

---

## “O novo azulzinho” e as velhas representações midiáticas estereotipadas sobre o HIV: uma análise da capa da Revista Época sobre a PrEP<sup>1</sup>

Robson Evangelista dos Santos Filho<sup>2</sup>  
Mônica Santos de Souza Melo<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

### Resumo

No presente artigo, apresentamos uma análise da capa da Revista Época, que, em uma edição de abril de 2018, abordou a questão da PrEP, um medicamento recém-lançado no Brasil como um novo método de prevenção à infecção pelo HIV. Nosso interesse é perceber quais as representações sociais foram mobilizadas discursivamente por este veículo midiático com relação ao vírus. Para tanto, recorreremos à Análise do Discurso, especificamente à Teoria Semiociológica, de Patrick Charaudeau, para a realização de nossas análises.

**Palavras-chave:** HIV; PrEP; Revista Época; representações; Análise do Discurso.

### 1. Introdução

O surgimento da epidemia de AIDS e a identificação do HIV na década de 80 foram momentos históricos da humanidade, trazendo consigo diversos discursos tanto sobre o vírus quanto sobre a doença, construindo imaginários sociais a respeito deles e, principalmente, associando estereótipos aos indivíduos atingidos. Quase 40 anos se passaram desde então. De lá para cá, alguns discursos foram desconstruídos e representações foram rompidas, ao passo que outros prevaleceram.

Nesse processo, a mídia teve e ainda possui um importante papel, uma vez que consiste em um dos principais meios de formação da opinião pública e, dependendo do modo como aborda determinadas questões e retrata grupos sociais minoritários, tais como os soropositivos, pode ser eficiente na desmitificação de estereótipos sobre eles e, assim, contribuir para reverter o seu contexto social ou, num efeito reverso, pode acabar por reforçar estes estereótipos, estigmatizando os indivíduos e intensificando preconceitos que serão conseqüentemente reproduzidos pela sociedade (QUINTÃO; GUIMARÃES; DUARTE, 2013).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Mestrando em Letras, na área de Estudos Discursivos, pela Universidade Federal de Viçosa, bolsista CAPES, e-mail: robsonangelistasantosfilho@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho e professora do Programa de Pós-graduação em Letras na Universidade Federal de Viçosa, e-mail: monicassmelo@yahoo.com.br.

O caso mais recente foi uma edição da Revista Época, publicada em abril de 2018, que, ao abordar em sua reportagem principal o lançamento de um novo medicamento para prevenção do HIV, a Profilaxia Pré-Exposição (PrEP), gerou uma grande polêmica, colocando novamente em xeque o serviço de informação prestado pelos veículos de comunicação no Brasil.

Diante disso, selecionamos a capa desta publicação para realizarmos uma análise discursiva no presente artigo, objetivando perceber como a revista noticiou o fato e quais imaginários sociodiscursivos mobilizou. Para tanto, recorreremos à Teoria Semi linguística, do linguista Patrick Charaudeau, sobre a qual discorreremos na primeira parte deste trabalho, juntamente com alguns de seus aportes teóricos, como a noção de contrato. No segundo momento, apresentamos uma discussão sobre o HIV e a PrEP, de modo a contextualizar as principais temáticas aqui abordadas. E, por fim, trazemos as análises realizadas, assim como as nossas principais considerações.

## **2. A Teoria Semi linguística**

Dentre as vertentes da Análise do Discurso, selecionamos para as análises deste artigo a Teoria Semi linguística que, criada pelo linguista francês Patrick Charaudeau, permite que sejam analisados diversos discursos, tais como jornalísticos, publicitários, políticos e literários. Para tanto, não resume-se apenas à língua, mas também leva em consideração a atividade comunicacional e os diversos tipos de conhecimentos ou saberes nos quais os sujeitos se ancoram para produzir e interpretar um ato de linguagem. Nessa perspectiva, o discurso é entendido como um objeto multidimensional, resultante da interação entre o mundo, enquanto realidade, e a linguagem, enquanto produção social de forma e sentido.

A significação discursiva consiste, pois, no resultado da articulação das relações entre o circuito interno (linguístico/discursivo) e do circuito externo (situacional). Isso porque, como afirma Charaudeau (2010), o discurso tem seu sentido tanto no ambiente e na manifestação verbal quanto no conteúdo do enunciado, podendo ser produzido e interpretado em função de algumas condições e mediante negociações. Por isso, todo ato de comunicação implica um contrato, isto é, um quadro físico e mental das condições da realização da troca linguageira na qual o discurso surge.

Os dados externos correspondem às características próprias da situação, às condições da produção linguageira: as identidades dos sujeitos envolvidos, tanto da

---

instância de produção quanto da instância de recepção, ou seja, as identidades sociais e discursivas dos parceiros presentes na situação de comunicação; a finalidade da troca, isto é, o objetivo da situação comunicativa; o propósito, que, apesar desta nomenclatura, não deve ser confundido com a intencionalidade, uma vez que se refere ao tema do discurso; e os dispositivos pelo qual os atos de comunicação se desenvolvem. Esses elementos respondem às perguntas “Quem enuncia o quê?”, “Com que visada?”, “Do que se trata?” e “Em que meio o faz?” (CHARAUDEAU, 2006).

Por outro lado, os dados internos são os propriamente discursivos, respondendo à questão “Como dizer?”. Nesse sentido, assim que são definidos os dados externos, procura-se saber como os sujeitos envolvidos devem se comportar, que papéis devem assumir, como podem organizar seu discurso, quais as formas verbais ou icônicas que podem empregar (CHARAUDEAU, 2006). Vale, então, destacar aqui que a Teoria Semiolinguística não serve apenas para analisar uma comunicação verbal, como também a comunicação icônica, que, embora seja mais complexa, à medida que os processos de construção, transmissão e interpretação do sentido não são tão assinaláveis, pode igualmente ser objeto de um analista do discurso (CHARAUDEAU, 2013), conforme veremos mais adiante, numa tentativa de analisarmos uma imagem.

No processo de produção de um ato de linguagem somos levados a compartilhar não apenas as representações languageiras, mas também a nos basear em representações sociais. Por isso, outra discussão que nos interessa aqui, para subsidiar as nossas análises, é a noção de imaginários. Charaudeau (2017) define-os como representações sociais que, à medida que vão sendo repetidas e retomadas, vão sendo sedimentadas, consolidando-se e cristalizando-se como representações socialmente compartilhadas pelos membros dos grupos sociais e construindo caracterizações simplificadoras e generalizantes. Por seu papel social, ao construir a realidade como universo de significações e fundar a identidade de um grupo, mantendo a sociedade unida a partir desse mundo de significações, ou seja, de imaginários comuns a todos os indivíduos em suas relações, o autor os chama de sociais. E, ao trazer o conceito para o campo analítico-discursivo, por entender que essas representações se dão por meio da linguagem, Charaudeau cria, então, o conceito de imaginários sociodiscursivos, que são, portanto, os imaginários circundantes no interior de um grupo social identificados por enunciados languageiros. Estes imaginários sociodiscursivos, além de gerarem saberes que se estruturam em saberes de conhecimento e de crença, podem ter valores positivos

ou negativos (CHARAUDEAU, 2017). A essas representações depreciativas, costuma-se dar o nome de estereótipos.

Segundo Lysardo-Dias (2006), os estereótipos consistem em representações sociais que funcionam como uma estratégia discursiva que se vale do já dito, favorecendo, assim, a intercompreensão. De acordo com a autora, constituem um “material simbólico que participa da construção e do reconhecimento de uma identidade coletiva porque opera uma categorização que incide na imagem que os sujeitos têm de si e dos outros” (LYSARDO-DIAS, 2006, p.26). No entanto, essas imagens podem ser construídas de forma pejorativa.

Sendo a mídia uma das principais instâncias de produção e circulação de discursos em nossa sociedade, torna-se de suma importância analisar que representações e estereótipos são por ela disseminados, uma vez que a circularidade destes discursos midiáticos pode espalhar representações aparentemente homogêneas e inquestionáveis, reduzindo e inibindo a possibilidade de discordâncias e rupturas (LYSARDO-DIAS, 2006). Diante disso, debruçaremos-nos em nossas análises sobre algumas representações estereotipadas mobilizadas pelos discursos midiáticos da Revista *Época* em relação ao HIV, a partir da capa da sua edição que abordou a questão da PrEP.

### **3. O HIV e a PrEP**

O HIV é a sigla em inglês para o Vírus da Imunodeficiência Humana, que ataca o sistema imunológico, responsável por defender o organismo de doenças. A transmissão acontece por meio de relações sexuais desprotegidas, compartilhamento de instrumentos perfurocortantes não esterilizados, transfusão de sangue contaminado e de mãe para filho durante a gravidez, no parto ou na amamentação.

É importante ressaltar que ter HIV não é o mesmo que ter AIDS, uma confusão recorrente na sociedade. AIDS é a sigla em inglês para a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, que corresponde a uma fase avançada em que a pessoa infectada pelo HIV atinge baixos níveis das células de defesa. Dessa forma, o termo HIV refere-se ao vírus e apenas a AIDS pode ser classificada como doença, daí o aconselhamento atual em se utilizar termos como “pessoas que vivem ou convivem com HIV”, de modo a não reduzir esses indivíduos à doença e a demarcar que, apesar de ainda não haver cura para o problema, eles conseguem ter, mediante tratamento, uma vida normal e saudável,

---

mesmo com o vírus no organismo, o qual se torna apenas um detalhe dentre tantos outros que compõem as suas identidades.

Outra recente e importante mudança terminológica foi a substituição do termo doenças sexualmente transmissíveis (DST) pela expressão infecções sexualmente transmissíveis (IST) de modo a também destacar a possibilidade de uma pessoa ter e transmitir uma infecção, mesmo sem estar doente ou apresentar sinais e sintomas.

A identificação do HIV em 1981 foi um marco na história da humanidade, com uma ameaça de crise na saúde pública global que tem gerado, deste então, uma exaustiva discussão na comunidade médico-científica e na sociedade em geral (BRITO; CASTILHO; SZWARCOWALD, 2001). Diante de uma nova infecção, que se disseminava e se agravava rapidamente, repercutiu na coletividade um discurso que, apoiado em valores morais e em ideias de uma enfermidade incurável e mortal relacionada à sexualidade, provocava o medo de contágio e a sensação de risco iminente, ocasionando a marginalização dos grupos que estavam associados ao vírus (ALMEIDA; LABRONCINI, 2007), como os homossexuais.

Na época, inclusive, a AIDS ficou conhecida, segundo Almeida (2016), como “peste rosa”, “câncer gay”, “doença dos gays”, colocando os homossexuais como “irresponsáveis e pervertidos que alastram a doença do século”. Como ressalta Miskolci (2012), a epidemia de AIDS é um fato biológico, mas também foi uma construção social, já que poderia ter sido constituída como uma doença viral, por surgir a partir de um vírus. Entretanto, foi delimitada como doença sexualmente transmissível, como se a infecção fosse um castigo aos homossexuais, por não seguirem a ordem sexual tradicional. Houve, portanto, uma patologização das sexualidades dissidentes, o que trouxe consequências em como a sociedade compreende suas práticas sexuais até hoje.

De lá para cá, foram surgindo diversas compreensões a respeito do vírus e da doença, como as críticas ao termo “grupos de risco”, sugerindo a utilização da expressão “grupos mais vulneráveis à infecção” e, em seguida, com a adoção oficial da denominação “comportamento de risco”.

Apesar de alguns entendimentos e avanços, como o advento dos medicamentos antirretrovirais, que dificultam a multiplicação do HIV no organismo, e a criação de recursos econômicos, políticos, psicológicos e sociais para lidar com a AIDS, ainda prevalecem estigmas, preconceitos e discriminações às pessoas que convivem com HIV, (ALMEIDA; LABRONCINI, 2007).

---

De acordo com o mais recente relatório do Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS (UNAIDS), lançado em novembro de 2018, estima-se que, em 2017, 36,9 milhões de pessoas viviam com HIV no mundo. No Brasil, segundo o Ministério da Saúde, há atualmente 866 mil pessoas convivendo com o vírus.

O país foi um dos primeiros, dentre os de renda baixa e média, a fornecer tratamento gratuito para pessoas com HIV, em 1996, pelo Serviço Único de Saúde (SUS). Em 2013, adotou algumas estratégias, como oferta de tratamento a todas as pessoas vivendo com HIV, independentemente do estado imunológico, aumento da cobertura de testagem, implantação de campanhas de conscientização, entre outras iniciativas. Em 2015, o UNAIDS reconheceu o país como referência mundial no controle da epidemia. Entretanto, atualmente, ainda conforme o relatório, o Brasil concentra mais da metade de novas infecções de HIV na América Latina e, na contramão do restante do mundo, registrou um aumento de contaminações.

Mais recentemente, o país passou a disponibilizar gratuitamente pelo SUS a Profilaxia Pré-Exposição (PrEP), medicamento que funciona como um novo método de prevenção à infecção pelo vírus HIV. Utilizada nos Estados Unidos desde 2012, a composição da PrEP foi e continua fazendo parte do tratamento de pessoas que convivem com o vírus. Na sequência, estudos comprovaram que a medicação também poderia proteger as pessoas soronegativas e evitar que se infectassem. Tal proteção já havia sido observada quando os medicamentos eram usados em gestantes soropositivas de modo a impedir a transmissão do HIV para os bebês. Recomendada pela Organização Mundial de Saúde desde 2015, a PrEP foi, então, sendo adotada por outros países, como o Brasil, desde dezembro de 2017, estando presente em 36 centros de tratamento de 11 estados brasileiros.

Comercialmente conhecida como Truvada, a PrEP consiste em um medicamento antirretroviral resultante da combinação de dois outros (tenofovir e entricitabina) em um único comprimido que deve ser ingerido diariamente. Dessa forma, como é utilizado anteriormente à exposição ao HIV, pode impedir que o vírus se estabeleça e se espalhe pelo organismo, reduzindo a probabilidade de infecção. Entretanto, tal como outros métodos, não garante a total proteção e, além disso, também não previne as demais IST, daí a necessidade de ser aliada a outras formas preventivas já conhecidas.

O Ministério da Saúde indica e fornece a PrEP mediante avaliação e acompanhamento médicos e apenas para as chamadas populações-chave, ou seja,

peessoas que possuem maiores chances de entrar em contato com o HIV, como gays, homens que fazem sexo com outros homens, travestis, transexuais, trabalhadores(as) do sexo e casais sorodiferentes (quando um parceiro é soropositivo e o outro não) que têm repetidas relações sexuais desprotegidas, que apresentam IST ou que tenham feito uso por diversas vezes seguidas da Profilaxia Pós-Exposição (PEP), medicamento antirretroviral utilizado emergencialmente após situações de possível risco de contágio tanto de HIV quanto de outras IST. É importante demarcar aqui a diferença entre a PEP e a PrEP, por consistirem em medicações e métodos diferentes, sendo, então, a primeira utilizada depois do contato ao vírus e a segunda usada anteriormente à exposição ao HIV, de modo preventivo.

#### **4. Análises**

Publicada pela Editora Globo, do Grupo Globo, a Revista Época foi lançada em 1998 e configura-se atualmente, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), referentes a 2017, como a segunda maior revista de circulação semanal do Brasil, com uma tiragem média de 170 mil exemplares por semana. Assim como as outras três maiores revistas semanais do país (Veja, IstoÉ e CartaCapital), sofreu uma queda em seus números impressos, como pode ser percebido pelos índices anteriores: em 2015, por exemplo, contabilizava 372 mil exemplares por semana. Entretanto, em 2017, a publicação registrou, em comparação ao ano anterior, um expressivo aumento de 288% em sua versão digital, que inclui site e aplicativo mobile, correspondendo ao maior crescimento entre os periódicos do setor. De acordo com as análises da ComScore, sua página na internet somou em 2015 mais de 14 milhões de visualizações por mês.

Conforme projeções da pesquisa Marplan, realizada em 2014 pelo Instituto Ipsos, o conteúdo da Revista Época alcança mais de 2,5 milhões de pessoas. Além disso, o levantamento desse estudo, que analisa a audiência dos meios de comunicação, contribui para traçar um perfil do público da revista. Dos seus leitores, 72% correspondem à classe AB e 25% à classe C, 45% são homens e 51%, mulheres, 25% possuem menos de 25 anos, 45% encontram-se na faixa etária de 25 a 45 anos e 30% têm mais de 45 anos. Com isso, o público da Época é composto, em sua maioria, por adultos, mulheres e pessoas com maiores condições econômicas, que tornam-se, assim, o principal alvo da revista pelo seu potencial de consumo.

---

A Editora Globo, em sua página online, define a Revista *Época* como uma “revista útil, esclarecedora, inovadora, empreendedora, moderna e profunda, que vai além das notícias, antecipa tendências, traz análises e textos para aprender e se identificar”. Em março de 2018, em comemoração aos seus 20 anos, a revista atualizou seu projeto gráfico e editorial e passou a ser distribuída também aos assinantes dos jornais *O Globo* e *Valor Econômico*, sem custos adicionais, recebendo, por isso, o prêmio de mídia do ano na categoria revista da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). Além disso, sua produção de conteúdo passou a fazer parte de uma redação integrada, juntamente com os periódicos impressos *O Globo*, *Extra* e *Expresso*, todos do Grupo Globo.

No mês seguinte, na edição número 1031, publicada em 02 de abril de 2018, a Revista *Época* causou polêmica ao trazer uma matéria sobre a Profilaxia Pré-Exposição, conhecida como PrEP, uma medicação lançada recentemente no país como uma nova aliada no combate à AIDS e ao HIV. Para a análise a ser realizada no presente artigo, selecionamos, pois, como nosso objeto a capa desta edição.

Partimos, como sugere Charaudeau, da definição dos elementos contratuais deste ato de linguagem. Estamos diante, então, conforme vimos, de uma situação de comunicação que tem como propósito a tematização da PrEP a partir das condições materiais da edição impressa da revista *Época*, mas também pelas plataformas digitais do mesmo veículo, possuindo, dessa forma, mais de um dispositivo de veiculação.

Como todo ato de comunicação, o discurso midiático envolve duas instâncias, uma de produção e outra de recepção. No que se refere às identidades dos sujeitos envolvidos na troca linguageira, não há, segundo Charaudeau (2003), um sujeito único, mas quatro, dois em cada uma das instâncias mencionadas, conforme veremos a seguir a partir da aplicação ao nosso objeto de análise.

A instância de produção midiática consiste em uma entidade compósita que reúne diversos atores que “contribuem para fabricar uma enunciação aparentemente homogênea do discurso, uma co-enunciação cuja intencionalidade corresponde a um projeto comum que representa a ideologia do organismo de informação” (CHARAUDEAU, 2006, p.73). Partindo disso, Charaudeau (2006) comenta a respeito da dificuldade em se encontrar o indivíduo responsável pela informação veiculada pelas mídias, mesmo quando há, por exemplo, um jornalista que assina determinada matéria, uma vez que há presença de outros autores que compõem esta instância de produção.

---

No caso em questão, a matéria de capa é assinada pelo jornalista Danilo Thomaz, que representa, então, o EU comunicante, ou seja, o sujeito psicossocial que assume, no ato de comunicação, um papel de EU enunciador, ou seja, um sujeito empírico do discurso que corresponde às visões tanto da Revista Época, veículo em que trabalha, quanto das Organizações Globo, responsável pelo periódico. O jornalista não é o único ator, mas acaba se constituindo como a figura mais importante do discurso, mesmo que atravessado por outras vozes, por outros sujeitos e pela ideologia do grupo em que está inserido, principalmente com a atual dinâmica de integração da redação sob uma mesma linha editorial.

A instância de recepção, por sua vez, também consiste em uma entidade compósita que engloba tanto o público-alvo idealizado pela instância de produção, ao qual Charaudeau dá o nome de TU destinatário, quanto pelo público que realmente têm acesso ao discurso, o TU interpretante. Em toda produção, que parte de uma determinada finalidade, projeta-se um auditório para o qual o discurso se dirige, entretanto nem sempre o auditório real corresponde ao que foi projetado ou as finalidades almejadas são atingidas, daí falarmos em efeitos visados, efeitos possíveis e efeitos produzidos. Nessa perspectiva, a capa da Época foi pensada a partir da idealização do público-alvo já conhecido da revista, aquele que o veículo quer preferencialmente atingir e a quem se destina, porém este público não passa de um planejamento, uma vez que o público é aquele que teve, de fato, contato com a publicação e que não estava necessariamente na projeção realizada pela instância de produção. Da mesma forma, durante a produção, a instância produtora não imaginava os efeitos que poderia causar no público, como a repercussão negativa que a capa obteve com inúmeras críticas de públicos diversos, o que certamente a revista não esperava.

Para Charaudeau (2006, p.79), a identidade social da instância de recepção é uma incógnita para a de produção, pois, “de um lado, os receptores não estão presentes fisicamente na relação de troca e a instância midiática não tem acesso imediato a suas reações e, por outro, é o público que compõe essa instância é muito diversificado”. E o público se diferencia, inclusive, de um suporte de transmissão a outro. Dessa forma, os leitores da versão impressa da revista podem não ser os mesmos da versão digital.

Resta-nos agora evidenciar o último elemento do contrato comunicacional do ato de linguagem aqui analisado, a finalidade, que, no discurso midiático, encontra-se dividida entre duas visadas discursivas. Uma delas é a visada de informação, que

---

pretende informar os cidadãos. Nesse sentido, o EU quer fazer saber, estando legitimado em sua posição de saber e de poder transmitir este conhecimento e, por outro lado, o TU está na posição de dever saber alguma coisa (CHARAUDEAU, 2004). A outra visada é a de captação, que procura apreender o público, seja pela persuasão ou pela sedução, uma vez que as mídias se encontram numa lógica de mercado e necessitam, portanto, da audiência para que os seus veículos se mantenham e sobrevivam em meio à concorrência comercial (CHARAUDEAU, 2006).

Definidos, então, os elementos contratuais, debruçamo-nos agora sobre a capa da Revista *Época*, montada pelo fotógrafo Marcelo Saraiva. Em consonância com o que discorremos no parágrafo anterior a partir das contribuições de Charaudeau, Silveira (2006) afirma que, para permanecerem no mercado editorial, os periódicos impressos necessitam de um público cativo e estável e, para mantê-los, recorrem a projetos gráficos, que, pela sua composição estética, devem atrair os leitores. Dentro desses projetos, a autora destaca a importância dada às capas, que funcionam como uma vitrine para chamar a atenção do público e dar pistas sobre o conteúdo por meio das chamadas e das imagens, as quais analisaremos adiante.

Com composição simples e poucos elementos dispostos, diagramação adotada desde a atualização do projeto gráfico no início deste ano, a revista *Época* recorreu a um caráter ainda mais minimalista na edição em questão. Sobre um fundo branco, um grande comprimido azul se destaca no centro da folha, sem competir com nenhum outro elemento, recebendo, assim, mais atenção. Ao contrário das fotografias jornalísticas, tidas como factuais, espontâneas e sem edição, a imagem que estampa a capa da revista se aproxima mais, portanto, das fotografias publicitárias, consideradas ficcionais, produzidas em estúdios, com cenários e acontecimentos montados, podendo ser editadas e refeitas quantas vezes forem necessárias. Tal lógica se configura como uma nova forma de ilustrar ou foto-ilustração, como chama Sousa (2004), ao designar o tipo de fotografia encontrado na imprensa que não se configura como uma captura do real nem tem a pretensão de servir de testemunha, sendo, ao contrário, manipulado para acompanhar as matérias jornalísticas, exemplificar ou demonstrar algo.

A imagem da capa em questão, por exemplo, foi pensada e pode ter sido tirada em estúdio, editada na sequência com vistas à preocupação estética ou, ainda, criada artificialmente por meio de programas de computação gráfica. Embora se assemelhe e se relacione ao remédio tal como ele é naturalmente, a imagem não se configura

---

necessariamente como o real, sendo o comprimido azul utilizado apenas como um elemento para simbolizar o tema principal da matéria, a PrEP. Em nenhum local da capa é mencionado o nome da medicação, entretanto a relação com ela é feita automaticamente, seja pela imagem, seja pelo trecho que antecede a reportagem, logo no topo da sua primeira página, no interior da revista.

Charaudeau (2013) elabora uma discussão a respeito disso, refutando a ideia de que as imagens são fiéis à realidade. Segundo o autor, elas correspondem a representações, a novos enquadramentos e recortes do mundo real, que são fabricados com base nos critérios e escolhas de quem as produz, ou seja, em suas intencionalidades. Charaudeau também discorre acerca da manipulação, que pode acontecer antes, pelo que se opta por enquadrar ou ocultar, assim como depois, por meio de edições. Além disso, ainda segundo o analista, na sequência, as imagens são novamente remodeladas, quando assimiladas pela instância receptora, que criará suas interpretações acerca do que está sendo mostrado a partir dos seus próprios conhecimentos de mundo e de sua própria sensibilidade. Assim, outros sentidos podem se dar conforme se alteram os sujeitos olhantes, em razão dos ambientes em que estão, da cultura da qual fazem parte, dos imaginários sociais que compartilham.

Com relação a esses elementos e como se relacionam aos efeitos que as imagens são suscetíveis de produzir, Charaudeau, inspirando-se na noção de *punctum* proposta por Barthes, elenca o efeito de intericonicidade, então obtido “através da mobilização de outras imagens presentes na memória individual ou coletiva dos sujeitos” (CHARAUDEAU, 2013, p.391), pela recuperação de índices a partir dos quais, por meio de inferências, os sujeitos convocam outras imagens e constroem diversas significações. Nesse sentido, a imagem do comprimido na capa da revista pode evocar inúmeras imagens, que podem estar relacionadas à doença, à saúde, a tratamentos médicos, à dor, entre outras. Nessa mesma perspectiva, não podemos nos esquecer, no entanto, do texto que, posicionado no canto inferior da página, acompanha a imagem e dialoga com ela. O título “A outra pílula azul” remete, então, a partir dos imaginários compartilhados e cristalizados socialmente, à imagem de outro medicamento visualmente parecido com a PrEP exibida na capa, principalmente pela mesma cor encontrada em ambos: o Viagra.

Quando o título se vale das palavras “a outra”, traz consigo a mensagem de que a pílula azul sobre a qual se fala, a PrEP, corresponde à segunda do tipo, a que veio

depois, a mais recente, por isso “a outra”. Dessa forma, a primeira “pílula azul” seria o Viagra, tal como é chamado popularmente, isto é, tal como circunda discursivamente na sociedade. Inclusive, o Viagra é mais conhecido como “azulzinho”, termo também utilizado no título da reportagem principal da edição da Revista Época para se referenciar à PrEP: “O novo azulzinho”, aparecendo tanto no sumário quanto na primeira página dedicada à reportagem. Com isso, podemos concluir que tal associação não foi coincidência, mas utilizada propositalmente para associar a PrEP com o Viagra.

Com relação ao “azulzinho”, sabemos que este medicamento é utilizado por homens em casos de impotência sexual, por facilitar a obtenção e a manutenção da ereção do pênis mediante estímulos sexuais. Diante disso, o Viagra encontra-se envolto a imaginários sociais referentes à garantia de sucesso nas performances sexuais e à obrigatoriedade de bom desempenho sexual por parte dos homens, no que tange as masculinidades, daí o risco de associar este remédio à PrEP, como se esta, da mesma forma, também contribuisse para a eficácia nas relações sexuais.

Igualmente, no topo das páginas dedicadas à reportagem no interior da revista, há uma referência tanto à cor azul quanto à pulsão sexual resumida no termo “quente”, como pode ser percebido pelo enunciado “O azul é a cor mais quente”, que estabelece uma intertextualidade com um filme francês de mesmo nome, que, lançado em 2013, conta o romance entre duas mulheres a partir do momento em que uma se apaixona pela cor do cabelo da outra, sem poder revelar a ninguém este segredo.

Estas ligações entre esses elementos, como o remédio, a cor azul, o sexo, o desejo e os termos utilizados, comprovam o dialogismo existente entre os discursos e só podem ser percebidos porque partilhamos socialmente essas representações, que consistem em formas de conhecimento do mundo (CHARAUDEAU, 2017).

Ainda na capa da edição, logo abaixo do título, encontramos o complemento do enunciado: “novo medicamento que está fazendo os gays abandonar [sic] a segurança da camisinha”. Este trecho mobiliza algumas representações sociais estereotipadas com relação ao HIV, a começar pelo fato de associá-lo apenas aos homens gays, sem problematizar, por exemplo, comportamentos de pessoas heterossexuais, que, hoje sabemos, também são suscetíveis a se infectarem. A revista retoma, assim, aquela visão reducionista e preconceituosa que, na década de 80, associava o vírus a apenas determinados grupos, dentre eles os homossexuais.

De acordo com uma pesquisa encomendada pelo Ministério da Saúde e divulgada na revista *Medicine*, houve, de fato, um aumento de infecções por HIV entre homens gays no país, sobretudo entre os jovens. De acordo com os dados, a taxa de novos casos entre pessoas de 15 a 19 anos no Brasil mais do que triplicou entre 2006 e 2015, passando de 2,4 a 6,7 casos a cada 100 mil habitantes, enquanto que entre pessoas de 20 a 24 anos, a taxa dobrou de 15,9 para 33,1 casos. No entanto, o equívoco da revista é continuar resumindo o vírus apenas a este grupo.

Além disso, a publicação também fez uso do termo “grupos de risco”, abolido, conforme vimos, há mais de 30 anos. Na chamada que antecede a matéria, na primeira página da reportagem, a frase “A PrEP está mudando o comportamento sexual de grupos de risco, sobretudo dos gays” estigmatiza a comunidade homossexual. Na sequência, ao dizer que “eles [os gays] estão abandonando a camisinha, contribuindo para o aumento de doenças sexualmente transmissíveis”, a revista ignora mais uma vez a mudança da terminologia, atualmente substituída por “infecções sexualmente transmissíveis”, atrelando o vírus novamente à doença e reforçando este estereótipo.

Percebemos, ainda, que o enunciado também reforça estereótipos comumente relacionados a gays e às pessoas que convivem com HIV, como o da promiscuidade, ao sugerir que essas pessoas se relacionam com vários parceiros e, por isso, acabam se infectando pelo vírus; assim como o estereótipo da irresponsabilidade, ao culpabilizar esses indivíduos pelo contágio, como se o fato de agora existir um medicamento que auxilia na prevenção ao HIV, os homossexuais estivessem deixando de utilizar outros métodos preventivos, como a camisinha, e transando somente sem proteção.

Se analisarmos as representações sociais frequentemente associadas aos soropositivos e encontradas na capa da revista, conforme elencamos acima, podemos perceber, ancorados na categorização proposta por Charaudeau (2017), que aquela que relaciona o HIV à doença está sustentada por um discurso médico ou biológico, considerado um saber de conhecimento, que tenta estabelecer uma verdade sobre o mundo, a qual é fundamentada exteriormente ao homem, existindo, portanto, para além da sua subjetividade. Em contrapartida, as representações que relacionam o vírus à promiscuidade e à irresponsabilidade pertencem ao domínio da ética e da moral cujos discursos fazem parte dos saberes de crença, que visam a sustentar um julgamento sobre o mundo, referindo-se aos valores ao invés de ao conhecimento, com o sujeito impondo-se ao mundo pelas avaliações, apreciações e julgamentos (CHARAUDEAU, 2017).

---

Por fim, podemos afirmar que a capa da revista também culpabiliza a PrEP, sem reconhecer a importância deste novo método e ignorando o seu nível de eficácia de até 99%. Coloca-a como responsável pelo “abandono da segurança” por parte dos gays, de forma infundada, uma vez que, como a PrEP foi implantada recentemente, ainda não há dados que sustentem a afirmação de que a medicação aumentou o número de infecções.

Em suma, a revista *Época* prestou, com essa edição aqui analisada, um desserviço à população brasileira, pois, de acordo com Charaudeau (2006), as informações podem se transformar em desinformação, por isso cabe às mídias buscarem provas de veracidade para sustentarem a sua credibilidade, entretanto, por vezes, estas ignoram a verdade em detrimento dos impactos que podem provocar, prevalecendo, assim, o interesse pela captação, mascarado pelos seus interesses econômicos. No entanto, o autor adverte que, na tensão entre os polos de credibilidade e captação, “quanto mais as mídias tendem para o primeiro, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para o segundo, menos credíveis são. Não ignoram isso, mas navegam entre esses polos ao sabor de sua ideologia” (CHARAUDEAU, 2006, p.93).

## **5. Considerações finais**

Pudemos notar, com as análises da capa da edição da Revista *Época*, os imaginários sociodiscursivos que o HIV e a AIDS ainda acionam, mesmo décadas depois do seu surgimento, tais como a associação do vírus à doença, aos gays, à irresponsabilidade e à promiscuidade. O que nos chama ainda mais atenção, no entanto, é o fato de um dos maiores veículos de comunicação do setor valer-se destas representações estereotipadas e, ao invés de rompê-las, acabar reforçando-as. Além disso, a publicação deixa evidente o seu desconhecimento sobre o assunto, sem poder recorrer ao salvo-conduto dos impressos da década de 80, quando, ao contrário de hoje, realmente não havia informações suficientes sobre o vírus, e escancara uma abordagem preconceituosa. Sensacionalista, tal como a polêmica edição da *Veja* de 1989, com a capa do Cazuza, a *Época*, em pleno ano de 2018, não estampa a imagem fragilizada de ninguém, mas traz, em igual medida, o que pode fragilizar ainda mais todo um grupo de soropositivos e LGBTs que há anos tentam se desvencilhar de estigmas. A *Época* nos confirma, assim, mesmo diante de novos métodos para o avanço no combate à problemática, o uso de velhos discursos.

## Referências bibliográficas

ALMEIDA, Daniel Mazzaro Vilar de. **Performatividades gays**: um estudo na perspectiva brasileira e argentina. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte – MG, 2016.

ALMEIDA, Maria Rita; LABRONICI, Liliana. A trajetória silenciosa de pessoas portadoras do HIV contada pela história oral. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 1, jan/mar 2007.

ALMEIDA, Marília Almeida e. **O percurso da AIDS na mídia**: análise da cobertura da AIDS no Jornal O Popular de 1983 a 2007. 2008. 107f. Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. Goiânia – GO, 2008.

BRITO, Ana Maria de; CASTILHO, Euclides Ayres de; SZWARCOWALD, Célia Landmann. AIDS e infecção pelo HIV no Brasil: uma epidemia multifacetada. **Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical**, mar/abr 2001.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H.; MACHADO, I. L. (Ed.). **Análise do discurso**: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: NAD-FALE-UFMG, 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. **Gêneros**: reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: NAD-FALE-UFMG, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sócio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. **Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil**. Uberlândia: Edufu, 2010. p. 01-23.

CHARAUDEAU, Patrick. Imagem, mídia e política: construção, efeitos de sentido, dramatização, ética. In: MENDES, E.; MACHADO, I. L.; LYSARDO-DIAS, D. (Org.). **Imagem e discurso**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. **Entrepalavras**, Fortaleza, v.7, p.571-591, jan/jun 2017.

MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer**: um aprendizado pelas diferenças. Belo Horizonte: Autêntica Editora UFOP, 2012.

QUINTÃO, D; GUIMARÃES, P; ANDRADE, G. **Espaço midiático: comportamento social face às representações e estereótipos homossexuais**. In: Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Bauru – SP, 2013.

SILVEIRA, Fernanda Romanezi. **Um estudo das capas da Revista Nova Escola**: 1986-2004. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Campinas – SP, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.