

O uniforme enquanto objeto sógnico na área da saúde

The uniform as a representative object in health care area

Eliecília de Fátima Martins, Cecília Jerônima Martins

Universidade Salgado de Oliveira - Campus Goiânia. Rua 105-B, 185, Setor Sul, 74080-290, Goiânia, GO, Brasil.
eliecilia@gmail.com, ceciliajmartins@hotmail.com

Resumo. Insere-se no âmbito dos estudos da cultura material, colocando o uniforme da área da saúde enquanto objeto de estudo. Objetiva-se analisar o significado dessa vestimenta enquanto elemento presente na imagem de empresas nas relações profissionais identitárias humanas e corporativas. Fundamenta-se em pesquisa bibliográfica, análise de indumentária e entrevista. Discute-se como esses artefatos são percebidos e interpretados nas relações internas e externas aos profissionais de saúde e a utilização do uniforme como forma contraditória de homogeneização e de distinção de classes sociais. Conclui-se que para a empresa, essa indumentária representa um conjunto de conceitos, afirmações e explicações, é interpretada como que derivada da identidade da área. Para os profissionais da saúde, ela atribui características e traços da individualidade desse grupo e ao mesmo tempo passa a ser símbolo de *status* e diferenciação social e de segregação dentro do próprio grupo de acordo com a função ou cargo que o indivíduo ocupa.

Palavras-chave: uniformes, representações, saúde.

Abstract. It inserts in the scope of the studies of the material culture, setting the uniform in Health Care area as an object of study. It is aimed to analyze the significance of this clothing as an element which is present in the formation of the image of the companies in human relations professionals and corporate identity. It is based in bibliographical research, costume analysis and interview. It is discussed how these artefacts are noticed and interpreted in the internal and external relations to the professionals and the use of the uniform as a contradictory form of homogenization and of a distinction of social classes. It concludes that for the company, this costume represents a group of concepts, statements and explanations; it is interpreted as derived of the identity of the area. For the professionals of the area, it attributes characteristics and traits of individuality of this group and at the same time becomes a symbol of status and social differentiation and segregation inside of the own group according to the function or position that the individual occupies.

Key words: uniforms, representations, health.

Introdução

Para Benjamin, “o modo pelo qual se organiza a percepção visual humana, o meio em que ela se dá, não é apenas condicionado naturalmente, mas também historicamente”, assim, as imagens e os objetos estão inseridos num sistema de significação que deve ser visto como elementos articulados entre si no campo dos fazeres humanos, ou seja, “enquanto sistemas permeados pelas dimensões do ‘impensá-

vel’ e o ‘invisível’ que o sustentam” (Benjamin, 1985, p. 15; Portinari, 1999, p. 96), e que fazem parte do nosso imaginário. As imagens são os registros que se aproximam, o mais natural possível, daquilo que vemos ou acreditamos ver (Frutiger, 1999, p. 195).

Em outras palavras, podemos dizer que cada indivíduo tem a sua interpretação de uma imagem e/ou objeto que poderá ser igual à de outros indivíduos ou não (Kreutz, 2001, p. 3). Essa interpretação pode acontecer pela

assimilação de esquemas existentes no imaginário da pessoa (Portinari, 1999, p. 96)

A imagem, como representação do real, eleva-se à categoria de signo (Frutiger, 1999, p. 196). De acordo com Peirce (1977) quando um signo se torna uma “convenção passa a ser um símbolo” e se, caracterizado por ser um mediador de participação humana, o consideramos um símbolo social ou um código cultural.

Baseadas nessa ideia muitas organizações e pessoas utilizam os símbolos presentes no imaginário coletivo para transmitir a imagem da marca (produto/serviço) e identidade pessoal ou profissional.

Neste contexto, os uniformes, aqui entendidos como elementos padronizados, podem constituir-se como recurso estratégico na formação da imagem (corporativa) da empresa, da imagem profissional e da identidade do indivíduo.

É sobre a imagem essencial das organizações e profissionais na área de saúde, mais precisamente o seu uniforme como parte da identidade visual, que é direcionado o olhar nesse trabalho. Assim, o tema central da pesquisa se relaciona aos uniformes da área de saúde. Wajnman (2002, p. 134) compreende essa indumentária como um dos vetores materiais da produção e reprodução social, inserindo-os no âmbito dos estudos de cultura material.

Considerando o uniforme enquanto objeto da cultura material, este estudo tem como objetivo discutir a utilização dessa indumentária numa forma de associação e homogeneização da imagem na área da saúde. Busca relacionar o sentido de identificação dos membros das organizações e desvendar os significados que esse símbolo construído sob os pilares culturais representam para seus membros.

Com o intuito de estudar os significados dos uniformes enquanto objetos-símbolos optou-se por utilizar as teorias dos signos e uma metodologia qualitativa e descritiva já que por ela é possível envolver uma ampla variedade de materiais empíricos, como estudos perceptivos imagéticos, observações, dentre outros, que possibilitam ao pesquisador dar sentido e interpretar o objeto em estudo nos seus mais diversos momentos.

Para estudar o contexto cultural definidor das vestimentas padrão, e para decifrar os significados atribuídos a esses símbolos na área da saúde, definiu-se, por amostragem intencional e voluntária, envolvendo corporações nos segmentos da fonaldilogia, odontologia,

medicina e fisioterapia, vinte e sete (27) pessoas dentre pacientes e profissionais como fonoaudiólogos, odontólogos, médicos fisioterapeutas, radiologistas, psicólogos, enfermeiros, recepcionistas, auxiliares de serviços gerais, atendentes, administradores, funcionários administrativos e técnicos de higiene dental, que atuam na área da saúde.

Utilizou-se a evidência oral para obtenção de dados, perpassando pela iniciativa do experimento social de entrevistas abertas e semi-estruturadas, interagindo com os atores do estudo em questão. Para Minayo (2000, p. 109), esse instrumento de coleta de dados dá a possibilidade de, a partir da fala, revelar as condições estruturais dos sistemas de valores, normas e símbolos (sendo ela mesma um deles). Ao mesmo tempo, a evidência oral tem o poder de transmitir, por um porta-voz, as representações de determinados grupos em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicas. Pode-se também a partir dela, fazer exemplificações e apontamentos de convergências com os teóricos estudados.

Significado do uniforme para a empresa de saúde

Apenas 35% de nossas experiências de comunicação diárias são verbais, o restante, 65%, pertencem à comunicação não-verbal (Haig e Harper, 1997). A comunicação não-verbal serve para reforçar, repetir, substituir, complementar, acentuar, regular ou, até mesmo, contradizer a comunicação verbal. A comunicação não-verbal ajuda-nos a entender o mundo no qual vivemos. O uniforme enquanto sistema visual não-verbal pode ser um dos mensageiros da essência da organização que representa, contribuindo para a construção da imagem corporativa.

Nesse sentido, as falas dos administradores das empresas entrevistados, em comum, apontaram que os uniformes da área da saúde, devem significar credibilidade e segurança hospitalar, limpeza, higiene, organização e modernidade. Segundo eles, a padronização da roupa dos colaboradores de uma empresa pode contribuir para a construção da imagem corporativa, pois a uniformização eleva o conceito de organização da instituição perante aos seus clientes e parceiros de trabalho.

Esse ponto de vista arremete às discussões de Pinho (1996) de que imagem corporativa é um conjunto de significados (percepções, impressões e experiências) que as pessoas associam a uma organização. Minguez (2000)

acredita que essa imagem é o resultado da abstração e simplificação de atributos mais ou menos representativos da organização que cada indivíduo realiza em sua mente.

Para esse mesmo autor, a imagem se constitui de quatro componentes diferenciáveis, cada qual se integra a níveis diferentes, mas que devem estar integrados entre si: a identidade, o ambiente, a conduta e a comunicação. Em cada um deles encontramos um componente da imagem: a imagem essencial, a identidade, a imagem contextual, o cenário, a imagem factual, o comportamento, e a imagem conceitual, a divulgação.

Assim, segundo participantes das entrevistas:

O uniforme das recepcionistas deve estar de acordo com as ideias que o hospital quer passar como: respeito, segurança e modernidade, e ainda mostrar estética e harmonia, mas, sem atrapalhar a execução do trabalho (fala de um médico).

A recepção é a identidade visual da empresa da saúde. É o ambiente em que o paciente observa, analisa e julga a imagem da clínica (fala de um fisioterapeuta).

O primeiro contato do cliente com a clínica se dá pela recepção. Desse modo, a primeira impressão é elaborada a partir da aparência pessoal de quem o recebe. Para a construção da imagem da clínica é preciso levar em conta desde o tom de voz até a maneira da recepcionista se vestir. Essa impressão é importantíssima para causar bem estar, dando um aspecto favorável, já que o paciente deve ser cativado a fazer parte da clientela (fala de um odontólogo).

Se o grupo está bem vestido, vai proporcionar um bom apelo visual, transmitindo, também, segurança, credibilidade e respeito. Se um profissional atender a um paciente com a aparência descomposta, pode gerar desconfiança em relação à competência dos profissionais da empresa. Por isso que a clínica deve ter uma preocupação visual com a sua equipe. Desse modo, as roupas, para uso diário, devem ser limpas, de material resistente, para não ficar puídas. As cores devem ser claras, confortáveis e discretas (depoimento de uma fonoaudióloga).

Os dizeres desses entrevistados condizem com as ideias de Kreutz (2001, p. 6) de que “a imagem é um elemento estratégico para qualquer organização e o seu grande objetivo é causar determinadas impressões em seus públicos e levá-los a uma atitude que seja positiva para a organização”. Sua valorização é um meio de apostar na qualidade dos serviços.

As relações funcionais e ambientais por sua vez são apontadas nos resultados da pesquisa.

Os dados indicam que as empresas de saúde participantes da pesquisa ao adotar o uniforme, buscam adequá-lo de acordo com a estética e a funcionalidade específica ao ambiente e ao tipo de trabalho realizado, à sua identidade visual e imagem corporativa.

Segundo a fala dos administradores entrevistados, os profissionais devem ser identificados e diferenciados por função, a pessoa que trata do paciente no sentido da saúde biológica e a pessoa que o atende na recepção, trazendo assim, coordenação, facilidade de comunicação e segurança também, representação da imagem corporativa e identidade visual através das suas cores e modelos.

Na identificação dos funcionários a cor é essencial (administrador 1).

Pelo branco o paciente pode identificar o médico, o enfermeiro, já as outras cores são para pessoas que atuam na parte administrativa (administrador 2).

Observe que no trecho acima, obtido da entrevista, a cor funciona como código de identificação funcional. O branco é uma cor simbólica da área, repleta de significados culturais.

Estudos perceptivos, baseados na linguagem visual das roupas enquanto cultura material, indicam que o branco é uma constante para muitos profissionais da saúde. Para Farina (1990, p. 112), essa cor “está associada à simplicidade, limpeza, paz, pureza, harmonia, estabilidade, assim, traz um forte poder simbólico de higiene e saúde e que culturalmente é esperado que seja usada pelos médicos, odontólogos, enfermeiros, por aqueles que tratam a doença”.

O uso do branco pelos médicos é um costume que vem desde a antiga Grécia. Os sacerdotes do templo de Asclépio (deus grego da Medicina) já se vestiam com roupas dessa cor para indicar pureza espiritual. Hoje, o branco é associado à limpeza e à higiene, elementos fundamentais na prática da medicina. No fim do século XIX, quando se deu a revolução científica, com o discurso higienista, segundo Lybio Junior (2004), o branco para as roupas dos médicos tornou-se padrão já que qualquer sugestão de fraqueza e enfermidade de sua própria pessoa deve ser evitada. O que era sinônimo de limpeza passou a ser visto como regra. Mas, o uso dessa cor nas roupas veio carregado de diferentes significados, de pureza a homogeneização e distinção de classe e status. Para esse autor, o branco passou, então, a ser

um símbolo poderoso de cura e de autoridade da área.

Por análise imagética de moda, obtém-se indicações de que a área de saúde ainda não destituiu a cor branca de seu monopólio. Mas, hoje, é possível encontrar roupas em tons de cores claras, ornamentadas com frisos, barras e bordados, que são empregados para distinguir os funcionários de cada estabelecimento. A partir das vestimentas desse grupo, observa-se que seu uniforme vem passando por transformações, tornando-se mais elaborado e *fashion*, abandonando assim os modelos tradicionais.

Nesse sentido, Machado e Coutinho (2005, p. 49) em seus estudos sobre as vestimentas das recepcionistas e secretárias destacam:

Uma boa aparência contribui para que as pessoas formem uma opinião positiva do indivíduo e do profissional. A aparência deve ser agradável, com vestimenta adequada ao ambiente e ocasião. A aparência não deve ser fora do comum, porque, neste caso, havendo muito destaque, mesmo temporariamente, vais desviar a atenção dos presentes em relação ao objetivo principal.

Uma equipe de saúde bem vestida, além de proporcionar um bom apelo visual, é responsável por transmitir segurança e respeito. A empresa deve ter uma preocupação visual com a sua equipe. Diretamente proporcional ao crescimento do mercado está a exigência dos administradores desta área. Infere-se pelas falas que quando o assunto é identidade visual, os uniformes estão em primeiro plano, pois o visual é um dado decisivo para a identificação de uma marca ou empresa.

Procuramos sempre estar atentos à escolha do uniforme da empresa. Deve ser observada qual a imagem da empresa, qual a temperatura do ambiente, como e quantas são as pessoas que irão usar o uniforme, se será o mesmo tipo para todos (administrador 3).

Pode-se dizer que a evolução nos uniformes de médicos, odontólogos, fonoaudiólogos, recepcionistas, dentre outros, vai além de um simples modismo. O aperfeiçoamento dos materiais com os quais é produzido esse tipo de vestimenta, aliado a uma mudança na mentalidade do empresariado, que percebe a importância da imagem interna e externa da empresa, colabora para a ampliação do mercado e viabiliza a criação de produtos específicos.

Ao confeccionar uniformes para a área da saúde é preciso criar modelagem adequada para o ambiente, sem esquecer o bom caimento. Além disso, o especialista necessita pesquisar o tecido ideal para aqueles trabalhadores, verificando a durabilidade e a praticidade para o uso prolongado e ao mesmo tempo atender aos aspectos da legislação.

A Norma Regulamentadora número 32 de Segurança e Saúde no Trabalho em Estabelecimentos de Saúde (Brasil, 2005) define a necessidade de vestimenta de trabalho adequada e em condições de conforto para a atividade da área, o que as torna estratégicas para o estudo desse tipo de indumentária. A legislação não existe apenas para os uniformes, há outros trajes de uso regulado como, por exemplo, vestes em hospitais e asilos psiquiátricos, roupas profissionais em empresas, vestimentas especiais em instituições religiosas, judiciárias e outras.

Para Carvalho *et al.* (2009, p. 359), o uso de jalecos, por exemplo, “se tornou uma prática obrigatória, com a finalidade de proteção dos profissionais durante a realização de procedimentos a pacientes, que envolvam material biológico”.

Fischer-Mirkin (2001, p. 94) diz: que nas “profissões de assistência”, tais como as relacionadas ao ensino, assistência médica e aconselhamento, a roupa confortável é muito importante. Ela deve comunicar e passar confiança, sendo fundamental fazer com que as pessoas que trabalham nas profissões de assistência evitem modelos muito marcados.

Uniformes como diferenciação e identificação de classe na área da saúde

Para as pessoas, as roupas representam uma espécie de espelho de si mesmo. A simbologia das roupas varia de cultura para cultura e traz a representação imagética de grupo. De uma forma geral, implicitamente as vestimentas trazem consigo marcas identitárias e separatistas da sociedade em determinadas classes. Sendo assim, a roupa, tanto modernamente quanto antigamente, serve para distinguir a classe social a qual o indivíduo pertence.

Carrega significados do papel que o indivíduo representa dentro da sociedade. Contemporaneamente, não define tanto uma classe social, mas, é uma forma de distinguir o grupo ao qual o indivíduo pertence, como, por exemplo, a função que desempenha nesse grupo social.

À primeira vista, a representação dos papéis é simbolizada exatamente pelo modo de se vestir, embora não haja nenhuma garantia de que o uso de uma roupa considerada da "moda" possa assegurar que a personalidade de quem a usa está de acordo com o papel que a pessoa representa ao usá-la (Monteiro, 1999, p. 170).

Nesse sentido, Fischer-Mirkin (2001), diz que a moda individual deve ser temperada com as normas aceitas na profissão. Toda profissão adere a um código, apesar de ele ser poucas vezes explicitamente delineado. Assim, não é de surpreender o fato de que uma aparência apropriada, conservadora, empresta uma aura de credibilidade aos profissionais da saúde, coisa que um modelo mais solto não o faz, fortalecendo a confiabilidade que lhe atribuem os pacientes.

As referências ao uso do uniforme como símbolo de honra e distinção aparecem reiteradas vezes no relato de Miner (1925), como se a uniforme corporificasse a moral e o status profissional. Os significados sociais e psicológicos, e as funções através destes, acabam por construir uma distinção social do grupo da área de saúde.

O depoimento de alguns profissionais da saúde sobre as vestimentas são marcados pela presença desses elementos ideológicos de divisão e identificação de classes:

Ser reconhecido como um profissional da saúde, perante a sociedade, já não pode mais ser considerado como status social (muitas vezes o profissional da área tem sua privacidade invadida, há certo abuso por parte de prestadores de serviços e principalmente certo receio de seqüestro). Por esses motivos, não gosto de estar de branco fora do consultório. Porém ao atender um paciente, estar vestido de branco ainda traz respeito e credibilidade (fala de um médico).

Tenho dedicado toda a minha vida a cuidar de pessoas que realmente precisam de ajuda. Minha profissão é o que me faz sentir um ser humano melhor. Por esse motivo, gosto de ser reconhecido como um profissional da área, estar de branco, sapatos limpos, cabelos bem cortados. Tudo isso me traz satisfação pessoal e profissional (fala de um odontólogo).

O depoimento de pacientes de um dos estabelecimentos de saúde investigado sobre as vestimentas desses profissionais mostra essa divisão de classes como senso comum. Indica também que o estímulo da diferenciação da classe, por meio das roupas se tornou consenso social.

O profissional da área de saúde deve ser identificado como tal. O uso do branco faz com que isso seja possível, já está inserido em nossa cultura, além da questão higiênica e estética necessária na profissão (fala de paciente).

O médico, odontólogo, enfermeiro e outros profissionais da área de saúde, são pessoas que dedicam sua vida a ajudar o próximo e, por esse motivo, há a necessidade de uma roupa diferenciada. A responsabilidade deles é muito grande (fala de paciente).

Nesse contexto, os discursos dessas pessoas convergem à ideia de que o uniforme para eles representam, a opção ideológica, a divisão de classes e a opção social do grupo, mostrada destacadamente através do objeto de ostentação de quem os usam. Segundo Chevalier, "o uniforme [...] indica a associação a um grupo, atribuição de uma missão, um mérito..." (Chevalier e Gheerbrant, 1991, p. 912).

O uniforme enquanto vestuário revela pelos discursos, também alguns aspectos da personalidade do indivíduo. Eles são consumidos como significados simbólicos de gosto, estilo de vida e identidade (Fischer-Mirkin, 2001). Através das vestimentas impõem-se maneiras de manter um *status quo*, assim, o uniforme, enquanto elemento de comunicação, na área da saúde, pode marcar uma divisão de classes.

Umberto Eco reafirma esse caráter ideológico da linguagem do vestuário, quando nos diz:

Porque a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir (Eco, 1989, p. 15).

O vestuário passa então a ter o significado de marcação, de forma clara, de uma divisão em grupos dentro da própria área. Exemplo disso é a uniformização por funções, elas comumente estão carregadas de variações simbólicas e de separações sociais, tendo em vista a função de cada indivíduo do grupo da empresa.

No que se refere a uniformização na área da saúde, a distinção dos uniformes pode ser considerada como um ato carregado de ideologia. Os profissionais da saúde, como médicos, odontólogos, enfermeiros, fisioterapeutas, dentre outros, trazem nas suas vestimentas características e traços da individualidade do grupo em específico. Demonstram

que são diferentes, que podem se diferir dos outros em função do que usam. Assim seus trajes em serviço estão permeados de representações de classe em relação aos outros profissionais: é como se a pessoa ao se vestir dissesse: eu pertencço à classe dos profissionais da saúde.

Desse modo, dentro dos padrões estabelecidos por esses profissionais, a roupa tem um caráter de mostrar uma distinção, a capacidade de delimitar subgrupos dentro de um grupo. É comum, inicialmente, estabelecer uma divisão precisa das áreas de atuação perante o profissional que atua diretamente na saúde do indivíduo e o profissional que atua no âmbito administrativo de um hospital por exemplo.

Essas idéias estão de acordo com Monteiro (1999, p. 174):

A roupa, para a sociedade atual é uma forma de o indivíduo mostrar que pertence a determinada classe social ou grupo. Demonstra, através das roupas, o quanto é bem sucedido, o quando soube e pôde se destacar dos demais. A roupa é símbolo de status e diferenciação social e da diferenciação dentro do próprio grupo.

Portanto, o uniforme pode simbolizar uma pessoa como membro de uma determinada instituição, grupo ou tribo. Muitas vezes situa-o em uma hierarquia, fornecendo informações sobre seu status dentro da entidade.

Na análise das vestimentas dos profissionais da saúde fora de salas de cirurgia, percebe-se, a partir da qualidade e estilo da roupa, que o padrão com que as pessoas se vestem está intimamente ligado à classe social estabelecida pela função ou cargo. De tal forma que o modo de vestir acaba por caracterizar a profissão dessas pessoas. Ou seja, através das roupas, os profissionais da saúde marcam uma diferenciação de classe ou de grupo, algo que é intrínseco às roupas, ao vestuário estabelecido. Algumas peças de roupas, em sua maioria, trazem, na sua uniformização, a essência de servir como uma distinção de classe e uma forma de poder, até mesmo quando observadas isoladamente em seus significados.

Entretanto, em certas circunstâncias, segundo Lurie (1997), vestir um uniforme pode facilitar a transição de um papel para outro; também é verdade que a desvantagem tanto física quanto psicológica pode ser oculta por um uniforme, ou ate mesmo suprimida; a bata de um cirurgião pode esconder um físico fraco

ou receios de incompetência, concedendo-lhe dignidade e confiança.

Os vários lados de quem veste o uniforme

A diferença em relação aos uniformes está nos detalhes do vestuário, enquanto para as outras roupas existe uma liberdade maior do usuário para compô-las. A codificação minuciosa dos uniformes nos possibilita lidar com conjuntos de regras bastante explícitas para analisarmos ocasiões e formas de uso, princípios reguladores da indumentária.

Obtivemos os seguintes depoimentos de entrevistado usuário do uniforme, quando os questionamos sobre o significado do uniforme para ele:

O uso do uniforme, faz com que eu me sinta bem vestido, de forma elegante, higiênica e funcional, sem alterar no orçamento (secretária).

Nesse ponto é possível inferir que a indumentária é considerada uma comodidade e economicamente falando prática já que evita o uso das próprias roupas.

O uniforme faz com que eu me sinta bem vestida, sempre. Dessa forma não tenho problemas com a aparência (administrativo).

Para os que buscam certa praticidade da aparência, o uso do uniforme é providencial e uma forma de estar sempre bem.

Usar uniforme é uma forma de igualar os níveis sociais dentro do ambiente de trabalho, já que todos estão iguais (auxiliar de serviços gerais).

Usar uniforme é prático, econômico e evita certa competição de beleza dentro do ambiente de trabalho (repcionista).

O uniforme, além de ser higiênico, evita competições e divulga a imagem da empresa (técnico em radiologia).

Nota-se nesses discursos que o uniforme enquanto signo, representando uma forma de igualdade, homogeneidade do grupo, sem distinção de classes, insere-se na ideia de Pignatari (1977, p. 28) para o qual o signo (no caso o uniforme.) pode ser uma coisa que substitui a outra, desencadeando um complexo análogo de reações e interpretações.

Há os que vêem o uso do uniforme como muito prático e confortável.

Na maioria das vezes o uniforme é desenhado de acordo com as necessidades dos funcionários, facilitando assim os cuidados com a aparência e o conforto no correr do dia (funcionário administrativo).

Usar uniforme é fazer parte de um time vencedor, pois ele representa a empresa, além de passar aos pacientes, segurança, organização e funcionalidade (funcionário administrativo).

Do ponto de vista da segurança, o uniforme é considerado um equipamento de proteção individual, e responsável pela redução em acidentes de trabalho.

O uniforme, principalmente o jaleco serve para nos deixar mais seguros quanto à contaminação e ainda passa uma imagem positiva da empresa (técnico em higiene dental).

É possível inferir, diante dos discursos dos funcionários entrevistados, que, para os usuários, o uniforme representa praticidade, segurança física, economia, conforto/bem-estar, nivelamento social, integração social e identificação.

Por outro lado, há os que vêem o uniforme de trabalho como um obstáculo na representação de sua própria identidade.

Neste sentido, podem se destacar algumas colocações apresentadas no discurso de funcionários da área de saúde e que trabalham mais nas seções administrativas e recepção e que advogam os contra uniforme:

O que vestimos é o nosso cartão de visitas, reflete um pouco da personalidade de cada um, o uniforme não muito sobre a pessoa, ele fala sobre a clínica (funcionário administrativo).

Ao vestir-se igual a todos, perdemos uma parte importante de nós, parece que não somos nós (atendente).

Esse ponto de vista pode ser explicado tomando como referência as idéias de Palomino (2004): o vestir é a reprodução da condição social e da visão de mundo. O vestir reproduz o que somos ou que gostaríamos de ser. Através das vestes expressamos as nossas posturas sociais, culturais e os momentos históricos. Cada povo ao seu tempo vestiu-se das suas realidades e dos seus sonhos. Homens e mulheres de uniforme vestem o que não escolheram por si mesmos.

Transmitem uma mensagem a partir de suas vestimentas, que não é a que gostaria de passar de si mesmos, é a mensagem do outro. Se vestem com tais trajes, os quais, frequentemente, não tem a opção de escolher, ou que muitas vezes lhes tiram a capacidade de falar de si mesmos.

Nesse sentido, Lurie afirma:

O uniforme é a forma extrema de roupa convencional é determinada por outra pessoa. Abdicando-se do direito de agir individualmente – em termos de discurso falado é estar, parcial ou totalmente, sob censura. “O que se faz, assim como o que se veste, será determinado por autoridades externas – fazendo com que seu usuário em diversas situações aja de forma controlada e mecânica como: É um prazer em tê-lo a bordo”, “Não posso lhe dar essa informação”, ou o médico o atenderá logo.” Quando uma pessoa usar constantemente um determinado uniforme o fator psicológico pode se influenciar pelo seu poder a ponto de ficar difícil ou impossível para ela reagir normalmente. Só quando se despe do mesmo é que consegue falar e pensar como um homem comum. Tirar um uniforme é geralmente um alívio, muitas vezes um sinal de rebeldia (1997, p. 33).

Usar um uniforme, para muitos, é deixar de lado o direito do discurso livre na linguagem das roupas. A pessoa se sente obrigada a falar o diálogo composto por outra pessoa. Em casos extremos, quem usa o uniforme torna-se parte de uma massa de pessoas idênticas, todas falando as mesmas palavras ao mesmo tempo.

Mas, embora o uniforme supostamente transforme indivíduos em membro homogêneos de um grupo, nunca o consegue completamente – especialmente quando há um conflito entre as exigências da organização e as da moda.

O depoimento de uma recepcionista origina indicações de que o repúdio ao uniforme pode ser explicado em função do estabelecimento de classes sociais e acentuamento das diferenças entre essas classes.

Queríamos nosso uniforme branco, mas ele (referindo-se ao proprietário da empresa) disse que o nosso deveria ter outra cor, pois branco era só para os doutores (recepcionista).

De certo, a roupa assume essa função distintiva. De um lado os “superiores” do outro lado, os “subalternos”.

A roupa marca naquilo que há de mais aparente a diferença entre camadas da sociedade. De acordo com Barnard (2003, p. 96), “moda e indumentária podem também ser usadas para indicar ou definir os papéis sociais que as pessoas têm”. No caso estudado, uma relação de dominação de classe pode ser estabelecida, gerando uma relação de opressão, onde os “subalternos” se apresentam com uma conotação negativa, e os “superiores” com uma conotação positiva.

Assim, as formas simbólicas podem ser entendidas como portadoras de ideologia, isto é, como criadoras e mantenedoras de relações de dominação. Essa relação cultural faz parte da manutenção de uma ordem social e simbólica, estabelecendo uma fronteira entre o que “pertence” e o que “não pertence”, o “nós” e o “eles”.

Nesse sentido, o uniforme enquanto signo vem carregado de ideologia. Para “tudo que é ideológico é um signo. Sem signo não existe ideologia” (Bakhtin, 1992, p. 31). Eles são ambivalentes refrata e reflete o real, podendo retratá-lo com proximidade ou distorcê-lo.

Considerações finais

As vestimentas dos profissionais da saúde enquanto símbolos visíveis são interpretadas como que derivados da identidade da área. Essa identidade se forma por meio de crenças sedimentadas em valores e questões culturais e históricas.

Como elementos culturais visíveis, os objetos-símbolos em discussão, ganham em representatividade nas relações organizacionais internas e externas. Internamente, há os significados atribuídos pelos funcionários e pelos “doutores”, externamente, os símbolos tangíveis identificam para os clientes e a comunidade em geral os serviços e a imagem da organização.

Em nível de representação simbólica, para as empresas, o uniforme pode contribuir para a construção da imagem e da identidade visual favorecendo a construção de significados como integração, redução de contaminação, higiene social, praticidade, modernidade, setorização, organização, seriedade, eficiência, competência, produtividade e qualidade. Assegura também a propaganda indireta.

Para os pacientes, a aparência contribui na opinião positiva do paciente sobre a empresa e o profissional, se o grupo está bem vestido irá proporcionar um melhor apelo visual, transmitindo assim segurança, credibilidade, confiança e respeito.

As vestimentas favorecem um estímulo, uma implicação visual para a cultura de classe da pessoa que usa a vestimenta. Ela simboliza a diferenciação social porque dá a quem veste a roupa, alta capacidade de ser notado. E essa questão é estimulada e trabalhada na área da saúde, pela própria sociedade desde cedo, tornando o discurso intrínseco na roupa como um discurso oculto, tornando a prática ideológica inconsciente.

Conclui-se que a imagem profissional e corporativa da área da saúde é uma rede de representações sociais, ela se constrói por meio de referências sógnicas, que dizem respeito aos elementos culturais, às convenções incorporadas, implicando a construção de significados, identidade, e ideologias. Desse modo, a imagem dada pelo uniforme aos profissionais da saúde e às empresas remete à identidade da área, relacionada às suas características e significados exclusivos, explícitos e implícitos. Essa relação imagem/identidade configura-se em uma totalidade contraditória, múltipla e mutável, se constituindo em um fenômeno estético, histórico, político e social.

Referências

- BAKHTIN, M. 1992. *Estética da criação verbal*. São Paulo, Martins Fontes, 512 p.
- BARNARD, M. 2003. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro, Rocco.
- BRASIL. 2005. Ministério do Trabalho e Emprego. Portaria TEM n. 485, de 11 de Novembro de 2005 estabelece Norma Regulamentadora de Segurança e Saúde no Trabalho em Estabelecimento de Assistência à Saúde (NR-32). *Diário Oficial* (da República Federativa do Brasil), Brasília, 16 nov.
- BENJAMIN, W. 1985. *Obras Escolhidas I: Magia e Técnica, arte e política*. São Paulo, Brasiliense, 253 p.
- CARVALHO, C.M.R.S.; MADEIRA, M.Z. DE A.; TAPETY F.I.; ALVES, E.L.M.; MARTINS, M. DO C. DE C.; BRITO, J.N.P. DE O. 2009. Aspectos de biossegurança relacionados ao uso do jaleco pelos profissionais de saúde. *Texto contexto enfermagem*, 18(2):355-360.
- CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. 1991. *Dicionário de Símbolos: Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. 5ª ed., Rio de Janeiro, José Olympio, 1040 p.
- ECO, U. 1989. *Psicologia do Vestir*. 3ª ed., Lisboa, Asísrio e Alvim, 88 p.
- FARINA, M. 1990. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4ª ed., São Paulo, Edgard Blücher, 192 p.
- FISCHER-MIRKIN, T. 2001. *O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina*. Rio de Janeiro, Rocco, 244 p.
- FRUTIGER, A. 1999. *Sinais & Símbolos*. São Paulo, Martins Fontes, 334 p.

- HAIG, W.L.; HARPER, L. 1997. *The Power of Logos: how to create effective company logos*. New York, John Wiley & Sons, 191 p.
- KREUTZ, E.A. 2001. As marcas e a simbologia da imagem: uma análise da logomarca do Estado do RS. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, *Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Campo Grande, Intercom, p. 1-22. [CD-ROM].
- LYBIO JÚNIOR. 2004. *História da medicina: curiosidades & fatos*. São Paulo, Astúrias, 183 p.
- LURIE, A. 1997. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro, Rocco, 288 p.
- MACHADO, C.; COUTINHO, L.M. 2005. *Ser e fazer sucesso: curso prático*. Goiânia, Asa, 212 p.
- MINAYO, M.C.S. 2000. *O desafio do conhecimento, pesquisa qualitativa em saúde*. 7ª ed., São Paulo/Rio de Janeiro, Hucitec-Abrasco, 270 p.
- MINER, H.E. 1925. *O desenvolvimento do service de enfermagem no Brasil*. Rio de Janeiro, DAD/COC/Fiocruz, 14 p. (Coleção Rockefeller, mimeo).
- MINGUEZ, N. 1999. Un Marco Conceptual para la Comunicación Corporativa. *Zer Revista de estudios de comunicación*, 8. Disponível em: <http://ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>. Acesso em: 12/012010.
- MONTEIRO, G. 1999. Metalinguagem das roupas. In: T.G. CORREA; S.G. FREITAS (orgs.), *Comunicação, marketing, cultura: sentidos da administração, do trabalho e do consumo*. São Paulo, ECA/USP/CLC, p.167-181.
- PALOMINO, E. 2004. A Moda. *Folha de São Paulo*. 29 jul.
- PEIRCE, C.S. 1977. *Semiótica*. São Paulo, Perspectiva, 352 p.
- PINHO, J.B. 1996. *O Poder das Marcas*. São Paulo, Summus, 152 p.
- PIGNATARI, D. 1977. *Informação linguagem comunicação*. São Paulo, Perspectiva, 162 p.
- PORTINARI, D.B. 1999. A noção de imaginário e o campo do design. In: R. SOUZA; A. OLIVEIRA (org.), *Formas do Design*. Rio de Janeiro, 2AB, p. 77-102.
- WAJNMAN, S. 2002. Moda e Campo de Saber. In: S. WAJNMAN; A.J. ALMEIDA (orgs.), *Moda, Comunicação e Cultura*. São Paulo, Arte & Ciência, p. 129-134.

Submetido em: 30/07/2011

Aceito em: 18/08/2011