

DA NOTICIABILIDADE AO PÂNICO MORAL

Uma análise sobre a construção do discurso sobre a AIDS¹

Nunah Souza SANTOS²

João Victor BASSINI³

Leonardo Andrada de MELLO⁴

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

RESUMO

O jornalismo tem a capacidade de agendar as discussões a serem realizadas na sociedade, atribuindo maior relevância sobre algum assunto em detrimento de outros. Além disso, as escolhas discursivas para se referir aos assuntos abordados contribuem categoricamente para a formação da opinião pública. O presente trabalho busca analisar o papel da mídia na construção do discurso da AIDS no Brasil, tendo observado a transposição da linha entre noticiabilidade e pânico moral.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Discurso; AIDS; Pânico moral.

INTRODUÇÃO

Segundo Luiz Martino, a comunicação é um elemento capaz de constituir uma nova forma do simbólico, sendo um modo de produzir e espalhar mensagens que alteram a escala destas, e as próprias categorias sociais de tempo e espaço em que vivemos (MARTINO, 2020). Assim, a mídia tem como função imprescindível a produção de sentidos dentro da sociedade, sendo uma ferramenta capaz de desenvolver e fazer percorrer novos repertórios a partir da perspectiva definida no processo de escolha discursiva dos tópicos socialmente categorizados.

A mídia, nesse sentido, cumpriu um papel importante no fenômeno da crise de casos de HIV, que teve sua ascensão no Brasil a partir da década de 1980, o que fez com que a doença experimentasse uma repercussão social e política que poucas patologias

¹ Trabalho apresentado no IJ 07 - Jornalismo do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de Junho de 2023.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo do DepCom-UFES, email: nunah.santos@edu.ufes.br

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo do DepCom-UFES, email: joao.vbe.silva@edu.ufes.br

⁴ Orientador do trabalho. Doutorando em Ciências da Comunicação na UNISINOS e Professor Substituto no Curso de Publicidade e Propaganda do DepCom-UFES, email: leonardo@arcana.com.br

costumam alcançar. Para Herbert Daniel (1994), isso se explica pelo fato de a doença ter se tornado um vírus ideológico, sendo estigmatizada e discriminada e tendo a mídia como um instrumento que mantinha tais condições. Discursos que endossaram a ideia de que a doença seria uma *praga gay*⁵ foram amplamente difundidos por mídia informativos⁶, refletindo na opinião pública sobre o tema.

Conforme Garcez (2007, p. 125), a informação pode “eliminar preconceitos, esclarecer sobre direitos, orientar para medidas de prevenção, encaminhar os cidadãos para serviços públicos e pode, portanto, salvar vidas”. Nesse sentido, é necessário observar as construções midiáticas no que se refere aos assuntos relacionados à saúde pública no Brasil, em especial à construção do discurso sobre a AIDS, uma vez que compreender como e em quais moldes esses conteúdos têm sido entregues ao público é zelar pelo entendimento da informação enquanto direito de todos os cidadãos.

A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO SOBRE A AIDS

O jornalismo assume um papel difusor das informações que tem caráter de necessidade do conhecimento público. Quando uma nova epidemia, com um fator de risco ainda desconhecido, se torna uma situação alarmante para toda a sociedade, há, portanto, um caráter de noticiabilidade para ser abordado pela grande mídia. Foi o que aconteceu na década de 1980 em todo o mundo, com a disseminação de um vírus até então desconhecido. A população observava o aparecimento de uma doença potencialmente letal, que atingiu grandes personagens midiáticos, o que fez com que mais olhos se voltassem para a situação.

No entanto, o discurso acerca da AIDS passou a ser desenvolvido ao redor de uma perspectiva hegemônica e preconceituosa, atrelando a nova epidemia a grupos socialmente excluídos. Antes de ter sua nomeação definitiva, foi adotado o termo de “doença dos 5 H’s”, fazendo referência à: Homossexuais, Hemofílicos, Haitianos, Heroínômanos (usuários de heroína) e Hookers (profissionais do sexo em inglês)⁷, o que demonstra a abordagem preconceituosa do assunto.

⁵ “Descoberto vírus que mata gays”. Jornal Notícias Populares, 03 de maio de 1893. Disponível em: Aids no NP - 30/09/2014 - F5 - Fotografia - Folha de S.Paulo

⁶ “Peste gay já apavora São Paulo”. Manchete do jornal Notícias Populares, em 1983. Disponível em: A epidemia do preconceito: a trajetória do HIV/AIDS no Brasil – Empoderadxs

⁷ Segundo a Fundação Oswaldo Cruz, o termo surgiu em decorrência da descoberta da transmissão por transfusão sanguínea, em 1982.

Isso fez com que a mensagem fosse socialmente recebida dentro desses parâmetros, fortalecendo preconceitos, uma vez que, conforme Fairclough, “O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo constituindo e construindo o mundo em significado” (2001, p.92). É também através do discurso que a estrutura social, em todas as suas dimensões, é moldada e modificada.

A ampla difusão da AIDS no mundo enquanto objeto para os meios de comunicação criou aquilo que posteriormente viria a ser chamado de fenômeno da “AIDS-notícia”, (CAD, S.; PÚBLICA, R.; DE, J, 2001). A doença tornou-se um fenômeno social cuja dimensão midiática alcançou um impressionante patamar, o que reitera a ideia de que o primeiro impacto da AIDS no Brasil ocorreu sobretudo no imaginário social (GUIMARÃES e FERRAZ, 2001; BORTOLOZZI, 2017).

DA NOTICIABILIDADE AO PÂNICO MORAL

O pânico moral, (MCLUHAN, 1964; COHEN, 1972), se dá quando uma pessoa, grupo de pessoas, acontecimento ou condição, surge e faz com que os demais indivíduos o caracterizem como um fator que ameaça aos valores e interesses sociais ou culturais. Cohen dividiu em 5 estágios a construção de um pânico moral: um elemento é definido como ameaça aos costumes sociais; este elemento é representado de uma forma simples, para que seja reconhecido pela mídia; este símbolo, quando mostrado gera preocupação pública; há mobilização das autoridades a fim de lidar com a situação; o pânico moral sobre a situação causa mudanças na sociedade (COHEN, 1972)

Cohen vincula o pânico moral à mídia de massa, atribuindo a ela o papel de divulgar ao público informações acerca das ameaças sociais instauradas. Segundo o autor, as funções desempenhadas pela mídia na criação e manutenção de um pânico moral são: escolher os fatores considerados divergentes a fim de estabelecer o pânico, definindo a agenda; propagar imagens e afirmações de acordo com a retórica do pânico moral; quebrar o silêncio na sociedade.

O surgimento da AIDS é um exemplo de pânico moral que teve uma cobertura intensa da mídia. No início da propagação da doença o acompanhamento midiático focava majoritariamente em pautas sensacionalistas e alarmistas⁸, chamando a atenção do

⁸ “Mal do século pode contaminar um milhão no Brasil”. Matéria do Jornal O Globo em 1986. Disponível em <https://riomemorias.com.br/memoria/aids-a-doenca-e-o-estigma/>

público para uma possível ameaça e criando um sentimento de emergência nas comunidades⁹. Este tipo de cobertura foi um fator de extrema relevância na criação do estigma social sobre os afetados pela doença, principalmente homens gays e pessoas de cor, que foram afetados desproporcionalmente pela doença¹⁰. As notícias retratavam as pessoas acometidas pela doença como “imorais” ou “promíscuos”¹¹, exacerbando ainda mais o estigma já severo.

Os anos iniciais da disseminação do HIV no mundo foram marcados pela escassez de informações precisas sobre como a doença era transmitida e como ela poderia ser prevenida. Acreditamos que este fato contribuiu para a propagação da desinformação na sociedade, agravando ainda mais a estigmatização dos afetados.

Como resultado do pânico moral instituído na sociedade, as pessoas que viviam com o HIV/AIDS enfrentaram uma severa discriminação e marginalização. Elas eram frequentemente rejeitadas em entrevistas de emprego, habitações, em muitos casos lhes eram negadas atendimento médico ou até planos de saúde, além de serem constantemente evitadas dentro de suas comunidades ou próprias famílias. Homens gays sofriam ainda mais discriminação, pois eram frequentemente culpados pela propagação da doença e eram os principais alvos de crimes de ódio¹².

Com o passar dos anos e com os avanços da medicina, a cobertura da mídia passou a focar nos aspectos médicos e científicos da doença, assim como na resposta política e social para com a crise instaurada¹³. Diversos grupos de ativistas começaram a surgir no intuito de garantir que as pessoas acometidas pelo HIV fossem respeitadas e tratadas como seres humanos, além de lutarem por uma educação melhor em torno da doença. Um marco nesse sentido é a criação e aprovação da Declaração dos Direitos

⁹ “Aids contamina três por minuto no mundo” Disponível em:

<https://agencia.fiocruz.br/estudo-analisa-noticiario-do-dia-mundial-da-luta-contra-aids>

¹⁰ “Doença nova atinge homossexuais nos Estados Unidos”. Jornal do Brasil, 1982. Disponível em:

<https://agenciaaids.com.br/noticia/agencia-aids-19-anos-as-exposicoes-itinerantes-que-levaram-arte-e-informacao-de-forma-ludica-e-criativa/>

¹¹ “Aids é castigo de Deus”. Jornal da década de 1980. Disponível em:

<https://empoderadx.com.br/2018/12/01/a-epidemia-do-preconceito-a-trajetoria-do-hiv-aids-no-brasil/>

¹² Registro histórico reúne evidências e noticiários sobre a perseguição de homossexuais em decorrência do estigma social sobre a Aids no Brasil e no mundo. Disponível em:

<https://memoriamhb.blogspot.com/2012/11/os-sombrios-anos-da-pesto-gay.html>

¹³ “HIV” os 3 avanços que trazem mais esperança para portadores do vírus. BBC News Brasil, 2022.

Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63819366>

Fundamentais da Pessoa Vivendo com HIV/AIDS (1989), desenvolvido por profissionais da saúde e membros da sociedade civil¹⁴.

Apesar desses avanços, será possível afirmar que houve uma diminuição no preconceito sofrido pelas pessoas? O que sabemos é que os danos causados pelo pânico moral dessa época e pela cobertura equivocada dos meios de comunicação estão presentes até hoje.

CONSIDERAÇÕES

Embora o tempo e as lutas sociais tenham contribuído para a evolução com a forma como se trata o assunto e as pessoas portadoras de HIV, grande parte da população ainda enxerga de forma preconceituosa tal tema. Isso demonstra como o uso equivocado do espaço das mídias pode promover juízos prejudiciais à própria população.

Em fala de 2020, o ex-presidente Jair Bolsonaro afirmou que “uma pessoa com HIV, além de um problema sério para ela, é uma despesa para todos aqui no Brasil”¹⁵. O que nos leva a observar que o problema ainda está muito longe de ser solucionado, quando um representante da população, que tem suas falas exibidas por todo o país, se mostra um verdadeiro incitador dos pânicos morais. Essa atitude demonstra ainda como o conservadorismo atrasa, nega, e inviabiliza o combate à Aids.

Assim, observa-se que também é papel da mídia agir para reverter o cenário em que se encontra o entendimento social acerca do tema em questão. Uma dívida da qual todo profissional da área deve contribuir para sanar, em respeito a todos aqueles que vêm sendo prejudicados e marginalizados por um longo período.

REFERÊNCIAS

AGOSTINI, R. et al. A resposta brasileira à epidemia de HIV/AIDS em tempos de crise. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 24, n. 12, p. 4599–4604, dez. 2019.

ALEXANDRE, m. comum 17 o papel da mídia na difusão das representações sociais. [s.l.: s.n.

BORTOLOZZI, Remom Matheus. Entre trapos e colchas: Lacunas e potências da memória LGBT brasileira no enfrentamento da epidemia de HIV/AIDS. In: **FAZENDO GÊNERO**, 11., 2014, Florianópolis. Anais eletrônicos [...]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2014. Disponível em:

¹⁴ O documento traz uma legislação específica para estas pessoas em condições de vulnerabilidade social

¹⁵ A fala foi registrada em um dos momentos em que o ex-presidente falava com a mídia e os apoiadores no “cercadinho” ao sair do Palácio da Alvorada. Vídeo disponível em: <https://youtu.be/Xks48YU2onQ>



<[http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499467606_ARQUIVO_Fazendo_oGenero2017\(RemomMatheusBortolozzi\).pdf](http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499467606_ARQUIVO_Fazendo_oGenero2017(RemomMatheusBortolozzi).pdf)>. Acesso em: 05 de abr 2023

CAD, S.; PÚBLICA, R.; DE, J. **A construção da AIDS-notícia** The making of AIDS news. v. 17, n. 4, p. 851–862, 2001

COHEN, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics*. 1. ed. London: MacGibbon & Kee, 1972

DANIEL H. **Vida antes da morte**. 2ª ed. Rio de Janeiro: ABIA; 1994

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Izabel Magalhães, coordenadora da tradução, revisão técnica e prefácio. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

GARCEZ, José Roberto **Inclusão Social**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 125-129, out. 2006/mar. 2007

GUIMARÃES, Rodrigo; FERRAZ, Aidê Ferreira. Os principais discursos circulantes relacionados à epidemia de HIV e AIDS no Brasil. **Reme: Revista Mineira de Enfermagem**, v. 5, n. 1-2, p. 93-100, 2001.

MARTINO, I. c. **Comunicação e ciências sociais**: as matrizes epistêmicas da comunicação. o campo da comunicação -epistemologia e contribuições científicas, 1 jan. 2020.

McCOMBS, Maxwell E. and SHAW, Donald L. The agenda setting function of mass media. In: **Public Opinion Quarterly**, Vol. 36, N. 2, Summer 1972, Ps. 176-187.

MCLUHAN, M. **Understanding Media**. London: Sphere Books, 1964.

NETO, A. F. AIDS recepção: a contaminação da AIDS pelos discursos sociais. **Revista FAMECOS**, v. 7, n. 13, p. 94–102, 2000

RIBEIRO, A. P. G. Antônio Fausto Neto: saúde em uma sociedade midiaticizada. **Revista Eco-Pós**, v. 10, n. 1, 2007.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2002.

GROTZ, F e PARKER R. **O retorno do vírus ideológico**. Boletim ABIA, 2015