

## CAMPANHA DE PREVENÇÃO AO HIV: ANÁLISE SOBRE AS PUBLICAÇÕES FEITAS PELOS ÓRGÃOS DE SAÚDE NO AMBIENTE DA INTERNET<sup>1</sup>

<sup>2</sup> Antonio Carlos da Costa Lopes

<sup>3</sup> Cristiane de Lima Barbosa

<sup>4</sup> Judy Lima Tavares

### RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de investigar a qualidade das publicações sobre prevenção ao HIV/Aids elaboradas pelos órgãos de saúde, no ambiente da Internet. Diante do crescimento de casos de Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST), as entidades de saúde pública devem encontrar nas mídias sociais digitais um espaço importante para comunicar e prevenir a sociedade. Nesse sentido, o estudo exploratório utilizou-se das pesquisas bibliográfica, sobre comunicação e saúde, e documental, pela coleta de dados em materiais informativos veiculados pelas páginas oficiais das mídias digitais (*Facebook, Youtube, Instagram*) do Ministério da Saúde, da Secretaria de Estado de Saúde do Amazonas (SUSAM) e da Secretaria Municipal de Saúde (SEMSA). Os resultados encontrados apontam para um discurso que ainda não estabeleceu identificação com o público principal almejado, os jovens, portanto peca em engajamento e em seu caráter educativo.

**Palavras-chave:** Comunicação e saúde. HIV/Aids. Mídias digitais. Discurso

---

<sup>1</sup> Este artigo é resultado do projeto do Programa Institucional de Iniciação Científica (PIBIC) PIB-SA/0046/2019: Campanha de prevenção ao HIV: análise sobre as publicações feitas pelos órgãos de saúde no ambiente da Internet.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal do Amazonas. Email: lopes.acdc@gmail.com

<sup>3</sup> Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: cris.jor@gmail.com

<sup>4</sup> Professora do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: judy@ufam.edu.br

## INTRODUÇÃO

Na era da informação, trazer questões relacionadas à saúde para as plataformas disponíveis na internet se tornou uma questão vital para a educação, adotada por instituições governamentais e também pela iniciativa privada, afinal “é notável o quanto a internet se tornou uma ferramenta e, ao mesmo tempo, ambiente de problematização, divulgação, prestação de serviço e debate da política no Brasil” (QUEVEDO; INÁCIO, 2015, p. 8). Nesse contexto, a busca por informações e orientações voltadas à saúde requer uma filtragem maior por parte dos interagentes, visto os perigos da desinformação, uma vez que podem comprometer seu bem-estar e prejudicar seu acesso a direitos fundamentais como a educação, a saúde e a comunicação, a qual em si contribui para a orientação sobre os demais.

As mídias sociais digitais representam um espaço de potencial ampliação dessas garantias. Nesse sentido, estudar a importância e a relação entre comunicação e saúde e, além disso, entender o comportamento de publicações de prevenção e combate a doenças nesses ambientes foi uma das motivações para a elaboração deste trabalho.

Tal relevância se potencializa ao tratarmos de assuntos sempre presentes na pauta pública como é o caso das Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs), cujo aumento dos casos segue alarmante. Segundo dados oficiais do Ministério da Saúde (2019), de 1980 a junho de 2019 foram identificados 966.058 casos de Aids no Brasil. O país tem registrado, anualmente, uma média de 39 mil novos casos de Síndrome da imunodeficiência adquirida (Aids)<sup>5</sup> nos últimos cinco anos. No ano de 2018, foram notificados 43.941 casos de infecção pelo HIV, sendo 5.084 (11,6%) na Região Norte. No período de 2007 a junho de 2019, a maioria dos casos de infecção

---

<sup>5</sup> “HIV é a sigla em inglês do Vírus da Imunodeficiência Humana. Causador da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (Aids), ataca o sistema imunológico, responsável por defender o organismo de doenças. Ter o HIV não é a mesma coisa que ter aids. Há muitos soropositivos que vivem anos sem apresentar sintomas e sem desenvolver a doença.”. Disponível em: <http://www.aids.gov.br/pt-br/publico-geral/o-que-e-hiv>

pelo HIV encontra-se na faixa de jovens entre 20 e 34 anos, com percentual de 52,7% dos casos, fato que revela a importância de discussões mais presentes da temática, principalmente, em espaços compostos majoritariamente por esse público. Ao se considerar que "vivemos uma época em que o desenvolvimento acelerado de tecnologias digitais proporciona de maneira intensa o acesso à informação e comunicação" (MARQUES; DEL BIANCO, 2018, p. 1), não só escolas e faculdades, mas também o ambiente *online* também se torna elegível, aqui representado pelas mídias digitais como o *Facebook*, o *Youtube* e o *Instagram*.

Ao tratar de informações sobre saúde e doença, a grande questão recai sobre a máxima de que quantidade não necessariamente significa qualidade, algo intensificado no mundo virtual, cujo controle das informações que circulam é uma provocação incessante por diferentes esferas da vida em sociedade. Assim, às fontes oficiais, resta o desafio de conseguir dar visibilidade ao seu discurso, a fim de que o seu conteúdo seja o mais acessado e reconhecido pela sua confiabilidade. A partir disso, "outro ponto a ser levantado é como falar com as gerações que nasceram junto com a internet e buscam informações sobre saúde e doença nos sites de busca e em redes sociais" (SILVA, 2019, p.13). Tudo para que essa parcela da sociedade possa se identificar, se sentir representada e ter a certeza de que pode confiar em tal fonte para esclarecer suas eventuais dúvidas, bem como se tornarem propagadores da voz oficial pelo engajamento gerado.

A questão é envolta pelo ideário do Sistema Único de Saúde, cuja palavra "contexto" se apresenta como o principal elemento. Assim, ao considerar o lugar social do cidadão e de seus conhecimentos prévios, evidencia-se o papel da informação e da comunicação para protagonizar mudanças, especialmente quando se reflete sobre o quanto a comunicação associada à saúde segue uma longa tradição permeada de um caráter meramente instrumental e informativo (ARAÚJO, 2013). Com isso, torna-se essencial "[...] uma lógica mais próxima da comunicação como direito de cidadania e uma visão processual, do que da comunicação como bem de consumo e uma visão instrumental" (ARAÚJO et al, 2007, p. 82), algo que exige

constante revisão de práticas, especialmente ao tratar de um assunto como a saúde, um direito básico de acesso à cidadania.

Diante do exposto, como objetivo geral, este trabalho investiga as mídias sociais digitais de órgãos de gestão da saúde nas esferas federal (Ministério da Saúde), estadual (Secretaria de Estado de Saúde do Amazonas – SUSAM) e municipal (Secretaria Municipal de Saúde – SEMSA/Manaus), a fim de compreender o processo de produção e circulação de informações na área de Comunicação e Saúde em uma perspectiva educativa. Foram verificadas as publicações feitas no período de agosto de 2019 a março de 2020 em suas contas institucionais no *Facebook*, no *Instagram* e no *Youtube*, mídias escolhidas por apresentarem perfis oficiais e ativos desses órgãos. Para tanto, os objetivos específicos consistem em discutir o papel da comunicação e educação nas campanhas de prevenção ao HIV, seguido de identificar elementos necessários para avaliar a qualidade das publicações sobre prevenção ao HIV/Aids e, por fim, analisar as publicações definidas na pesquisa quanto à qualidade dos conteúdos divulgados. A questão norteadora do trabalho é como órgãos de saúde das diversas esferas comunicam com a sociedade sobre a prevenção do HIV/Aids na Internet, sobretudo nas mídias sociais digitais? Como pressuposto, apontamos que as entidades ainda não conseguem se comunicar de forma adequada com o público e usam esses espaços ainda de forma insuficiente e apenas de maneira sazonal.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Em meio a inúmeras indagações ao lidar com comunicação e saúde, debruçar-se sobre a temática do HIV/Aids passa, inevitavelmente, pela discussão de tabus que ainda cercam o imaginário acerca das ISTs como os grupos de riscos, a sexualidade, o medo, a vergonha de falar sobre o assunto, a culpabilização do paciente, a normalidade da vida após o diagnóstico dentre outros. Segundo Tomáel et al (2004, p. 19), “a importância de se avaliar a informação disponível na Internet é bastante significativa para quem a utiliza para a pesquisa e é de extrema relevância

para enfatizar a inconstância da qualidade das informações encontradas”. A partir disso, falsas crenças em torno das ISTs poderão ser substituídas gradualmente por diálogos mais consistentes e conscientes sobre as diversificadas facetas desta questão.

Investigar, dar bases científicas firmes e, a partir disso, estabelecer uma troca esclarecedora por meio do diálogo é fundamental para educar a população. Dessa forma, cria-se a possibilidade de assegurar a garantia de três direitos fundamentais presentes na Declaração Universal dos Direitos Humanos<sup>6</sup> (ONU, 1948): Direito à Educação<sup>7</sup> (Artigo 26), Direito à Saúde<sup>8</sup> (Artigo 25) e Direito à Comunicação<sup>9</sup> (Artigo 19), sendo esse último essencial para explicar e tornar acessível o conhecimento dos demais. Assim, dá-se espaço à apropriação de conhecimento em detrimento à mera transmissão de informações e, desse modo, torna-se possível criar um canal seguro de fala, de questionamento e de apoio. Isso permite mitigar inconstâncias na qualidade das informações *online*, principalmente ao se considerar a trajetória do vírus HIV e da doença Aids desde as suas descobertas, a qual revela uma atmosfera de medo envolta nos discursos propagados pela mídia ao longo dos anos.

O desconhecimento criou medos, alimentou tabus, estigmas e estereótipos. Informou somente aquilo o que tantos silenciamentos permitiam, calando aqueles que já estavam há tanto tempo lutando por uma chance de ter voz. É fácil visualizar e resgatar toda essa construção quando se pensa, por exemplo, nas primeiras manchetes que estampavam em capas de importantes veículos termos como “peste

---

<sup>6</sup> “O ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações, com o objetivo de que cada indivíduo e cada órgão da sociedade tendo sempre em mente esta Declaração, esforce-se, por meio do ensino e da educação, por promover o respeito a esses direitos e liberdades” (ONU, 1948).

<sup>7</sup> “Todo ser humano tem direito à instrução. [...] A instrução será orientada no sentido do pleno desenvolvimento da personalidade humana e do fortalecimento do respeito pelos direitos do ser humano e pelas liberdades fundamentais” (*ibidem*).

<sup>8</sup> “Todo ser humano tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar a si e à sua família saúde, bem-estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis [...]” (*ibidem*).

<sup>9</sup> “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (*ibidem*).

gay”<sup>10</sup>, “câncer gay” e “peste rosa” dentre outros. Atualmente, um longo caminho foi percorrido e a voz dos movimentos sociais está empenhada em outra luta por legitimação nos espaços digitais, cuja linguagem, comportamento e formato revelam grande mutabilidade e com isso a exigente capacidade de adaptação e inovação, ao mesmo tempo em que se mantém a constância na qualidade e confiabilidade.

Falar da área de comunicação e saúde traz à tona suas inquietações próprias em relação ao fazer comunicacional, as quais vão ao encontro de problemas e situações também enfrentadas pelo objeto dessa pesquisa, a saber: dialogar melhor com os públicos; discutir, educar, inovar para melhor engajar; e como fazer tudo isso em meio a inúmeros núcleos de resistência municiados de discursos tradicionalistas e moralistas institucionalizados, que perpetuam práticas mais informativas em detrimento das mais dialógicas. Assim, torna-se expressivo o papel fundamental de entender melhor quem está do outro lado do diálogo, a população, e

como atribuem sentidos, fazem circular e convertem em prática as medidas de prevenção que lhes são propostas. [...] Os sentidos não estão prontos, nem nas mensagens e informações ofertadas, nem no campo da recepção. Os sentidos são configurados no espaço de encontro (e de desencontro) entre eles, o da interlocução, sempre sob a força de contextos que reúnem inúmeros fatores de mediação (CARDOSO; LERNER, 2019, p.68).

Carregado de encontros, desencontros e reencontros está o ambiente digital, no qual nenhuma informação se perde e todas deixam um rastro. Portanto, como já destacado em estudos prévios como os de Armindo, Diniz e Schall (2011), a partir de uma linguagem interativa, o objetivo deve ser sempre o de facilitar a apreensão das informações que se deseja compartilhar, dar a chance de refletir, aproximar os saberes científico e popular, assegurar o diálogo com a população e valorizar o conhecimento prévio do público.

---

<sup>10</sup> “No início, [...] a doença, recém-descoberta, chegou a ser chamada de GRID (*Gay Related Immunodeficiency*) nos meios científicos e de câncer gay, peste gay ou peste rosa pela imprensa e pela opinião pública” (DANIEL; PARKER, 1991 apud TERTO JR, 2002).

Ao se optar por validar as vivências dos sujeitos incorporando-as nos discursos, cria-se a iniciativa de fortalecer o protagonismo, o qual, ao se tratar de comunicação, significa a possibilidade das pessoas expressarem e fazerem valer seu modo de compreender e agir sobre sua vida, seu cotidiano e sobre os problemas de saúde que enfrentam (ARAÚJO et al, 2007), gerando uma alternativa interessante que é a produção de tais materiais educativos em conjunto com as pessoas a quem se destinam. Assim, criar sentidos por meio dos discursos adequados pode representar um dos possíveis caminhos para que possa ser alcançada uma comunicação de qualidade, esclarecedora, educativa e pedagógica, em um ambiente saturado de informações diversas e, por vezes, ainda perversas, que é o espaço virtual de interações possibilitado pelas mídias digitais como *Facebook, Youtube e Instagram*.

## **METODOLOGIA**

A fim de compreender o processo de produção e circulação de informações na área da Comunicação e Saúde em uma perspectiva educativa, voltada para as publicações das campanhas de prevenção ao HIV/Aids promovidas no ambiente da internet, a abordagem desta pesquisa usa os dados coletados em uma dimensão qualitativa, investigando a qualidade dos conteúdos que são divulgados nas publicações. Para tanto, a pesquisa utiliza como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e a documental. A primeira, se concentra em monografias, dissertações, teses e artigos científicos que tratam sobre o tema Comunicação e Saúde, cujas leituras iniciais contemplaram os trabalhos de autores como Alves (2012), Araújo e Cardoso (2007), Armindo, Diniz e Schall (2011), Carvalho (2015a, 2015b), Ministério da Saúde (2009, 2012, 2018), Fausto Neto (2007), Feldmann (2008), Kelly-Santos e Rozemberg (2009) e Quevedo e Inácio (2015).

Seguiu-se com outras leituras específicas sobre o tema, junto a pesquisa documental feita a partir das publicações coletadas em espaços virtuais pertencentes aos órgãos de saúde Ministério da Saúde, Secretaria de Estado de

Saúde do Amazonas e Secretaria Municipal de Saúde - esfera federal, estadual e municipal, respectivamente - como sites, *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*, no período de agosto de 2019 a março de 2020, podendo assim englobar, inclusive, publicações feitas em campanhas sazonais, como no período do Dezembro Vermelho e de Carnaval, quando é comum haver intensificação das campanhas preventivas ao HIV.

Para identificar os elementos necessários para avaliar a qualidade das publicações sobre prevenção ao HIV, foram feitas adaptações a partir dos trabalhos de Armindo, Diniz e Schall (2011), os quais oferecem uma lista de categorias e critérios de análise de discurso de materiais educativos impressos de dengue, cujos ajustes se encaixam aos materiais digitais; e dos trabalhos de Tomáel et al (2004, 2008, 2018), voltados para qualificar as fontes de informação no ambiente da internet.

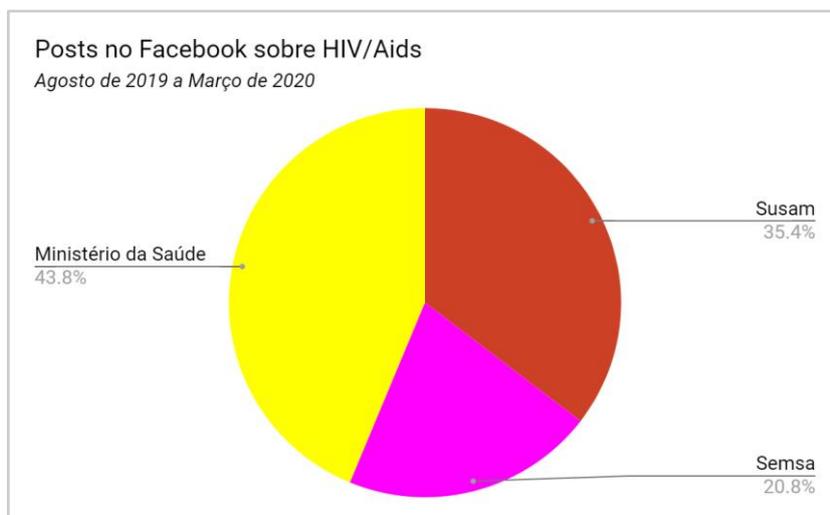
Apresenta-se, a seguir, alguns critérios de análise da qualidade das publicações feitas no ambiente da internet adaptados dos estudos de Armindo, Diniz e Schall (2011), a saber: 1. Formato do material educativo. 2. Público do material educativo. 3. Enfoque dado pelo material. 4. Conteúdo das informações presentes no material. 5. Tipos de discurso ou linguagens. 6. A mensagem é objetiva e de fácil entendimento. 7. A mensagem é atrativa e mantém a atenção do leitor. 8. A mensagem não provoca interpretações ambíguas. 9. A mensagem não apresenta ideias tendenciosas ou preconceituosas. 10. O material não está sobrecarregado de texto. 11. O material não contém termos técnicos e/ou complexos. 12. O material não contém informações em excesso, repetitivas ou desnecessárias. 13. O tamanho da letra facilita a leitura. 14. A linguagem utilizada está adequada ao público. 15. Tipos de imagens presentes no material.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO

A análise de conteúdo para averiguar a qualidade das publicações feitas deu-se a partir da mídia digital e da esfera de atuação dos órgãos (federal, estadual e municipal). Dentre as fontes de coleta, o *Facebook* foi a mídia que apresentou maior

movimentação em relação as demais elencadas; quanto ao *Youtube*, notou-se que dos três órgãos de saúde monitorados, apenas o Ministério da Saúde (esfera federal) possuía página oficial e que essa plataforma estava sendo, majoritariamente, utilizada apenas para hospedar os vídeos a serem veiculados na página do FB. Em relação ao *Instagram*, além de poucos conteúdos sobre a temática investigada, o engajamento se revelou menor do que no FB. Desse modo, o FB representou maior relevância para a coleta.

A amostra contempla o monitoramento das postagens nas mídias digitais selecionadas no período que compreende do mês de agosto de 2019 ao mês de março de 2020. Nesses oito meses (Gráfico 1), no Facebook do Ministério da Saúde (MIN) foram encontrados 21 *posts* (maior quantidade em Fevereiro de 2020, com 8 publicações); do Facebook da Secretaria de Estado de Saúde do Amazonas (Susam) foram coletadas 17 postagens (dezembro de 2019 obteve maior quantidade, com 7 *posts*), não há postagens sobre o tema nos meses de setembro de 2019, janeiro, abril e março de 2020; quanto à Secretaria Municipal de Saúde (Semsa), em seu Facebook foram coletadas 10 publicações referentes aos meses de outubro, novembro e dezembro de 2019 e fevereiro de 2020, nos demais nada foi encontrado. O perfil com maior interação foi o do Ministério da Saúde, da SEMSA e da SUSAM chegam a apresentar *posts* sem comentários ou compartilhamentos.



**Gráfico 1:** Juntas, as três páginas somam um total de 48 postagens sobre HIV/Aids em oito meses de coleta. Fonte: Elaborado pelo autor

De modo geral, foi possível observar que as publicações específicas sobre a temática do HIV/Aids não se encontram em grande quantidade em nenhum dos perfis, chegando a possuir meses nos quais não há materiais a respeito do tema, nem mesmo indiretamente. Assim, percebe-se que a maior cobertura sobre o tema se atém, majoritariamente, à sazonalidade de campanhas veiculadas como o Dezembro Vermelho<sup>11</sup> e durante o mês de fevereiro, por conta das celebrações do Carnaval. Quanto ao conteúdo, a maioria das peças, sejam imagens, vídeos ou mídias animadas, mantém semelhanças que indicam certo padrão e pode ser percebido que elas são replicadas de uma mídia digital para outra, ou seja, repostadas, revelando pouca adaptabilidade aos formatos e funcionalidades específicas de cada meio.

Os conteúdos mantêm relevante número de curtidas e de compartilhamentos. Com relação aos comentários, apesar de serem poucos na maioria das peças, são carregados de tons críticos quanto às ações, no sentido de questionar (Fig. 1) as abordagens narrativas escolhidas e outras pautas não expressas diretamente como, por exemplo, sobre as outras formas de prevenção, como a combinada<sup>12</sup>, para além do preservativo.

---

<sup>11</sup> Com o objetivo de sensibilizar a população sobre a prevenção e o tratamento precoce contra o HIV (Vírus da Imunodeficiência Humana), a Aids (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida) e outras Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST), começou a mobilização nacional denominada Dezembro Vermelho. O período foi escolhido pelo Ministério da Saúde em razão do Dia Mundial contra a Aids, celebrado no mundo inteiro em 1º de dezembro. Disponível em: <http://www.saude.df.gov.br/dezembro-vermelho-conscientiza-sobre-tratamento-e-prevencao-ao-hiv-aids/>

<sup>12</sup> A Prevenção Combinada associa diferentes métodos de prevenção ao HIV, às IST e às hepatites virais para além do uso da camisinha. Disponível em: <http://www.aids.gov.br/pt-br/publico-geral/previna-se>



**Fig. 1:** Postagem feita na página específica sobre HIV/Aids associada à página oficial do Ministério da Saúde. Fonte: FB do Ministério da Saúde – HIV/Aids.

Nos comentários, foi ressaltado o tom de suspense usado na construção da peça audiovisual. Em tom majoritariamente crítico, os comentários revelam o quanto “compartilhamento de conteúdos e travamento de diálogo/conversações são os grandes pilares das mídias sociais” (TERRA, p. 1, 2010), uma vez que interagem questionando a ausência na campanha de outras estratégias de prevenção para além do uso da camisinha, como a Profilaxia Pré-Exposição (PrEP<sup>13</sup>), por exemplo. Também ressalta a atmosfera de medo que envolve a narrativa afirmando “*se a ideia é passar a prevenção do medo a sonoridade escolhida foi ótima!*”.

<sup>13</sup> A Profilaxia Pré-Exposição ao HIV é um método de prevenção que consiste na tomada diária de um comprimido que impede que o vírus causador da aids infecte o organismo, antes de a pessoa ter contato com o vírus. Disponível em: <http://www.aids.gov.br/pt-br/publico-geral/prevencao-combinada/profilaxia-pre-exposicao-prep>

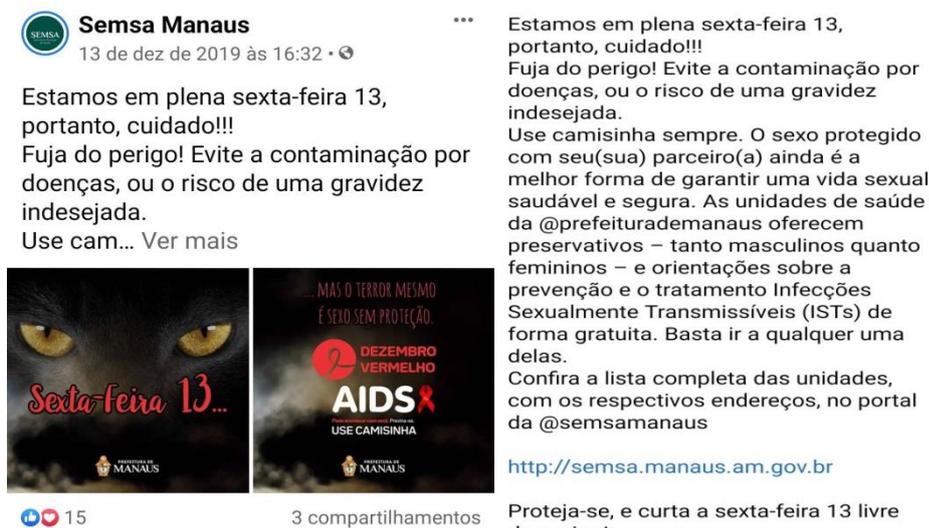


**Fig. 2:** Comentários sobre postagem da campanha do MS. Fonte: FB do Ministério da Saúde - HIV/Aids.

Outro ponto notado (Fig. 2) nas discussões por meio dos comentários foi acerca da pouca diversidade dos tipos físicos retratados. Apesar de a produção apelar para um elenco composto de jovens e para uma linguagem com gírias e menos formal, como o uso do termo “responso” ao invés da palavra responsabilidade, é notável a representação de tipos não brancos e não heteronormativos em maior quantidade, como pode ser observado em *“nem uma loirinha ou loirinho de olhos azuis. Será que brancos não fazem sexo? Ou estão imunes a doença e gravidez??”*. Tal fato revela o quanto as populações LGBTQI+, comumente, são as mais associadas aos riscos de adquirir uma IST e, com isso, “[...] continuam a sofrer com os estigmas e preconceitos decorrentes da associação Aids-homossexualidade” (TERTO, 2002, p. 2).

Juntamente à escolha do fundo musical de suspense e ao texto de narração, os quais reforçam a atmosfera preconceituosa de medo e vergonha que envolve o HIV/Aids, fica claro como há uma reivindicação por parte do público por mudanças discursivas, bem como é perceptível a leitura que esses possuem do que está nas entrelinhas, além do dito. Dessa forma, “reconhecer e valorizar a diversidade, as estratégias de silenciamento e as estratégias desviantes dos que historicamente estão em desvantagem social resulta e fortalece o entendimento de que a prática discursiva é também lugar de luta e transformação” (CARDOSO; LERNER, 2019,

p.69) e o ambiente *online* é um espaço que apresenta grande potencial de promovê-las.



**Fig. 3:** O post traz duas imagens e trabalha visualmente o gato preto para falar de sexta-feira 13 e HIV/Aids. Fonte: FB Semsma Manaus.

Na esfera municipal (Fig. 3) a situação não é muito diferente: a legenda começa com “estamos em plena sexta-feira 13, portanto, cuidado!!!” e com ela, mais uma vez, a narrativa de medo se faz presente. O *post* de 13 de dezembro de 2019 (sexta-feira) foi construído a partir de associação do uso da lenda urbana/superstição de Dia das Bruxas sobre o gato na cor preta ser amaldiçoado ou de alguma forma atrair má sorte. Essa construção também é questionada porque, por vezes, tal crença é motivo de violência contra esse animal<sup>14</sup>. A postagem trabalha duas imagens: a primeira, com os olhos do gato preto ao fundo, diz “sexta-feira 13...” e, na segunda, lê-se “...mas o terror mesmo é sexo sem proteção”; deixando clara uma triste e preconceituosa comparação do HIV/Aids à maldição, ao azar, ao terror.

Ao se deparar com algo assim, são inimagináveis os estigmas que podem ser perpetuados sobre a questão, bem como os impactos psicológicos negativos em uma pessoa soropositiva ao ver sua condição ser tratada de tal maneira. Por isso, é

<sup>14</sup> Existem muitos mitos atribuídos ao gato preto. Há séculos, esses animais são perseguidos e, muitas vezes, associados ao azar. Em datas como sexta-feira 13 ou *Halloween* (Dia das Bruxas), as agressões aumentam. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,sexta-feira-13-pode-representar-perigo-para-os-gatos-pretos,70003124516>.

importante questionar tais discursos por meio do estímulo comunitário que as mídias sociais possuem, cuja nova audiência está mais receptiva e ansiosa por participar (SILVA; PRADO, 2015). A legenda finaliza com “proteja-se, e curta a sexta-feira 13 livre de perigo!”.



Fig. 4: Postagem trabalha a cultura da astrologia, os signos e suas previsões para o Carnaval. Fonte: FB Susam.

Nesse outro exemplo (Fig. 4), apesar de ser sobre signos do zodíaco, um assunto sempre recorrente nas mídias digitais e em memes<sup>15</sup>, o engajamento foi baixo: não há comentários e são poucos os compartilhamentos. Isso revela a não identificação do público com o conteúdo, talvez por ser algo incomum nessa página ou pelo público almejado não estar presente. Afinal, “as organizações públicas, de maneira geral, vêm adotando mídias sociais para atingir o público-alvo de seus serviços” (*Ibidem*, p. 1), mas isso é algo recente, o que relembra a importância de atualizações constantes sobre como falar com as gerações que nasceram junto com a internet (SILVA, 2019).

O mesmo acontece no exemplo a seguir (Fig. 5): o material se utiliza de linguagem descontraída e com jovialidade de termos como “curtir a festa”, “não dê

<sup>15</sup> Os memes são fragmentos de texto, imagem, vídeos, GIFs relacionados ao humor, que se espalham rapidamente pela rede. Em geral, podem ser construídos em tons críticos e de cunho político. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/vale-tudo-pela-sua-atencao-nas-redes-sociais/>

esse vacilo!”, “maninho (a)”, além de ser visualmente agradável, porém não despertou engajamento: apenas 3 curtidas, 1 comentário e sem compartilhamentos.

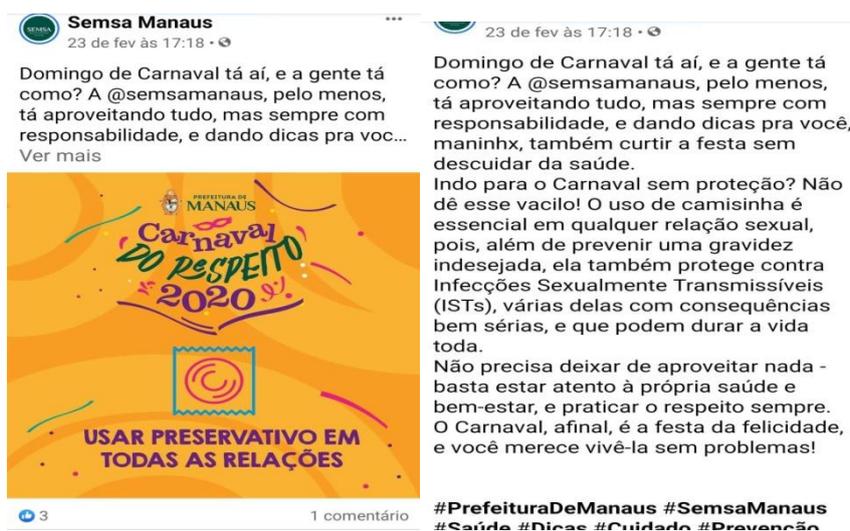


Fig. 5: Postagem de “Carnaval do respeito 2020” sobre aproveitar esse evento com responsabilidade. Fonte: FB Semsa Manaus.

Em outra peça (Fig. 6), a narrativa escolhida é a de repulsa. O material apresenta uma pessoa reagindo desconfortavelmente após os resultados de pesquisa por imagens de infecções sexualmente transmissíveis aliada ao texto que alerta “*sem camisinha, você assume o risco de pegar uma infecção sexualmente transmissível*”. Desse modo, fica claro como, “[...] sem uma comunicação esclarecedora, uma política pública pode não surtir os efeitos desejados e criar um clima de medo geral” (QUEVEDO; INÁCIO, 2015, p. 15), além de, como no caso a seguir, criar nova roupagem para uma estigmatização de longa data.



**Fig. 6:** Post de campanha do MS de combate a IST. Fonte: FB do Ministério da Saúde.

A campanha usa o discurso de nojo, de repulsa, de vergonha em sua narrativa, o que pode ser percebido em um dos comentários: *“parem com essa campanha que causa estigmatização! As pessoas devem se cuidar por compreensão e autonomia, não por medo! [...]”*. O medo nunca é uma forma efetiva de abordar esses assuntos. Ao se optar por esse caminho discursivo, todo um sistema de opressão é fortalecido, sob as bases da culpa e da vergonha, fundamentando representações estereotipadas. Assim, é promovido o receio em meio a esses públicos ao se manter com uma naturalidade perigosa, conforme aponta Terto (2002):

(...) o silêncio e a invisibilidade de expressões, imagens ligadas à homossexualidade na mídia e nas campanhas de prevenção, o medo que os homossexuais sentem de fazer o teste ou a crise que se segue ao receber um resultado soropositivo, já que pode se considerar ou ser considerado culpado de ter se infectado pelo HIV (TERTO, 2002, p.152).

Além disso, outros vícios são encontrados nos materiais, revelando heranças vívidas dessas “práticas de ‘assessorias de comunicação’, ocupadas na visibilização dos atos de gestão, em detrimento da comunicação como espaço e processo de

produção, circulação e apropriação de conhecimentos (ARAÚJO et al, 2007, p.83)”; como se pode notar nos exemplos abaixo (Fig. 7, Fig. 8 e Fig. 9).

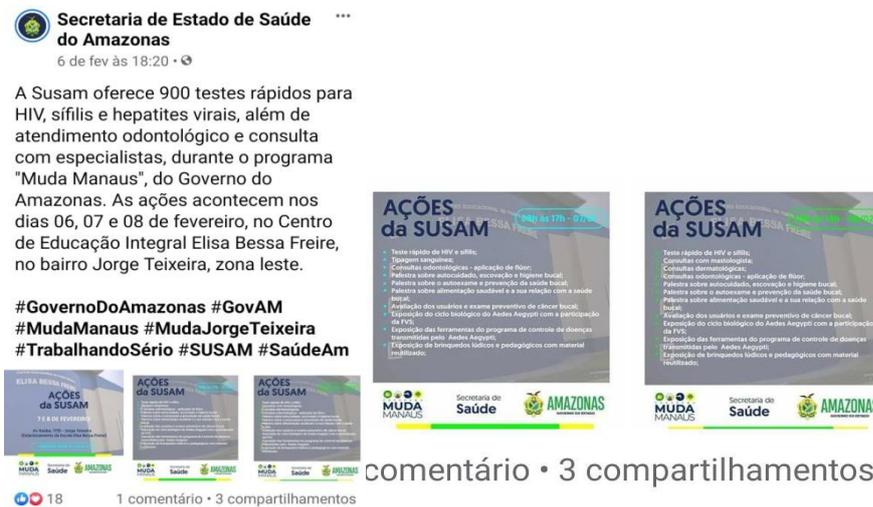


Fig. 7: Postagem sobre o programa governamental “Muda Manaus”. Fonte: FB Susam.

Apesar de o *post* apresentar a oferta de 900 testes rápidos para HIV, sífilis e hepatites virais, é claro o enfoque dado, não ao programa em questão, mas ao fato de isso ser mais uma das ações da gestão governamental. A publicação ganha mais destaque ainda pelo título “Ações da Susam” nas imagens ter sua fonte maior do que o restante do texto, os quais tratam dos serviços que serão disponibilizados à população manauara.



Fig. 8: Postagem sobre evento de abertura oficial da campanha Dezembro Vermelho. Fonte: FB Semsamaneaus.

A maioria das postagens ainda se baseia em divulgar ações voltadas ao HIV/Aids promovidas por essa Secretaria (Fig. 8), algo que não é de todo negativo, afinal trata-se de intervenções *in loco* importantes para os cidadãos. Porém, notou-se que esses conteúdos, geralmente, tratam de ações já ocorridas ou que estão sendo divulgadas na véspera de sua realização, algo que para ser de fato efetivo carece de antecedência.



**Fig. 9:** Post sobre teste de HIV da campanha “E se? HIV/Aids. Se a dúvida acaba, a vida continua”, ao lado, os comentários. Fonte: FB do Ministério da Saúde – HIV/Aids.

O post acima, na seção dos comentários, é apontado como retrocesso e desmerecimento da luta contra a Aids pelo fato de o laço, mundialmente representado inteiramente na cor vermelha, agora possuir partes em verde e amarelo. Tal mudança reafirma a prática de priorizar a visibilidade dos atos da gestão. Sobre a postagem, um dos seguidores questionou: “*Laço da Aids mundialmente representado por vermelho, agora com partes em verde e amarelo, desmerecendo toda a luta da construção da representação no laço [...] Quando vocês vão parar de tanto retroceder?*”, ao que outro interagente responde “*tão achando que é faixa presidencial, só pode!*”.

Assim, ao se considerar que na dinâmica das posições discursivas de centro e de periferia concretiza-se sempre a possibilidade de rompimento com o que era considerado cristalizado e estável, e que essa probabilidade é formada por diversas circunstâncias (SANTO et al, 2016), um olhar otimista se volta às produções

destinadas aos meios digitais por conta das discussões que podem se dar por meio dos comentários e dos compartilhamentos, principalmente. Por conta disso, apesar de não tão expressivas, é importante destacar momentos nos quais as atitudes tomadas para mudar o discurso da campanha foram louváveis, demonstrando como, “reconhecendo a pluralidade de discursos sociais, pode-se permitir a emergência de sentidos não-homogêneos, ampliando as condições para que os atores sociais se convertam em atores políticos” (ARAÚJO et al, 2007, p.86), há promoção do diálogo, cuja riqueza pode contribuir na humanização das estratégias (Fig. 10) adotadas na abordagem de temas tão urgentes e delicados.



**Fig. 10:** Da esquerda para a direita, peça audiovisual intitulada “E se o teste de HIV der positivo?” e a seção de comentários. Fonte: canal do Ministério da Saúde no Youtube.

Nessa outra peça audiovisual, do canal oficial do Ministério da Saúde no Youtube, repostada no Facebook do órgão, a narrativa traz a voz de uma pessoa LGBTQI+, negra, que vive com HIV, de modo mais leve, natural e sem a carga de medo e suspense presente no restante da campanha. O comentário “era interessante colocar nas campanhas todos os públicos que adquirem HIV, incluindo homens casados heteros. Fica a dica” volta questionar a comum estereotipização do público quando se trata de ISTs. Outro comentário faz referência às outras peças da campanha intitulada “E se?”, que usam uma narrativa baseada em suspense e ressalta “depois daquelas campanhas vergonhosas [...] pelos menos uma decente”.

Ao abrir espaço para o diálogo e fazer da escuta uma fonte de inspiração, o campo da Comunicação e Saúde não somente amplia suas possibilidades, como

também recua em modelos preconceituosos. Assim, quando se criam campanhas e conteúdos se faz possível considerar a saúde mental em meio aos diálogos sobre o HIV/Aids, de modo que a violência, o pejorativo e a marginalização possam ceder lugar à solidariedade, pois “a prevenção e a assistência devem estar integradas, como maneira de garantir uma atenção mais completa e que vise à felicidade individual e coletiva” (TERTO, 2002, p. 10). Isso pode ser exemplificado a seguir, como uma possível alternativa para esse acompanhamento que considera também a felicidade, pois mostra o envolvimento da família do paciente, demonstrando uma rede de apoio. Na peça (Fig. 11), o depoimento de uma mãe, cujo filho é soropositivo, demonstra a importância do diálogo, do apoio e de busca por informações sobre o HIV/Aids sem temor. Nessa série de vídeos, a presença da família, representada aqui por uma mãe, foi destacada positivamente pelos interagentes. Dentre os comentários, há elogios como “*que mulher maravilhosa!*”; “*incrível como ela passou uma paz tão grande, um amor tão grande através da tela!!*” e “*muito boa a série*”.



**Fig. 11:** Peça audiovisual intitulada “E se? o seu filho pegar HIV?” e, ao lado, a seção de comentários. Fonte: canal do Ministério da Saúde no *Youtube*.

A mídia social tem como características o formato de conversação e não de monólogo [...], privilegia a distribuição em vez da centralização, uma vez que tem diversos interlocutores que tornam a informação heterogênea e rica. [...] As redes sociais [digitais] ampliaram não só a capacidade de conexões como também de difusão da informação [...], [as quais são] amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas, o que dá mais voz às pessoas, além de construção de valores. (TERRA, 2010, grifos nossos).

Em meio a isso, os discursos apontam os caminhos que a sociedade toma e revelam as mudanças que se processaram no seu seio com o decorrer dos tempos. Em tempos de evoluções tecnológicas, cujas atualizações não se limitam somente a sistemas, aplicativos, abarcando as mais variadas esferas da vida, o processo comunicacional também apresenta seu próprio pacote de reconfigurações, pois “ao contrário do processo de comunicação tradicional, que foca sua transmissão de mensagens no receptor, a comunicação digital trabalha de forma dialética, permitindo a interação e a troca de papéis entre emissores e receptores” (*Idem*, 2006, p. 68). Dessa forma, a proatividade em possibilitar o diálogo deve ser uma das principais chaves de acesso quando se busca desbloquear novas práticas discursivas, a fim de que haja verdadeira valorização dos conhecimentos de todos os lados envolvidos, solidariedade e, portanto, humanização de estratégias.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto, ao investigar a qualidade das publicações sobre prevenção ao HIV, é possível pensar o cenário encontrado como desafiador, pois carece de mudanças em suas estratégias discursivas, a fim de engajar melhor os públicos e promover uma comunicação que dialoga e educa. As análises permitiram responder à pergunta norteadora desta investigação exploratória e confirmar o pressuposto de que as campanhas ainda carecem de melhorar a qualidade por isso não conseguem comunicar de forma adequada com o público. Além disso, nas esferas estadual e municipal há ainda uma exploração insuficiente e subutilizada em datas específicas e sazonais, sem uma constante nas mídias sociais digitais.

A comunicação é um direito humano universal, cuja garantia implica diretamente sobre a explicitação e orientação a respeito dos demais direitos. Desse modo, ao cumprir os objetivos desta pesquisa, pode-se demonstrar o quanto essa temática representa um projeto com grande potencial de renovação, especialmente no ambiente da Internet, cuja produção de conteúdos em mídias digitais possui inúmeras possibilidades de inovação e de fontes de inspiração, muitas das quais

partem diretamente do *feedback* dos interagentes, reiterando o quanto a força do digital está cada vez mais presente na contemporaneidade.

Há muito o que se discutir, afinal trata-se de um público que lida com muitos silenciamentos. Por isso, uma possível fonte de criação pode estar representada pelos produtores de conteúdo locais de cada região do País, uma vez que os aspectos sociais e culturais são de extrema importância para entender o lugar de fala dos sujeitos, algo que faria valer a ideia de que esses conteúdos precisam ser edificados pelas vozes daqueles aos quais se destinam. O poder público desempenha um papel fundamental na formação e orientação dos cidadãos e deve estar disposto a formas mais inovadoras de retratar e defender temáticas tão relevantes. Vale ressaltar que o caminho de mudanças poderá ser percorrido com boas perspectivas, pois os comentários dos internautas deixam claro que em sua maioria estão dispostos ao debate.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita Soares de. O campo da comunicação e saúde: contornos interfaces e tensões. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 36, 2013, Manaus.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J.M; LERNER, K. Comunicação e saúde: um olhar e uma prática de pesquisa. **Rev. Eco-Pós**, v. 10, n. 1, p. 79 - 92, 2007.

ARMINDO, G. L.; DINIZ, M. C. P.; SCHALL, V. T. Materiais educativos impressos sobre dengue: análise quali-quantitativa e reflexões sobre comunicação e educação em saúde. In: **Encontro nacional de pesquisa em educação em ciências**, 7, Florianópolis, 2011. Anais eletrônicos. Florianópolis: UFSC, 2011. p. 1-12.

BRASIL. **Boletim Epidemiológico Especial HIV/Aids**. Brasília: Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde. Dezembro de 2019.

BRITO, Fábio Leonardo Castelo Branco; ROSA, Johnny de Moura. “Os leprosos dos anos 80”, “Câncer gay”, “Castigo de Deus”: homossexualidade, Aids e capturas sociais no Brasil dos anos 1980 e 1990. **Revista Observatório**, v. 4, p. 751-778, 2018.

CARDOSO, J.M.; LERNER, Katia. Os jovens e os discursos sobre Aids: da centralidade dos contextos para a apropriação de sentidos. **RECIIS. Revista eletrônica de comunicação, informação e inovação em saúde**. (Edição em português online), v. 3i3, 2019.

FAUSTO, Neto. A saúde em uma sociedade midiaticizada. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 10, n.1, jan.-jul. E-Papers, p.198-205, 2007.

FELDMANN, A. F. **Análise das campanhas de comunicação sobre Câncer de Mama**: um estudo comparativo entre as iniciativas do INCA e do IBCC. Dissertação. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes/USP, 2008.

KELLY-SANTOS, A.; ROZEMBERG, B. Estudo de recepção de impressos por trabalhadores da construção civil: um debate das relações entre saúde e trabalho. **Cad. Saude Publica**, v.22, n.5, p.975-85, 2006.

MARQUES, R. B.; MOTTA, J.R. da; DEL BIANCO, N. **Comunicação pública e a prevenção ao vírus HIV**: o olhar dos universitários a partir da página do Ministério da Saúde- HIV no Facebook. 2018.

NOGUEIRA, Maria José; MODENA, Celina Maria; SCHALL, Virginia Torres. Materiais educativos impressos sobre saúde sexual e reprodutiva utilizados na atenção básica em Belo Horizonte, MG: caracterização e algumas considerações. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, [S.l.], v. 3, n. 4, dec. 2009.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948. Disponível em: <<https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>>. Acesso em: 14 out. 2020.

QUEVEDO, Josemari. P. ; INACIO, M. . A nova revolta da vacina? Uma análise sobre os comentários no Facebook do Ministério da Saúde durante a campanha de vacinação do HPV. In: **VII Enpecom - Encontro de Pesquisa em Comunicação**, 2015, Curitiba. p. 1117-1134.

SANTO, Wanda Espírito; SOARES, Inesita; AMARANTE, Paulo. **Comunicação e saúde mental**: análise discursiva de cartazes do movimento nacional de luta antimanicomial do Brasil. **Manguinhos**, vol. 23, no. 2, Rio de Janeiro, 2016.

SILVA, Camila Mariane Costa; PRADO, Edmir Parada Vasques. **Estudo sobre o engajamento de usuários de uma mídia social disponibilizada pelo governo**. In XI Simpósio Brasileiro de Sistemas de Informação. Sociedade Brasileira de Computação, Goiânia, Brasil, 2015.

SILVA, P.D.R. **HIV em primeira pessoa**: a comunicação sobre o vírus no canal HDiário, do Youtuber Gabriel Comicholi. 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-2348-1.pdf>

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital**: o futuro das Relações Públicas na rede. 2006. Dissertação (Mestrado em comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

\_\_\_\_\_. Grandes corporações nas redes sociais on-line: um estudo sobre a presença das organizações nas mídias sociais. **Anais** (on-line) do Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp, 4, 2010b, Porto Alegre, RS. São Paulo: Abrapcorp, 2010b.

TERTO JR., Veriano. Homossexualidade e saúde: desafios para a terceira década de epidemia de HIV/AIDS. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 8, n. 17, p. 147-158, 2002.

TOMAÉL, M. I. et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na Internet. In: TOMAÉL, M. I.; VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Avaliação de fontes de informação na Internet**. Londrina: Eduel, 2004, p. 19-40.