

---

## **Caminhos para a comunicação midiática sobre o HIV: uma análise do perfil da UNAIDS Brasil no Instagram<sup>1</sup>**

Raí Gabriel de Castro GOMES<sup>2</sup>

Iluska Maria da Silva COUTINHO<sup>3</sup>

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

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 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.

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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](mailto:raidecastro9@gmail.com).

<sup>3</sup> 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](mailto:iluska.coutinho@ufjf.br).

---

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.

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 midiatização (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.

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.

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.

Sobre essa construção, Coutinho (2003) estabelece uma reflexão apontando alguns elementos constituintes da narrativa no telejornalismo, 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.

Dessa forma, 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 tem que 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.

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 o esquema abaixo:

Eixo 1	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	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	Quais as terminologias presentes? Quais elementos verbais estão presentes? E os não-verbais? Como eles se organizam? Qual são os tons utilizados nos vídeos? Há alguma marca pedagógica? Há algum aspecto mobilizador?
--------	--

Como resultado, apresentados de forma sintética neste resumo expandido, 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, é 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 à 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 HIV, aliados a enunciados constantes sobre novas formas de prevenção, tratamentos, pesquisas em andamento e progressos significativos na luta contra o vírus.

Além disso, são recorrentes as histórias de sucesso no tratamento do HIV, 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 é facilmente compreendida por um público amplo — e a inclusão de elementos pedagógicos que tornam claras as complexidades da temática, educando o público sobre aspectos técnicos e científicos de forma compreensível e envolvente.

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.

## REFERÊNCIAS

COUTINHO, Iluska, PEREIRA, Ariane. A dor da gente agora sai no jornal – O discurso de poder na dramaturgia do telejornalismo. In: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020, v. 9, p. 251-271.

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

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

GOMES, Pedro Gilberto. Dos meios às mediações: Jesús Martín-Barbero na teoria da comunicação da Unisinos. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v.12 , nº 1 jan./abr. 2018, p. 189-202.

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

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