sendo que nenhum fato original serve de pauta para este acontecimento rotineiro e, portanto, sem razão de constituir notícia.

Tal processo continua através da matéria quando um dos repórteres refere-se ao paciente: “encontramos um outro guerreiro dois andares abaixo”. Guerreiros estão normalmente em batalhas, lutando e se mantendo vivos. Nessa batalha existem os guerreiros que estão tentando sobreviver, os pacientes, e os heróis que estão a salvá-los, os profissionais. Usando esses termos carregados de valores e simbolismo para o imaginário humano, seria uma tentativa de ressignificação da saúde pública estadual e mais especificamente do HUGO, ou o “novo HUGO” como divulgado pela Secretaria Estadual de Saúde e como a televisão está construindo a imagem?

Outra afirmação que retrata esse processo refere-se à dificuldade dos profissionais que atuam no período noturno: “De volta a reanimação a equipe começa a sentir o peso do

plantão noturno”. Isso é reforçado com a fala dos jornalistas âncora do jornal, que depois da exibição da matéria fazem seus apontamentos:

Impressionante, e muita gente, eu, por exemplo, não fazia ideia de que os médicos ficam o tempo inteiro ali em movimento [...] A gente viu que eles não param um minuto se quer, médicos, as outras equipes de apoio. [...] E é importante lembrar também que muitos desses médicos, enfermeiros, técnicos, não tem apenas um emprego. Fazem um plantão no HUGO, fazem um plantão, outro plantão, em outro hospital. Imagina a situação física e emocional de quem trabalha, de quem enfrenta isso todos os dias também, né. E é por essa luta pela vida que a gente tem que dar os parabéns a todos eles. (Luta pela vida, 2014)

Nesses apontamentos da *bancada* do jornal, é possível verificar o tom coercitivo da matéria para o enfoque da *heroificação* dos profissionais da saúde e de como a rotina é pesada. Caso o telespectador não tivesse compreendido isso durante toda a matéria, em seus últimos minutos é possível essa retrospectiva afetiva para com os profissionais. Importante ressaltar que a análise desses dados não possui um caráter de juízo sobre a veracidade dos fatos, mas somente os termos empregados em sua elaboração e a escolha semântica das afirmações, fazendo de uma matéria informativa uma construção de texto construída com base nos adjetivos.

“A equipe usa um aparelho para dar um choque no paciente e fazer o coração dele reagir. Mas ao olhar o monitor os médicos já sabem que perderam a batalha”. O repórter completa indagando ao médico: “como você se sente em perder essa batalha?”. Aqui claramente o termo batalha, que literalmente possui como *significado* a referência ao combate, peleja, luta, esforços para vencer dificuldades. E conforme os conceitos de Bakhtin (SILVA, 2013), o *tema* apresentado nesta palavra, sendo mais específico que o próprio significado, é o da constante epopéia e dualidade natural do humano: viver sabendo de sua morte, a *finitude* inegável. Ali retratado não estava apenas o fato de não ter conseguido vencer uma batalha, mas vencer a morte, salvar a vida do paciente atendido. O médico, arrasado, e com respiração ofegante, só confirma a situação narrada e delimitada pelo repórter e a imagem apresentada é muito mais representativa do que o próprio discurso verbal.

O *pé* da matéria, apresenta o seguinte texto: “pra quem lida tão de perto com a vida e a morte, há sempre a esperança. Amanhã é dia de continuar a luta pela vida”. Além de destacar a dualidade vida *versus* morte e o contraponto da esperança aproveitam para uma

chamada para a continuação da série, e a continuação da luta, da peleja e batalha pela vida. O discurso exagerado presente em toda a reportagem é tratado no próximo tópico.

Dramatização

A dramatização no sentido do exagero ao drama apresentado na reportagem é iniciada pelo título “luta pela vida” da série e completada com recursos gráficos e sonoros. As imagens selecionadas são quase sempre de pacientes em macas, salas de reanimação, monitores cardíacos com *super close* nos sinais vitais e detalhes da unidade hospitalar que favorecem a uma visão mais emocionante da história narrada.

Os recursos sonoros usados dão um tom mais dramático da reportagem, que, em muitos momentos, lembra uma produção publicitária com o interesse de persuadir através da emoção. Cada vez que um *guerreiro (paciente)* é retratado com lágrimas nos olhos, ali entrava um BG (*background, som de fundo*) que deixava a cena ainda mais triste, mais emotiva. É inevitável não se envolver na trama com tais recursos tão bem empregados. Se o produto em questão se tratasse de um vídeo institucional do hospital as cenas e o discurso poderiam ser interpretadas como uma construção de imagem institucional, mas para um produto jornalístico que prevê a imparcialidade, a produção não é adequada.

Na narração inicial da reportagem o locutor diz: “Pacientes em estado crítico. Baleados. Esfaqueados. O sofrimento dos acompanhantes”. Em cada palavra podem ser resgatadas imagens já previamente depositadas pela própria mídia em nossas lembranças, afinal é assim que o HUGO é rotineiramente representado nos veículos de comunicação. Ao evocar cada uma destas palavras: “estado crítico; baleados; esfaqueados; sofrimento” também já é conferido o tom da reportagem, sinalizando e acessando as pastas cerebrais que devemos abrir para ler os discursos que serão apresentados com os óculos da violência, lentes que têm sido usadas rotineiramente pelos receptores das mensagens jornalísticas.

A violência na TV é mediada pela imagem, como tudo o que passa pelo ecrã luminoso. Neste sentido, as imagens passam pelas distorções próprias da linguagem televisiva, que vão desde o enfoque dado à matéria até o formato editorial que ela assumirá enquanto imagem. Com efeito, uma vez mediada pelas imagens televisivas, a realidade será em grande parte ilusória. (MEDEIROS, 2009, p.18)

Cenas que constroem a espetacularização tornam as situações mais emotivas do que realmente são, ou enfatizam as situações que por si já são dramáticas o suficiente, como é o caso de um paciente que vítima de uma trombose fará a 23ª cirurgia de sua vida. O

cinematógrafo capta a fala da familiar que se despede do irmão que entrará para a cirurgia de alto risco, veja: “Tô te esperando lá de fora. Tô te esperando”, o paciente contrapõe: “Pode esperar que eu volto”. Nesse momento entra um BG melancólico, e a repórter entra: “Foi bom abraçá-lo?”, insistindo nesse momento de dor da entrevistada, que responde: “Foi, abracei ele mais uma vez”. O “mais uma vez” acompanhado da voz triste e chorosa da entrevistada, remete à incerteza de rever o familiar.

Essa situação de dramatização e espetacularização ocorrem várias vezes durante o vídeo, focando em cenas extremamente carregadas de emoções para que a matéria se torne cada vez mais envolvente. Em outra passagem a repórter questiona uma filha com a mãe internada: “segurando a mão dela assim o que a senhora tá passando naquele momento pra ela?”, a filha responde desviando o olhar, segurando as lágrimas: “eu pejo pra passar uma energia forte né”. A repórter traz em off no vídeo uma fala óbvia, mas que não pode deixar de constar para enfatizar o drama e emoção em questão: “até porque vem etapas difíceis pela frente”.

A dramatização é sempre enfatizada com a emoção dos acompanhantes dos pacientes: “só quem já passou uma noite dentro do hospital sabe o quanto é duro emocionalmente, fisicamente, passar a noite inteira assistindo uma pessoa doente”, com uma ênfase no “emocionalmente, fisicamente”, fala que abre a discussão sobre uma senhora que passou a morar dentro do hospital para cuidar do filho.

Institucionalização

O tópico analisado como institucionalização trata dos itens implícitos ao discurso que de certa maneira *vendem* a imagem do hospital, saúde pública e da sua estrutura física e humana. A fala do repórter “Vamos acompanhar tudo que acontece no maior hospital de urgências de Goiás”, dá o tom da grandiosidade, importância e relevância da unidade.

Em seguida destaca-se a equipe multiprofissional atuante na unidade hospitalar, o que de certa maneira dá credibilidade para os atendimentos ali despendidos: “A equipe aqui é multidisciplinar, tem neurologistas, ortopedistas, e o tempo inteiro eles fazem avaliação dos pacientes, dos casos mais graves, eles já fazem o encaminhamento do que deve ser feito. E mesmo assim, os médicos têm que decidir quais serão atendidos primeiro”. E também em: “A equipe é grande. São muitas pessoas acompanhando o paciente”. A equipe multidisciplinar é reafirmada durante todo o vídeo, ao captar diferentes fontes para as entrevistas e diversos enfoques de suas atividades dentro da atividade hospitalar, como a

psicóloga chamada para auxiliar no pré-cirúrgico e também com a assistente social que colabora para integrar a família nos atendimentos.

Uma frase do repórter também merece destaque: “Até chegar no HUGO, Robson passou por outras duas unidades de saúde”. É explicado durante essa parte da matéria que o caso dele é muito grave, e o próprio paciente diz que foi recusado em outras unidades pela complexidade do seu caso. Esta afirmação deixa implícita a ideia: até chegar no HUGO, (unidade que resolverá o problema deste paciente por se tratar de um grande hospital com muitos profissionais que estão aqui o tempo todo), Robson passou por outras duas unidades de saúde, (que não são tão eficientes quanto o HUGO - que recebe os pacientes independente da gravidade).

O subliminar e o explícito são trabalhados no discurso de forma a promover a imagem institucional do HUGO, com textos que afirmam que o hospital passará por reformas, ampliará a quantidade de leitos e continuará a prestar assistência a vítimas de qualquer gravidade.

Para concluir a análise da institucionalização há um detalhe crucial: a exibição da nova fachada do hospital no início e no término do vídeo. Como o hospital estava outrora sucateado, uma das primeiras ações da Organização Social que o administra atualmente foi de tentar mudar sua imagem, alterando a fachada e dando *cor* à unidade hospitalar, configurando também através da criação de uma logomarca robusta e exposta nessa fachada que é destaque na reportagem. Intencional ou não, participa da formação de todo o discurso midiático presente neste produto da mídia.

INFERÊNCIAS CONCLUSIVAS

A discussão presente nesta análise discursiva não se atém ao que é verdade ou inverdade retratado no produto midiático, mas sim na criação da representação do enfoque buscado pelo veículo produtor deste material que mostra claramente uma tentativa de ressignificar e dar novo tom nas representações deste hospital, indo mais além, nas representações da saúde pública do Estado de Goiás.

Em se tratando de um hospital público, no tocante à construção da cidadania, a mídia tem papel fundamental na formação de imagem que os pacientes que precisam dos serviços do HUGO possam passar a ter. Além deles, outros públicos impactados pela matéria também fazem parte da construção imagética do HUGO, entre eles, profissionais da área da saúde, políticos, cidadãos que não se utilizam do HUGO, mas que contam nos

momentos eleitorais e de formação da opinião pública, imprensa, enfim, o conjunto de agentes sociais que entendem o papel do HUGO como um componente fundamental na construção das organizações que compõem a sociedade.

Ao tentar ressignificar a imagem do HUGO pela mídia, podemos identificar que trata-se do mesmo hospital que rotineiramente é abordado para matérias televisivas ou de qualquer outro produto midiático para a narração do quadro caótico por que passa a saúde pública no País. Desta forma, ao apresentar o hospital por um outro ângulo, fica clara a imagem multifacetada que o discurso televisivo pode criar baseado no enfoque que pretende dar à matéria. Afinal, um copo com água até a metade pode estar meio cheio ou meio vazio a depender do discurso que se quer construir sobre ele.

Neste trabalho, a imagem do HUGO para os cidadão pode ser analisada como uma informação ou uma anti-informação, tendo em vista que para quem se utiliza dos serviços, o tempo de espera, as macas acomodadas no corredor, a falta de medicamentos adequados e os demais problemas continuarão a existir, mas a imagem que os demais públicos que não utilizam os serviços pode passar a ter é de um atendimento humanizado e melhor do que a realidade.

A construção de imagem é ponto de reflexão num País onde os elementos constitutivos da cidadania refletem um panorama onde tudo falta, de educação a transporte, de lazer à segurança, a saúde é ponto determinante de identificação do sujeito como participante de uma sociedade.

Ao aplicarmos a ADC com um olhar para um produto midiático buscamos entender as relações dialéticas entre discurso e práticas sociais, bem como elucidar as possíveis informações subjetivas que não estão explícitas para a consciência dos cidadãos que recebem a mensagem, além de evidenciar o papel essencial que o discurso possui para as mudanças sociais. O discurso (des)constrói percepções e modifica o ideal imaginário, por isso é utilizado como ferramenta persuasiva nos dias de hoje. Compreendê-lo é uma responsabilidade a quem se debruça nos estudos de comunicação e cidadania.

REFERÊNCIAS

BLOG DO MARCONI. Disponível em: <http://www.marconiperillo.com/equipe/marconielogia-nova-serie-da-tv-anhanguera-luta-pela-vida/>. Acesso em 02-06-14.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio D'Água, 1993.

COUTINHO, Iluska. **Lógicas de produção do real no telejornal**: In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.) *Televisão e realidade*. Salvador: Edufba, 2009, p. 56 a 73.

CAMPOS, Adriana Souza. **A audiência da TV Regional no cerrado goiano**: a Rede Anhanguera de Televisão in *Estudos de mídia regional, local e comunitária*. São Paulo: Arte & Ciência/Unimar, 2008.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing Discourse**: textual analysis for social research. London: Routledge, 2003.

JOST, François. **O que significa falar de “realidade” para a televisão?** In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.) *Televisão e realidade*. Salvador: Edufba, 2009, p. 13 a 30.

Luta pela Vida, primeiro episódio. JA mostra a rotina dos principais hospitais de Goiânia – HUGO. *Jornal Anhanguera 1ª Edição*, 2014. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=E2k5GCVTYdk> e
<http://g1.globo.com/videos/goias/jatv-1edicao/t/edicoes/v/jornal-anhanguera-1o-edicao-mostra-a-rotina-dos-principais-hospitais-de-goiania/3221041/>

MAGALHÃES, Izabel. **Introdução: A análise de discurso crítica**. DELTA, 21: Especial, 2005, p. 1 a 9.

MEDEIROS, Magno. **Violência da mídia, tecnorracionalismo e cidadania**. In: *Comunicação & Informação* v. 12, n.1: p. 16-26 - jan./jun. 2009.

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*.

OLIVEIRA, Luciano Amaral. **Gramsci**. In: *Estudos do discurso: perspectivas teóricas / organização Luciano Amaral Oliveira*. – 1. Ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

PIRES, Klauber Cristofen. **Hospitais públicos: o retrato do socialismo**. 20 DEZEMBRO 2009. Artigos – economia. Disponível em:
[Http://www.midiasemmascara.org/artigos/economia/10619-hospitais-publicos-o-retrato-do-socialismo.html](http://www.midiasemmascara.org/artigos/economia/10619-hospitais-publicos-o-retrato-do-socialismo.html)

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O paradigma comunicacional**: História e Teorias. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

SILVA, Adriana Pucci Penteadó de Faria. **Bakhtin**. In: *Estudos do discurso: perspectivas teóricas / organização Luciano Amaral Oliveira*. – 1. Ed. – São Paulo: Parábola Editorial, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa** / Mauro Wolf; [tradução Karina Jannini]. – 2ª Ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2005.