
Caminhos para a comunicação midiática sobre o HIV: uma análise do perfil da UNAIDS Brasil no Instagram¹

Raí Gabriel de Castro GOMES²
Iluska Maria da Silva COUTINHO³
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este trabalho busca investigar pistas sobre possíveis diretrizes para a comunicação midiática sobre o HIV. Utilizando como percurso metodológico uma revisão bibliográfica, uma pesquisa documental e uma análise de material empírico, o artigo tem como foco conteúdos em vídeo veiculados no perfil da UNAIDS Brasil no Instagram. Os principais aportes teóricos são os estudos sobre HIV como fenômeno de espaço público (Fausto Neto, 1999), função pedagógica do telejornalismo (Vizeu, 2009) e dramaturgia do telejornalismo (Coutinho, 2003). O material, com recorte entre janeiro e dezembro de 2023, é analisado a partir do método da Análise da Materialidade Audiovisual. O trabalho tem como parte dos resultados a confirmação da hipótese de que entes de saúde de referência em HIV podem fornecer, ainda que tacitamente, caminhos para uma abordagem midiática ideal sobre o vírus.

PALAVRAS-CHAVE: HIV; comunicação midiática; UNAIDS; Instagram; Análise da Materialidade Audiovisual

INTRODUÇÃO

O Guia de Terminologia do UNAIDS — maior programa de referência sobre HIV e Aids no mundo, ligado à ONU — traz, em sua introdução, uma combinação de frases que foi a provocação inicial deste trabalho: “A linguagem molda o pensamento e pode influenciar comportamentos. A utilização de linguagem apropriada tem o poder de fortalecer a resposta global à epidemia de Aids” (UNAIDS, 2017).

Como foco na desconstrução de termos equivocados e na definição de linguagem ou expressões adequadas à abordagem do HIV e da Aids, o manual concentra esforços

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Jornalismo, mestrando em Comunicação na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (Facom-UFJF), membro do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). E-mail: raidecastro9@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação Social, professora do curso de Jornalismo e do PPGCOM da Faculdade de Comunicação da UFJF, coordenadora e pesquisadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br.

em padronizar a linguagem usada na comunicação sobre o vírus e a doença, promovendo clareza, precisão e sensibilidade ao tratar de questões relacionadas a ambos.

Em nosso entendimento, a partir desse manual, a UNAIDS se apresenta, para além de um ente-referência nas discussões biomédicas e sociais, também como uma fonte de diretrizes comunicacionais relacionadas ao HIV e à Aids, com potencial de serem apropriadas como uma espécie de “guias-de-linguagem” nas mais diversas abordagens midiáticas, desde campanhas de saúde até produções próprias da mídia tradicional, como reportagens em jornais, telejornais etc.

A partir desse entendimento de um papel de autorreferenciamento da UNAIDS — que é compreendida com uma matriz de diretrizes de comunicação —, fomos remetidos a uma questão à qual atribuímos certa relevância: até que ponto, então, os diversos tipos de produções da UNAIDS são também capazes de funcionar, ainda que tacitamente, como fonte de diretrizes comunicacionais relacionadas ao HIV e à Aids?

Nossa pergunta nasce do entendimento de que a comunicação midiática é complexa e abarca, dentre suas possibilidades, produtos compostos de elementos que vão além das palavras. Aqui, voltamos nossa atenção à construção de produtos audiovisuais sobre o HIV e a Aids, especificamente aqueles informativos, como notícias e reportagens de telejornais. Se, para além da dimensão textual, esses produtos possuem outras dimensões de linguagem relevantes na construção narrativa, onde seria possível encontrar diretrizes que dão contas desses outros aspectos? Nossa hipótese é de que as próprias produções audiovisuais da UNAIDS podem ser essa fonte.

Nesse sentido, este trabalho busca investigar pistas sobre possíveis diretrizes para a comunicação midiática sobre o HIV. Para a construção do artigo, recorreremos a um percurso metodológico constituído de revisão bibliográfica, pesquisa documental e análise de material empírico.

Por meio da revisão bibliográfica, exploramos estudos e conceitos relacionados a alguns aspectos centrais, como a historicidade da relação HIV-mídia, a função pedagógica do (tele)jornalismo e à construção narrativa no telejornalismo. A pesquisa documental envolveu a seleção e coleta de vídeos publicados na seção *reels* do perfil @unaidbrasil, no Instagram, entre janeiro de 2023 e dezembro de 2023. A análise do material se deu a partir dos procedimentos da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016).

O HIV COMO FENÔMENO DE ESPAÇO PÚBLICO: UM BREVE HISTÓRICO DO VÍRUS NA MÍDIA BRASILEIRA

A epidemia de Aids, que emergiu no início da década de 1980, rapidamente se tornou um fenômeno complexo, abrangendo dimensões sociais, políticas e de saúde pública (Silva e Guedes, 2020). Desde o seu reconhecimento, a forma como a mídia abordou o HIV desempenhou um papel crucial na construção de percepções coletivas, contribuindo tanto para a disseminação de informações quanto para a perpetuação de estigmas e preconceitos.

Nos anos 80, o HIV foi inicialmente apresentado na mídia com uma narrativa alarmista e sensacionalista. A cobertura da imprensa frequentemente caracterizava o vírus como uma “peste gay”, uma rotulagem que não apenas marginalizava indivíduos afetados, mas também simplificava uma questão multifacetada. A falta de informação precisa e o medo disseminado geraram uma cobertura que frequentemente ignorava as complexidades da doença e as experiências vividas por pessoas que conviviam com o HIV. Essa abordagem teve consequências significativas, contribuindo para a discriminação e a exclusão social de grupos já vulneráveis.

A AIDS, em especial, foi caracterizada como a “doença dos homossexuais”, de forma que tal pensamento preconceituoso atrapalhou as pesquisas sobre a doença, a profilaxia e o tratamento, além de despertar, através do preconceito, medo, violência, segregação, desrespeito, morte e abandono, disfarçados em discursos de proteção a população e a saúde, já que se tratava de uma situação nova que assustava socialmente e ainda não tinha maiores esclarecimentos. Segregar era visto como uma forma de proteger e como uma desculpa para limitar as diferenças, já que, o primeiro caso registrado de AIDS no mundo data de 1977, década em que a população homossexual tentava adquirir liberdade e direitos (Silva e Guedes, 2020, p. 146).

Segundo Antonio Fausto Neto (1999), a mídia, nesse contexto, operava como um espaço de disputa de significados. As vozes de pessoas vivendo com HIV eram frequentemente silenciadas, enquanto narrativas simplistas dominavam a pauta pública. Na década de 1990, o panorama começou a mudar à medida que a mobilização social e a luta por direitos humanos ganharam força. Organizações não-governamentais e grupos ativistas passaram a contestar a narrativa midiática predominante, promovendo campanhas de conscientização que enfatizavam a importância da educação e da prevenção (Parker, 2003).

A criação da UNAIDS, em 1996, marcou um ponto de inflexão significativo na abordagem global ao HIV e à Aids. A organização tornou-se uma referência essencial para a promoção de diretrizes comunicacionais mais sensíveis e informativas. No Brasil, a UNAIDS destacou-se por suas parcerias com o governo e com organizações da sociedade civil, desenvolvendo campanhas que buscavam desmistificar o HIV e combater o estigma associado à doença (UNAIDS, 2012).

Um elemento central na atuação da UNAIDS Brasil é o “Guia de Terminologia”, que visa padronizar a linguagem utilizada em comunicações sobre HIV e Aids. O manual reconhece que “a linguagem molda o pensamento e pode influenciar comportamentos” (UNAIDS, 2017, p. 7), enfatizando que a escolha de palavras apropriadas pode fortalecer a resposta global à epidemia. Ao desconstruir termos equivocados e propor expressões adequadas, a UNAIDS busca promover clareza, precisão e sensibilidade nas discussões sobre o vírus e a doença.

O guia serve como um recurso crucial não apenas para profissionais da saúde, mas também para profissionais de outras categorias, como comunicadores, jornalistas e ativistas. Ele orienta a utilização de uma linguagem que respeite a dignidade das pessoas vivendo com HIV, contribuindo para a construção de uma narrativa que empodere esses indivíduos.

Termos que historicamente carregaram estigmas, como “portador de HIV” ou “aidético”, são substituídos por expressões que enfatizam a experiência humana, como “pessoas vivendo com HIV” — mudanças que intentam promover uma comunicação que, além de informar, também reconheça e valide as experiências das pessoas afetadas pelo vírus ou pela síndrome. Além disso, o Guia de Terminologia sugere que a cobertura midiática deve distinguir claramente entre HIV e AIDS, educando o público sobre as diferenças entre a infecção pelo HIV e a condição de AIDS, uma distinção essencial para combater equívocos comuns que podem perpetuar estigmas e mal-entendidos sobre a doença.

A partir dos anos 2000, com a popularização da internet e das redes sociais, a discussão pública sobre o HIV passou por uma transformação significativa. As redes sociais desempenharam um papel essencial nesse processo ao moldarem as identidades sociais e as interações (Falcão et al, 2020). Essas plataformas digitais possibilitaram que pessoas vivendo com HIV compartilhassem suas histórias e experiências de maneira mais

direta, para além das narrativas tradicionais da mídia — um fenômeno que resultou, por exemplo, em novos espaços para a (auto)representação desses indivíduos, promovendo a construção de uma imagem mais positiva e empoderadora da vivência com o HIV.

As associações grupais que discutem e compartilham experiências pessoais (on-line ou não), além de ampliarem o conhecimento a respeito da doença, são importantes atores para o enfrentamento da doença. Nesse sentido, o ciberespaço se configura como um lugar em que pessoas de todos os perfis (sociais, culturais, econômicos, religiosos) se conectam e interagem de forma rápida e fácil. O ambiente virtual tem grande capacidade de revitalização das lutas e movimentos civis onde, de forma constante, há o aumento no número de indivíduos que procuram os espaços em rede, querendo se expressar, buscar informações e compartilhá-las. Por outro lado, a internet serve como um importante complemento para a condução das ações políticas, voltadas para o engajamento cívico, e também para a promoção de uma participação democrática de todas as partes interessadas no ativismo desenvolvido em rede (Falcão et al, 2020, p. 4).

Ainda, campanhas de massa, muitas vezes impulsionadas por parcerias entre governos e organizações civis, têm caminhado na direção da desconstrução de estigmas, abordando temas como prevenção, tratamento e direitos humanos (Luccas *et al*, 2021).

Apesar dos avanços, porém, a cobertura midiática contemporânea sobre o HIV ainda enfrenta desafios significativos. Embora a representação da doença tenha se tornado mais inclusiva, estigmas, desinformação e desconhecimento persistem, especialmente em relação a grupos marginalizados, o que coloca diante dos “profissionais de comunicação [...] um desafio: abordar as temáticas do HIV/aids de uma forma abrangente, ou seja, com maior diversidade de fontes, e que haja maior contextualização e abordagem mais crítica” (Correia, 2020).

EM BUSCA DE CAMINHOS PARA A COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA SOBRE O HIV

Ao pensarmos em caminhos para a comunicação midiática sobre o HIV, especialmente no telejornalismo, partimos da compreensão de Gomes (2018), numa releitura sobre o conceito de mediação, de Martin-Barbero (1997), de que, nas sociedades modernas — atravessadas por um denso processo de midiaticização (Gomes, 2018, p. 197) —, a mídia desempenha a função de mediar simbolicamente as relações sociais. Isso significa que muitas das experiências das pessoas com os acontecimentos sociais ao seu redor ocorrem através da mídia.

O jornalismo, então, enquanto parte da mídia, ajudaria na percepção do mundo, influenciando ideias e opiniões sobre diversos temas. A visibilidade que o jornalismo dá aos fatos significa que devemos considerar essa prática como parte importante da mídia, que confere uma existência social aos eventos.

Se em um primeiro momento o impacto da Aids esteve relacionado ao desconhecimento sobre a “doença misteriosa”, de origem ignorada, a partir da descoberta do vírus causador e do engano inicial – ainda hoje não superado em longo estrato do imaginário social – de que a epidemia estaria restrita a “grupos de risco”, atualmente gravita em torno dela um impressionante cipoal de questões. Como superar preconceitos, políticas públicas de combate e prevenção aliadas a garantias de tratamento universal e quebra de patentes são apenas alguns dos desafios enfrentados e que podemos denominar de acontecimentos desencadeados a partir da Aids (Carvalho, 2015, p. 263).

Nesse passo, a produção telejornalística pode ser vista como um campo de disputa onde várias vozes públicas querem se fazer presentes, pois há um reconhecimento social de que a mídia é a esfera da visibilidade pública no mundo contemporâneo. É o lugar onde a realidade se estrutura como referência (Fausto Neto, 1999). Dessa forma, o espaço público se apresenta como um mediador de significados, sendo nele que a sociedade civil enfrenta diferentes visões sobre os problemas públicos, visões que disputam a definição de significados.

Os jornais são transformados em “terreno de luta”, em local de embate e de debates protagonizados por diferentes falas que ali se constituem e comparecem, e que têm na “fala jornalística” sua condição de anfitriã. Trata-se de uma “política e linguagem” que é regulada e que se produz segundo os constrangimentos da própria lógica da oferta do dispositivo de produção de sentidos. Parece oportuno assinalar que o dispositivo jornal é ao mesmo tempo espaço de recepção e de produção de discursos: recepção na medida em que se autoriza a receber falas de outros lugares institucionais. E de produção, quando as submete à competência do seu modelo de produção de sentidos. Isto permite dizer que o jornal é um lugar de “passeios” de sentidos vários, mas também de produção de sentidos que lhes são próprios, uma vez que “monitora” ao seu modo o fluxo dos “passeios”. É sob sua “égide” que se torna possível a emergência de falas sobre a AIDs, das diferentes “zonas de recepção”, no “miolo” e nas fronteiras do dispositivo jornalístico (Fausto Neto, 2000, p. 96).

Segundo Vizeu (2009), o telejornalismo, enquanto espaço de mediação informativa, é uma forma de organização e transmissão de conhecimento que tem como preocupação central a interpretação da realidade social e que possui uma função definida

pelo autor como função pedagógica, a partir de uma autolegitimação do jornalismo “como o lugar de ‘poder mostrar’, de ‘poder dizer’ e de ‘poder analisar’” (p. 80).

Essa função pedagógica seria trabalhada pelos jornalistas na redação através de uma operação/construção que o autor denomina como didática, resultado de uma série de enquadramentos culturais, das práticas sociais, da cultura profissional, dos constrangimentos organizacionais e, especialmente, do campo da linguagem que os jornalistas mobilizam na produção das notícias — no caso do telejornalismo, na construção narrativa desses materiais audiovisuais.

Também ainda é [o telejornalismo] esse lugar de segurança ontológica. Na organização dos fatos noticiáveis, o mundo complexo é entendido, reconfigurado e a sensação de caos é arrefecida por meio de um desejo de representar fielmente a realidade e, ao mesmo tempo, arrancar da construção social os temores e os medos trazidos pela sensação de desordem, ou melhor, de insegurança institucional. No telejornal profissional, preocupado com os efeitos de sentido dos relatos, tragédias humanas, desastres naturais, desvios sociais não são únicos a terem evidenciado os seus aparecimentos. Ao mesmo tempo que é mensageiro dessas dores, o telejornal traz ou deve trazer o conforto das soluções, das perspectivas de controle apresentadas por líderes mundiais, políticos locais e instituições sociais (Vizeu et al, 2023, p. 2)

Mas como pensar, de forma sistemática, a construção dos materiais telejornalísticos, considerando especialmente a temática que caracteriza este trabalho? Recorremos ao conceito de dramaturgia do telejornalismo, de Coutinho (2003), estabelece uma reflexão complementar aos aspectos teóricos discutidos até aqui, apontando, concretamente, alguns elementos constituintes da narrativa no telejornalismo.

A autora aponta, em seu trabalho, elementos como conflitos — que funcionam como o ponto de partida da narrativa e o eixo central em torno do qual ela se constrói — , personagens — que se organizam de forma a representarem os fatos narrados —, ações — que caracterizam o/os conflito/os apresentado/os tela — e lições morais — como marcas de encerramento que explicitam uma mensagem “educativa” como resposta ao conflito. Esses elementos, em nossa visão, fornecem um caminho para a identificação daquelas dimensões não-textuais para as quais investigamos as possíveis diretrizes.

Assim, partimos para pesquisa documental, etapa em que feita é identificação, coleta e registro do material sobre o qual lançamos nossos olhares e que acreditamos ser suficiente para responder, ainda que de modo parcial, à nossa pergunta de pesquisa. Como

estamos em busca de materiais audiovisuais produzidos pela UNAIDS, estabelecemos como objeto empírico vídeos publicados pela UNAIDS no Instagram, na seção *reels*.

A escolha se justifica pelo fato de o perfil do UNAIDS no Instagram ser, dentre todos os outros perfis do programa em outras redes que possibilitam o compartilhamento de material audiovisual, aquele que tem o maior número de seguidores e, também, o maior número de materiais audiovisuais compartilhados. Como recorte, definimos os vídeos publicados entre janeiro de 2023 e dezembro de 2023, período no qual consideramos haver suficiência de materiais de modo que nossa análise não traga resultados rasos ou incompletos. É pertinente também salientar que, apesar de serem 12 meses de conteúdo, a quantidade de vídeos não é fator que dificulta a análise, já que o compartilhamento de *reels* no perfil da UNAIDS não é tão volumoso.

A análise empírica deste material é feita a partir da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Iluska Coutinho (2016). O método tem como fim investigar um material audiovisual em profundidade e adota, para a análise, a unidade texto+imagem+som+tempo+edição, sem que seja necessário fazer uma decomposição dos materiais, analisando não apenas os elementos textuais, mas o conjunto de aspectos que compõem a materialidade.

A análise se dá através de uma ficha de análise composta de eixos, relacionados ao corpus teórico do trabalho, e um conjunto de perguntas — criadas a partir de uma relação direta com as discussões estabelecidas na fundamentação teórica —, distribuídas em cada um dos eixos, que simulam uma entrevista ao objeto. As respostas dessas perguntas são registradas na ficha, e as interpretações desses resultados são codificadas em texto, de modo que os resultados da análise se tornem compreensíveis ao leitor.

UNAIDS BRASIL NO INSTAGRAM REELS: PISTAS PARA UMA ABORDAGEM IDEAL SOBRE O HIV

Para este trabalho, definimos quatro eixos em nossa ficha de análise: 1) enunciados, 2) agentes e 3) linguagem. É a partir deles que as perguntas se organizam para a entrevista do objeto empírico, conforme a tabela abaixo:

Tabela 1 - Ficha de Análise

| | |
|---------------------|--|
| Eixo 1 - Enunciados | De que forma o HIV e a Aids são retratados? Quais são os assuntos e as pautas presentes nesses vídeos? Quais as histórias presentes? Quais angulações são utilizadas? Como se organizam os conflitos? Como aparecem os desafios? Como aparecem as soluções? E as perspectivas futuras? Existe alguma marca de lição moral? |
| Eixo 2 - Agentes | Quem são os personagens que aparecem em tela? Como eles aparecem? Quais são suas ações? Quais são as fontes (humanas e de dados) recrutadas? Há alguma marca de diversidade? Que grupos são representados? Que entes são representados? |
| Eixo 3 - Linguagem | Quais as terminologias presentes? Quais elementos verbais estão presentes? E os não-verbais? Como eles se organizam? Quais são os tons utilizados nos vídeos? Há alguma marca pedagógica? Há algum aspecto mobilizador? |

Fonte: Elaboração dos próprios autores (2024)

Como resultado, encontramos, a partir da análise do nosso objeto empírico, a existência de elementos, para além da dimensão textual e terminológica, que podem funcionar como diretrizes na construção de produtos midiáticos — em especial produções telejornalísticas — sobre o HIV.

Esses elementos, embora não apresentados pela UNAIDS de forma clara e direta como “padrões determinantes”, são dados como pistas para uma construção midiática com abordagens ideais sobre o HIV e à Aids. A validade dessas pistas se justifica exatamente pelo fato de elas estarem presentes nas produções de um ente de referência no assunto. Dessa forma, parece pavimentado um caminho para que outros tipos de produções midiáticas, como materiais telejornalísticos, sigam na direção de uma comunicação sensível, justa e fundamentada sobre o HIV e a Aids.

Essas pistas se articulam em torno de determinados enunciados, agentes e formas de linguagem presentes, de modo geral, nesses vídeos. Verificamos que é imperativa a adoção de um tratamento positivo e respeitoso ao abordar a temática do HIV e da Aids, como foco em narrativas que empoderam as pessoas vivendo com o vírus. Outra marca é a distinção clara entre HIV e Aids, feita para educar o público sobre as diferenças entre a infecção pelo HIV e a condição de Aids. Há destaque também para os avanços científicos relacionados ao vírus, aliados a enunciados constantes sobre novas formas de prevenção, tratamentos, pesquisas em andamento e progressos significativos na luta contra o HIV.

Além disso, são recorrentes as histórias de sucesso no tratamento, mostrando como as pessoas vivendo com o vírus podem ter uma vida plena e saudável. Essas fontes mostram o rosto e são retratadas em seus cotidianos. Os vídeos disseminam informações sobre os diversos métodos de prevenção disponíveis, incluindo o uso de preservativos, PrEP (profilaxia pré-exposição), PEP (profilaxia pós-exposição) e outras estratégias eficazes, como a combinação desses métodos. Incluem também a representatividade de diversas faixas etárias, identidades sexuais e gêneros na comunicação sobre HIV.

Nossa análise também percebeu o uso de dados científicos precisos e atualizados, além de referências confiáveis, como organizações de saúde e especialistas, que contribuem para a credibilidade e a confiabilidade da comunicação. Outras marcas são a utilização de uma linguagem clara e acessível — que pode ser facilmente compreendida — e a inclusão de elementos pedagógicos que tornam claras as complexidades da temática, que facilitam a audiência na apreensão sobre aspectos técnicos e científicos.

A análise revelou também uma abordagem significativa do conceito de "indetectável = intransmissível" (I=I), enfatizando a importância dessa mensagem na promoção de uma vida sexual saudável e plena para as pessoas vivendo com HIV. Além disso, os vídeos destacam a relevância dessa mensagem em contextos de maternidade e paternidade, enfatizando que pessoas com HIV podem ter filhos com segurança, desde que estejam em tratamento adequado e com carga viral indetectável.

Por fim, identificamos que os vídeos incorporam uma abordagem do HIV e da Aids sob a perspectiva dos direitos humanos, enfatizando a necessidade de acesso igualitário aos cuidados de saúde, a proteção contra a discriminação e o direito à privacidade, com marcas de mobilização, com a utilização de cores e símbolos referentes à temática e constantes chamadas para ação, com incentivo à testagem, à prevenção e aderência ao tratamento.

Dada essas observações, de que forma poderiam, então, os telejornais organizar suas produções no atendimento a uma abordagem ideal sobre a temática do HIV? Apontamos, inicialmente, que as matérias podem ser pensadas para promover uma comunicação clara, acessível e empática, que aborde o tema de forma justa e abrangente.

É sugerido que as produções incluam, na medida do possível, narrativas que humanizem a experiência de viver com o HIV, apresentando relatos de pessoas soropositivas. A inclusão de diferentes vozes e perspectivas, representando a diversidade

de identidades e experiências, também é crucial para construir uma narrativa mais ampla e inclusiva.

As matérias podem destacar os avanços no tratamento e nas opções de prevenção disponíveis, como acesso a métodos modernos, como a PrEP e PEP, além dos métodos mais convencionais. Isso pode ser feito por meio de uma linguagem simples e direta, que permita ao público compreender a complexidade biomédica da temática. A presença de especialistas em saúde e ativistas também pode contribuir um entendimento mais profundo das questões envolvidas.

Outro aspecto importante a ser considerado é a abordagem dos direitos humanos na cobertura sobre HIV. As matérias podem ressaltar a necessidade de acesso igualitário a cuidados de saúde, destacando que todos têm direito ao tratamento e à proteção contra discriminação. Essa perspectiva pode contribuir para sensibilizar a audiência sobre a importância de um tratamento justo e equitativo para todos.

As matérias podem se beneficiar de chamadas à ação, incentivando a população a se informar mais, a realizar testes de HIV e a buscar apoio em serviços de saúde. Ao finalizar com um apelo à mobilização, os telejornais têm a oportunidade de engajar o público de forma ativa na luta contra o HIV, promovendo uma cultura de prevenção e cuidado. Na tabela a seguir, organizamos, a partir dessas pistas, um esquema referencial possível para a produção telejornalística sobre a temática do HIV.

Tabela 2 – Referências possíveis para a produção telejornalística na temática do HIV

| | |
|------------------------|--|
| Temas | Prevenção; Tratamento e Cuidados; Estigmas e Discriminação; Educação e Conscientização; Impacto Social e Psicológico; Grupos Vulneráveis; Maternidade/Paternidade; Vida sexual/afetiva; Pesquisa/Inovação |
| Fontes | Especialistas em saúde; Especialistas em discussões sociais/culturais/comunicacionais sobre a temática; Indivíduos HIV+; Representantes de organizações civis; Ativistas; Dados de órgãos de saúde e organizações civis; |
| Linguagem | Utilização de termos e expressões adequadas; Distinção entre HIV e Aids; Simplificação/explicação de termos biomédicos; Tom positivo/empoderador; Narrativas pessoais; Linguagem educativa; Chamadas à ação |
| Perspectivas | Direitos humanos; Inclusão/diversidade; Gênero; Idade; Raça; Públicos-chave; Autonomia; Interseccionalidade; Aspectos culturais; Saúde coletiva; Redes de apoio |
| Aspectos mobilizadores | Identificação/autorrepresentação; Testagem; Tratamento; Engajamento social; Aceitação; Desconstrução |

Fonte: Próprios autores (2024)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo investigar diretrizes para a comunicação mediática sobre HIV, a partir da análise de vídeos veiculados no perfil da UNAIDS Brasil no Instagram. Utilizando a Análise da Materialidade Audiovisual, buscamos compreender como instituições de saúde, como a UNAIDS, podem fornecer, mesmo que de maneira implícita, caminhos para uma abordagem mediática ideal sobre o vírus a partir de suas próprias produções.

Os resultados da análise dos vídeos revelaram marcas distintivas que orientam essa abordagem, englobando uma variedade de perspectivas, desde a prevenção até questões de tratamento. Destacou-se a diversidade de personagens representados, que incluem diferentes idades e gêneros, considerando os recortes sociais e as complexidades da condição. A comunicação se caracteriza por um tom positivo que, mesmo ao abordar os desafios relacionados ao vírus, ao diagnóstico e aos riscos das relações sexuais desprotegidas, incentiva a testagem, a adesão ao tratamento e a busca de apoio nos serviços de saúde e organizações civis.

Um aspecto central da comunicação observada é a autorepresentação de pessoas soropositivas, que falam de suas próprias experiências e condições. Embora os vídeos utilizem dados científicos e promovam um discurso baseado na ciência, essas narrativas são humanizadas, trazendo histórias reais que vão além dos números. Além disso, os vídeos destacam os avanços biomédicos e a luta social contra os estigmas, sempre utilizando terminologias adequadas, com uma linguagem inclusiva, esclarecedora e respeitosa.

Uma limitação da pesquisa é que a abordagem pode não se apresentar de forma tão sólida e sistemática, pois o perfil da UNAIDS não se propõe diretamente como uma fonte de referências para a comunicação mediática sobre o HIV. Destacamos que propomos apenas alguns delineamentos na tentativa de traçar um caminho que ajude a identificar pistas para uma comunicação adequada sobre a temática, especialmente no contexto do telejornalismo. Para pesquisas futuras, recomendamos a exploração de fontes adicionais que possam atuar como referências significativas e a produção de trabalhos focados na sistematização dessas referências.

Ressaltamos, por fim, a importância do trabalho da UNAIDS Brasil, que atua em uma temática crucial para a saúde pública. A organização se destaca por seu

envolvimento em diversas frentes midiáticas, acompanhando as linguagens contemporâneas e disponibilizando materiais educativos e informativos. Esse compromisso com a disseminação de conhecimento é fundamental para a promoção da prevenção e do tratamento do HIV, contribuindo para a desestigmatização e sensibilização social sobre o tema.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Carlos Alberto de. Afetar e ser afetado pelo acontecimento: coberturas jornalísticas da Aids e impactos sociais. In: **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.38, n.2, p. 253-272, 2015.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. Tese de doutorado (Umesp). São Bernardo do Campo, SP, 2003.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos... São Paulo, USP, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 25 jun 2024.

FALCÃO, Luciene Dutra; GARBIN, Helena Beatriz da Rocha; KOIFMAN, Lilian. A internet como coadjuvante no empoderamento dos pacientes que vivem com o HIV/Aids. In: **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 30(2), p. 1-14, 2020.

FAUSTO NETO, Antonio. AIDS recepção: a contaminação da AIDS pelos discursos sociais. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 13, p. 94-102, 2000.

FAUSTO NETO, Antonio. **Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a Aids**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

GOMES, Pedro Gilberto. Dos meios às mediações: Jesús Martín-Barbero na teoria da comunicação da Unisinos. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 1, jan./abr. 2018, p. 189-202.

LUCCAS, Daiane Siqueira de; BRANDÃO, Marlise Lima; LIMAS, Flaviane Marizete; CHAVES, Maria Marta Nolasco; ALBUQUERQUE, Guilherme Souza Cavalcanti de. Campanhas oficiais sobre HIV/AIDS no Brasil: divergências entre conteúdos e o perfil epidemiológico do agravo. In: **Revista Cogitare Enfermagem**, v. 26, 2021.

SILVA, Fabiano Ronaldo; GUEDES, Raquel da Silva. A mídia impressa e a construção narrativa sobre a AIDS no Brasil no final do século XX: Uma relação perigosa. In: **Revista Ciência & Trópico**, Recife, v. 44, n.1, p. 143-162, 2020.

UNAIDS. **Guia de terminologia do Unaid**s. Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS. Brasília, 2017.

VIZEU Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana; CERQUEIRA, Laerte. **A curadoria das informações nas telas: o ‘Minuto Fato ou Fake’ nos telejornais locais da Rede Globo**. In: Anais do 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2023.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 40, p. 77-83, 2009.