

Narrativas do HIV/AIDS no Twitter e suas correlações com a juventude brasileira contemporânea¹

Lucas Bragança²

Fábio Goveia³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Com o aumento da população soropositiva vivenciado no Brasil nos últimos anos, torna-se salutar debater acerca da presença do HIV/AIDS nos diversos meios comunicacionais. O Twitter, como rede de sociabilidade, pode fornecer indícios para compreender como é feita a comunicação dessa temática para a população, em especial, jovem. Aplicando o método de análise de conteúdo a uma coleta de dados que abrangeu todos os tweets acerca deste tema entre 25 de maio e 7 de junho deste ano, o estudo percebeu que há uma inconstância nas campanhas e na comunicação sobre o assunto, inclusive no ambiente offline, que acabam se refletindo em pouca repercussão e discussão dentro dessa rede, bem como, o fato da pauta do HIV/AIDS na rede se restringir, majoritariamente, a notícias informativas e conteúdo ofensivo, ignorando o combate ao preconceito contra a população soropositiva.

Palavras-chave: HIV; AIDS; comunicação; Twitter, juventude.

Introdução

*“Odeio esses funerais. Odeio de verdade.
E sabe o que mais odeio? Odeio os memoriais.
É a nossa vida social agora, ir nessas coisas”*

É assim que Tommy Boatwright, personagem inspirado no ativista Rodger McFarlane e interpretado por Jim Parsons em *The Normal Heart* (2014) se despede de um de seus amigos vítimas das complicações da AIDS. Essa cena, sintomática da década de 1980, nos remete a algo pertencente somente a história, datado. A distribuição do coquetel de tratamento do vírus do HIV acarretou a redução drástica da mortalidade e sua

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo. Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela mesma instituição. Bolsista da Capes e integrante do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic). E-mail: lucasbragancafonseca@gmail.com

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, instituição pela qual também é mestre em Comunicação e Cultura. Possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Espírito Santo. Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Espírito Santo. Coordena o Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic). E-mail: fabiogv@gmail.com

invisibilidade corpórea, parece, ao longo dos anos, ter apaziguado essa questão tão importante à contemporaneidade. Tal fato colabora para que sua letalidade ainda esteja dentro da casa dos milhões anualmente no mundo. É impossível não celebrar os avanços desde o início da epidemia, mas com o aumento do número de soropositivos entre 2010 (700 mil) e 2015 (830 mil)⁴, o HIV e a AIDS não parecem ser, como em décadas anteriores, uma das maiores preocupações da saúde pública brasileira.

Hoje, diferente da visão de epidemia dos primeiros anos, a AIDS está enquadrada no campo das doenças crônicas⁵. Se por um lado essa nomenclatura ajuda a desestigmatizar essas populações, por outro, não demonstra a urgência em seu combate. Um exemplo nítido dessa afirmação é o fato da gestão da OMS⁶ gastar de 3 vezes mais com viagens que no combate à AIDS anualmente⁷.

Passados quase 30 anos do início da epidemia da AIDS, o assunto ainda pode ser compreendido como um tabu social. Conforme Juan Carlos Raxach⁸, médico cubano referência em soropositividade, como outros tabus, as conversações sobre o vírus e suas implicações não se apresentam com grande constância aos cidadãos e, menos ainda, entre eles, o que acarreta a desinformação. Quando analisadas as campanhas governamentais⁹ voltadas para o HIV e outras DSTs, é notório o foco comunicativo baseado nas mídias impressas e audiovisuais no período do carnaval. Essas campanhas, pontuais e específicas, não se prolongam durante o ano e, por serem mediadas quase em sua totalidade pelas mídias tradicionais, não criam interlocuções com todos os públicos, o que, como consequência, não ajuda a transformar esse debate em pauta para os discursos sociais. Para Fausto Neto (1999, p.16):

[...] a AIDS toma uma visibilidade e face próprias à medida que vai sendo publicizada pelas práticas midiáticas. Esse fato aponta para a importância das mídias como um dos dispositivos instituidores do espaço público, na medida em que, pela sua ação ritualística e cotidiana, as mídias vão, não só anunciando a noção de realidade, mas convertendo-se, elas mesmas, como lugar pelo qual a realidade não só passa por elas, mas também se faz nelas.

⁴ Fonte: < http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/2016-prevention-gap-report_en.pdf >

⁵ Fonte: < <http://www.aids.gov.br/noticia/aids-virou-doenca-cronica> >

⁶ OMS, ou Organização Mundial da Saúde, é uma agência especializada em saúde e subordinada à ONU. Sua proposta de criação, inclusive foi de autoria dos delegados do Brasil, que propuseram o estabelecimento de um "organismo internacional de saúde pública de alcance mundial".

⁷ Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/mundo/oms-gasta-us-200-milhoes-por-ano-com-viagens-diz-relatorio/> >

⁸ Disponível em: < <http://www.folhape.com.br/noticias/noticias/saude/2017/05/26/NWS.28912.70.613,NOTICIAS.2190-FALSO-MORALISMO-AGRAVA-HIV.aspx> >

⁹ Fonte: < <http://www.aids.gov.br/campanhas> >

Juventude, HIV e AIDS: uma grave relação

Para a UNAIDS¹⁰ o Brasil é um país referência¹¹ quando o assunto é HIV e AIDS, especialmente ao que toca o fornecimento gratuito dos remédios para soropositivos pelo sistema público de saúde. Apesar da disponibilidade desses medicamentos, a dificuldade de conter o número de transmissões no Brasil demonstra que o modelo está longe da excelência. Segundo pesquisa¹² da UNAIDS em 2015 a estimativa da população brasileira infectada pelo HIV era de 830 mil pessoas, estimando-se, em média, 32.000 e 59.000 novas infecções anualmente. Esse mesmo relatório, identificou que, na contramão da média global, que apresenta queda, o Brasil teve o número de infecções aumentado em 11% entre 2005 e 2013. Tal fato vai ao encontro do levantamento do Boletim Epidemiológico da AIDS realizado pelo Ministério da Saúde¹³ que cruzou dados de 2006 e 2015 e mostrou que apenas 5 estados (RJ, MG, SP, SC e RS) e o Distrito Federal conseguiram diminuir os casos de infecção nesse período.

No site brasileiro oficial sobre AIDS¹⁴ há uma listagem das campanhas governamentais que apresentam apenas seis iniciativas sobre DSTs durante todo o ano de 2016, sendo apenas três delas de enfrentamento direto ao HIV/AIDS. Essa ausência de campanhas governamentais ininterruptas é um dos principais fatores para que as pautas relativas ao HIV e AIDS se encontrem ausentes na agenda social e, que, como consequência, não se traduzam em debates nas ferramentas sociais digitais. Mesmo essas iniciativas pontuais não passam despercebidas por críticos, a campanha “Deixa a camisinha entrar na festa”¹⁵, por exemplo, foi criticada por 7 entidades¹⁶ pelo fato de seu conteúdo apresentar uma mensagem subliminar que responsabiliza as pessoas com HIV pela disseminação do vírus, já que não leva em conta, por exemplo, o enorme hiato, que pode chegar a até seis meses, entre o diagnóstico de HIV e a primeira consulta com um médico especializado no sistema público de saúde.

¹⁰ UNAIDS (Joint United Nations Program on HIV/AIDS, também conhecida como ONUSIDA) é o programa das Nações Unidas criado em 1996 e que tem a função de criar soluções e ajudar nações no combate à AIDS. Tem como objetivo prevenir o avanço do HIV, prestar tratamento e assistência aos afetados pela doença e reduzir o impacto socioeconômico da epidemia.

¹¹ Fonte: <<http://www.brasil.gov.br/saude/2015/07/onu-aponta-o-brasil-como-referencia-mundial-no-controle-da-aids>>

¹² Fonte: <http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/2016-prevention-gap-report_en.pdf>

¹³ Fonte: <http://www.aids.gov.br/sites/default/files/anexos/publicacao/2016/59291/boletim_2016_1.pdf>

¹⁴ Disponível em: <<http://www.aids.gov.br/campanhas>>

¹⁵ Fonte: <<http://portal.arquivos.saude.gov.br/images/pdf/2016/janeiro/28/Apresentao-campanha-de-carnaval.pdf>>

¹⁶ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/02/1861537-entidades-criticam-nova-campanha-do-ministerio-da-saude-para-o-carnaval.shtml>>

A listagem também torna notória a falta de investimento em campanhas plataformas múltiplas, estando predominantemente nas mãos da televisão e de impressos, iniciativas que não necessariamente alcançam grupos de risco em sua totalidade. Isso demonstra o despreparo das agências de comunicação em estarem alinhadas às mídias que vem emergindo junto a expansão da internet e que tem se mostrando eficientes na comunicação com um público hiperconectado e importante para o combate a transmissão do HIV: a juventude¹⁷. Essas campanhas também se concentram em dialogar com a população acerca da prevenção (geralmente campanhas de conscientização do uso da camisinha), se esquecendo de abordar outras temáticas extremamente importantes, como a discriminação com as populações soropositivas e o convívio com a doença pelos já infectados.

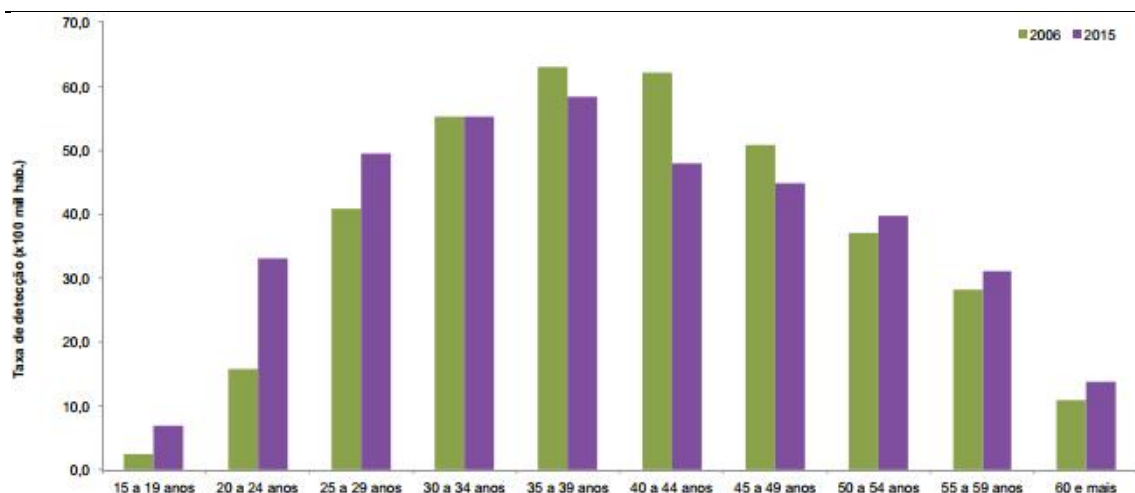
Pode-se dizer que, mesmo com diversos percalços, o caos instaurado no começo epidemia da AIDS nos anos 1980, ao menos no Brasil, acabou. O que restou, para além dos estigmas, foram enormes avanços farmacológicos que possibilitam algo superior ao que se pode considerar “sobrevida”. A AIDS foi, socialmente, deixando de ser percebida como uma epidemia, e passando a ser compreendida como um dentre outros problemas de saúde pública. Paralelamente à essa ideia de normalização, ocorre o crescimento de uma despreocupação com a infecção pelo vírus. Fato é, como falam Artur Timerman e Naiara Magalhães (2015, p.92) que:

A fisionomia da AIDS mudou, em três décadas de história. E muito. A imagem da doença não é mais a do cantor Cazuza, que, ao fim da vida, mostrou à nação seu corpo e seu rosto esqueléticos, consumidos pela doença até a morte, em pouco mais de um ano. Está mais para a figura do astro do basquete norte-americano Magic Johnson, um homem robusto e saudável, que convive com o HIV há duas décadas.

Com uma invisibilidade corpórea do vírus nos círculos sociais e o enorme aumento da qualidade de vida da população infectada, a sociedade parece estar perdendo sua preocupação com o assunto. Como reflexo a esse novo ambiente, o levantamento da UNAIDS¹⁸ mostra um dado preocupante - aproximadamente um terço das novas infecções ocorrem entre jovens - e o Boletim Epidemiológico de 2016 que, junto a população adulta com mais de 50 anos, é o grupo em que tem ocorrido um salto de contaminação.

¹⁷ Fonte: < <http://www.innovarepesquisa.com.br/blog/o-uso-da-internet-pelos-jovens/> >

¹⁸ Fonte: < <http://unaids.org.br/2015/08/o-poder-da-juventude-na-resposta-a-aids/> >



Taxa de detecção de aids (/100 mil habitantes) em homens segundo faixa etária e sexo. Brasil, 2006 e 2015. Fonte: Boletim Epidemiológico 2016¹⁹.

De 2006 a 2015²⁰ a taxa de detecção de casos de AIDS entre jovens do sexo masculino com 15 a 19 anos quase que triplicou (de 2,4 para 6,9 casos por 100 mil habitantes) e entre os jovens de 20 a 24 anos, a taxa mais que dobrou (de 15,9 para 33,1 casos por 100 mil habitantes). Os jovens que estavam nessa faixa de idade em 2015 nasceram todos em um mundo onde a profilaxia para o vírus é uma realidade, não possuindo lembrança do que foi a epidemia da AIDS e da dizimação de populações, em especial a LGBT, nas décadas 1980 e 1990, tal qual evidenciado por David France em *How to survive a plague* (2012). No Brasil, passadas mais de três décadas desde os primeiros casos de AIDS, esses jovens convivem, atualmente, com uma doença que tem tratamento específico, sem ter vivenciado a alta letalidade que marcou o início da epidemia, além de se inserem em uma sociedade em que o sexo adolescente não é legitimado socialmente, o que dificulta a abordagem do assunto com esse público (TAQUETTE, 2009).

Ademais, a classificação "juventude" ignora as instâncias de gênero, classe, raça e sexuais desses indivíduos, sendo que esses universos estão atravessados (TAQUETTE, 2009). Para que se criem projetos que visem alcançar esses indivíduos, é preciso pensarmos de forma interseccional, envolvendo gênero, raça, sexualidade, classe social e juventude com práticas culturais, como racismo, machismo, sexismo e homofobia que criam barreiras ao acesso a direitos, especialmente ao direito a saúde, que contribuem para a vulnerabilização de alguns jovens à infecção pelo HIV e demais DSTs em relação a outros.

¹⁹ Disponível em: < http://www.aids.gov.br/sites/default/files/anexos/publicacao/2016/59291/boletim_2016_1_pdf_16375.pdf >

²⁰ Fonte: < <http://unaids.org.br/estatisticas/> >

Procedimentos Metodológicos

No ambiente comunicacional online, as conversações mediadas por tweets parecem tão amplas quanto as possibilidades temáticas da comunicação humana. As epistemologias otimistas que se propagavam nos primórdios da popularização do ciberespaço - aos moldes de Pierre Levy²¹ - criou um ideário, ainda difundido, mas não necessariamente real, de que os espaços e a agenda da web são ambientes democráticos e horizontais. É nesse terreno instável que o estudo pretende compreender, como vírus HIV, além de um fenômeno de ordem biológica, constitui-se também como problemática cultural-discursiva que se reflete no ambiente online, bem como, de que forma a comunicação mediada pelo Twitter pode ser utilizada, não apenas como ferramenta informativa, mas como um espaço de diálogo com o público jovem²².

Para tanto, o trabalho se propôs a analisar como é dada a conversação sobre HIV/AIDS em uma semana ordinária no Twitter no Brasil. O levantamento dos dados foi realizado no Laboratório de Estudos de Imagem e Cibercultura (Labic/Ufes) utilizando o script Ford, que tem acesso aos dados públicos do Twitter através de seu API aberto. Foram coletados todos os tweets que continham os termos “HIV” ou “AIDS” separadamente. Para a análise foi escolhida de forma aleatória uma semana (25-31) do mês de maio de 2017. Esses resultados aqui serão apresentados como HIV S1 e AIDS S1. Os dados apontaram para influência de dois acontecimentos que contaminaram as conversações sobre o assunto na rede social: a distribuição da “pílula anti-HIV”²³ e a nova forma de testagem do vírus²⁴. À luz desses dados, a pesquisa se ampliou para a análise de uma outra semana (01-07) do mês de junho de 2017 (resultados aqui apresentados como HIV S2 e AIDS S2), a fim de obter um período temporal sem tanta influência noticiosa e, a partir daí, traçar uma análise comparativa.

A escolha da abordagem pela perspectiva de uma rede social não foi arbitrária. Para Castells (2013), essas redes de sociabilidades digitais são, na contemporaneidade, ferramenta decisiva para mobilização de movimentos sociais e, conforme Portugal (2007), a análise de redes permite focar a atenção no comportamento individual, sem

²¹ As visões otimistas de Pierre Levy, considerada ingênua por diversos pensadores, podem ser verificadas em obras como Cibercultura (2000); Tecnologias da Inteligência (1993); Inteligência Coletiva (1998).

²² Vale ressaltar que “jovens” são definidos pelas Nações Unidas como pessoas de 15 a 24 anos de idade. Essa definição tem se ampliado para 15 a 29 anos, a fim de reconhecer diferentes definições regionais.

²³ Disponível em: < <https://twitter.com/g1/status/869959911848894464> >

²⁴ Disponível em: < <https://twitter.com/JornalOGlobo/status/869470939146199040> >

perder de vista a sua inserção nas estruturas sociais, além de permitir investigar uma estrutura social. É claro que, como qualquer ordem metodológica, ela é limitada em certo aspecto. Para inteligibilidade dos dados, foi realizada uma categorização dos temas centrais dos tweets mais relevantes, o que pode evanescer algumas diferenças sutis - e não tão sutis - entre algumas falas, além de outras categorias/categorizações serem perfeitamente possíveis (FAUSTO NETO, 1999).

Entretanto, entre suas vantagens, o método empregado, alinhada à visão de Malini (2016)²⁵ torna a compreensão do contexto geral do HIV e da AIDS nesse ambiente mais fácil de ser apreendido. A priori, seriam categorizados 250 tweets de cada coleta, totalizando 1000 tweets utilizando sua relevância em retweets como critério. Já nas análises preliminares da coleta foi percebido que, quase em sua totalidade, os tweets não possuem reverberação dentro da rede social, ficando restrito apenas ao envio do usuário que gera impacto apenas para seu circunscrito círculo social. Com isso em mente, foram categorizados todos os tweets que possuíam alguma reverberação na rede, ou seja, todos os que fossem retweetados ao menos uma vez por outro usuário, totalizando apenas 314 tweets (HIV S1: 109 tweets; AIDS S1: 84 tweets; HIV S2: 60 tweets; AIDS S2: 61 tweets). O que se perdeu em volume de dados, foi ganho com um maior aprofundamento analítico em conteúdos mais relevantes sobre a temática. Essa amostra, pequena, seguindo apenas o critério mínimo de um retweet, atenta para o fato de que as publicações envolvendo HIV e a AIDS não possuem grande alcance dentro dessa rede social, legitimando ainda mais a importância desse estudo.

HIV, AIDS e suas conversações no Twitter

No Brasil, em várias epistemes, a análise de conteúdo de redes digitais detém grande relevância dado ao fato de, mundialmente, estarmos sempre nas primeiras colocações das análises do uso da web e das redes sociais, tornando este um território rico e muitas vezes representativo do fenômeno estudado. Segundo o relatório do “Futuro Digital do Brasil em Foco” da comScore (2015)²⁶, o Brasil é o líder global em relação ao tempo gasto em cada visita as redes sociais, sendo ainda 60% maior que a média global.

²⁵ Para Malini (2016, p.9): “Toda rede é uma sobreposição de camadas de redes [...] Essas camadas de redes revelam pontos de vistas particulares sobre o fenômeno, fornecendo ao pesquisador uma multiplicidade de grupos de opinião, de julgamento, de mobilização e de difusão que não se reduzem a nenhum sentido totalizante e genérico do Uno.

²⁶ Fonte: < <https://pt.slideshare.net/marketingimob/relatorio-o-futuro-digital-do-brasil-em-foco> >

No Twitter especificamente, o Brasil teve um crescimento de 30% frente os 14% de média global²⁷. Esse grande engajamento por parte dos brasileiros possibilita que as coletas realizadas em português que, em teoria, tratariam dos países lusófonos, possam ser consideradas representativas da realidade social nacional. Na coleta realizada, por exemplo, a proporção de tweets brasileiros dentro desse universo foi dominante: HIV S1 com 96,23%; AIDS S1 com 98,21%; HIV S2 com 96%; AIDS S2 com 98,79%. Não destoante dessa realidade, as coletas realizadas colocam o Brasil sempre entre os 5 países que mais utilizam as palavras “HIV” e “AIDS” em suas publicações:

HIV S1		AIDS S1		HIV S2		AIDS S2	
Países	% Tweets	Países	% Tweets	Países	% Tweets	Países	% Tweets
Estados Unidos	47,98%	Estados Unidos	61,14%	Estados Unidos	48,12%	Estados Unidos	59,75%
Quênia	12,95%	Reino Unido	7,51%	Reino Unido	7,67%	Reino Unido	12,40%
Reino Unido	10,10%	Quênia	5,93%	África do Sul	4,67%	Brasil	6,08%
Brasil	4,04%	Brasil	4,36%	Brasil	4,42%	Canadá	2,96%
África do Sul	3,27%	Nigéria	2,54%	Nigéria	3,59%	Índia	1,64%

Tabela da colocação do Brasil em todas as coletas de dado realizadas

A desproporção entre os Estados Unidos e o Brasil ocorre pelo fato dos estadunidenses terem um número maior de usuários na rede social²⁸ frente aos cerca de 18 milhões de brasileiros²⁹, além de historicamente a luta do HIV e AIDS ser algo constante na sociedade estadunidense. Sendo ainda um tabu no Brasil, o HIV/AIDS não se concretiza como uma pauta levantada frequentemente pelos usuários. Mesmo soropositivos, enquanto usuários, não expõem sua condição frente a uma população pouco esclarecida e extremamente preconceituosa. Os casos que fogem a essa regra, ou seja, quando indivíduos de extrema coragem relatam sua condição objetivando enfrentamento ao preconceito, a publicação ganha certa notoriedade, como o caso de Geovanni Henrique³⁰ no Facebook (atualmente com 32 mil curtidas, 1500 compartilhamentos e mais de 500 comentários).

Na pesquisa, os dados coletados foram categorizados em cinco grupos: a) conversação – tweets que falavam sobre o HIV ou a AIDS de forma orgânica, sem estarem pautadas em notícias ou informações; b) crítica – tweets opinativos sobre políticas, campanhas e a situação atual do HIV e da AIDS; c) humor negro, mensagens que utilizavam a AIDS e o HIV como

²⁷ Fonte: < <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/02/1861175-numero-de-usuarios-do-twitter-no-brasil-cresce-18-em-2016.shtml> >

²⁸ Fonte: < <https://www.statista.com/statistics/274564/monthly-active-twitter-users-in-the-united-states/> >

²⁹ Fonte: < <https://www.statista.com/statistics/558311/number-of-twitter-users-in-brazil/> >

³⁰ Disponível em: < <https://www.facebook.com/geovanni.henrique.37/posts/627620560755501> >

plataforma para o “humor”; d) pejorativo – tweets diretamente ofensivos que viam o vírus, a doença e os soropositivos de forma negativa; e) notícias – envios informativos sobre os universos que envolvem o HIV e a AIDS direta e indiretamente.

HIV S1		AIDS S1		HIV S2		AIDS S2	
Categoria	Tweets	Categoria	Tweets	Categoria	Tweets	Categoria	Tweets
Conversação	5	Conversação	12	Conversação	5	Conversação	3
Crítica	11	Crítica	8	Crítica	1	Crítica	2
Notícia	85	Notícia	33	Notícia	44	Notícia	15
Humor Negro	7	Humor Negro	22	Humor Negro	9	Humor Negro	19
Pejorativo	1	Pejorativo	10	Pejorativo	1	Pejorativo	22

Resultado da categorização dos 314 tweets

Se somarmos os tweets que podem ser compreendidos como positivos (conversação, crítica e notícia) temos 224 como resultado, enquanto os que percebemos como negativos somam-se 90. Esse dado, quando analisado em perspectiva às postagens que mais tiveram reverberação na rede social (tweets com mais de 100 retweets) não é representativo de um ideário otimista, já que os únicos que se enquadraram nessa seleção foram todos de humor negro:



Em todas as coletas realizadas esses foram os tweets mais postados com o de 28 de maio 487 vezes tweetado, 2 de junho 119 vezes tweetado e 3 de junho 290 vezes tweetado

Esse comportamento é representativo da despreocupação social e do preconceito com a doença, visto que, mesmo no que tange o HIV e a AIDS, assuntos de relevância social, o compartilhamento está muito mais atrelado ao humor, uma das principais características de uso e engajamento do Twitter que a informatividade, outra de suas características (LEWIS, 2011). Tais postagens, tanto quanto as pejorativas, vão na contramão da luta pela saída simbólica de soropositivos da marginalidade, bem como para a propagação de

informações precisas acerca do tema. Inclusive, durante a coleta a distinção e categorização em humor negro e pejorativo foi uma das maiores dificuldades, pois os discursos utilizados eram, muitas vezes, tão cruéis e despreocupados com a realidade social que as linhas entre “piada” e discurso de ódio eram extremamente tênues. A separação nessas duas categorias, então, foi realizada baseada na intencionalidade discursiva HIV e da AIDS como ofensa e discursos que as usam, mesmo que de forma torpe, como um meio de gerar humor.

Outro fato que veio à superfície durante a categorização dos dados é a diferença de resultados quando pesquisados por “HIV” ou por “AIDS”. Enquanto no primeiro nota-se uma maior amplitude em seu uso por uma comunicação noticiosa, no segundo é possível perceber um aumento das visões negativas. Pode-se afirmar que há uma cientifização maior nos discursos envolvendo a terminologia “HIV” (que trata apenas do vírus) enquanto a terminologia “AIDS” (o desenvolvimento da doença causada pelo vírus), se desenvolve com maior proporção de forma negativa.

Já que na maior parte das coletas, a categoria noticiosa foi a que mais se destacou, nos adentramos nessa perspectiva, a fim de definir quem são os maiores atores no agendamento noticioso sobre o HIV e a AIDS no Twitter. Para tanto, agrupamos os tweets das duas coletas noticiosas mais representativas em 4 categorias:

HIV S1 - 85 tweets							
Órgãos Governamentais	17	Portais de Notícia	32	ONGs	18	Usuários	18

HIV S2 - 44 tweets							
Órgãos Governamentais	8	Portais de Notícia	13	ONGs	6	Usuários	17

Tabela da contabilização dos tweets 314 por categorias

Quase causalmente, em semanas noticiosas (HIV S1) são os portais de notícia as principais fontes de informação na rede, enquanto em semanas menos noticiosas, os usuários são a principal fonte da rede. Isso demonstra a importância de usuários conscientes e instruídos sobre o HIV e a AIDS, pois eles podem, em semanas regulares, serem organicamente formadores de opinião de boa parte das pessoas que entrarem em contato com essa temática. Como já falado, a coleta HIV S1 está contaminada por tweets noticiosos, o que, por conta de uma diferença temporal pequena, afeta em algum grau a coleta de dados em HIV S2, mostrando que, potencialmente os usuários pessoais da rede possam ter ainda mais poder narrativo.

Há, certamente, uma vantagem da comunicação por meios noticiosos por distribuírem, em geral, informações mais precisas/científicas. No entanto, quando somamos, por exemplo, todos os retweets dados aos tweets noticiosos em HIV S1, a soma resultante é 357, sendo ainda inferior a um único tweet (28 de março – figura anterior) de humor negro. Assim, a comunicação do HIV/AIDS é complexa, pois, mesmo grande parte dessa comunicação sendo noticiosa e feita através de perfis oficiais de páginas de grandes conglomerados de mídia, os leitores não apreendem essas informações enquanto relevantes a ponto de repassá-las a seus usuários. Enquanto, através do “humor”, alguns conteúdos encontram facilidade de se propagar, dando oportunidade, por exemplo, para que mensagens de conteúdo ofensivo que fazem um desserviço à luta contra o HIV - como as abaixo - se espalhem pela rede:



Exemplos de desserviço social por parte de usuários

É fato que essa análise, conjectural por se restringir a um recorte temporal dentro de um ambiente ininterrupto, não fornece conclusões definitivas acerca do tema. Seria preciso uma investigação mais vasta para compreender de forma mais assertiva as tendências narrativas do HIV/AIDS no Twitter. Até aqui, é possível afirmar que o ambiente carece de iniciativas que explorem suas potencialidades, bem como de dinâmicas compatíveis as características da rede e de seu público, não atuando apenas, como reproduzidor de conteúdos extra rede, como o apontamento para sites noticiosos.

Conclusão

A carta de repúdio³¹ da Anais frente a campanha de prevenção à AIDS de 2016 parece sintomática da situação atual das políticas públicas de enfrentamento ao HIV no Brasil:

³¹ Fonte: < <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/02/1861537-entidades-criticam-nova-campanha-do-ministerio-da-saude-para-o-carnaval.shtml> >

A política do Ministério da Saúde que atualmente prioriza a testagem e o tratamento como formas principais de prevenção atua de uma forma mínima e simplista, ignorando as novas tecnologias e estratégias de gerenciamento de risco.

Os estudos utilizando o Twitter no campo da saúde já não são novidade. Em uma busca adentrando a temática do HIV e da AIDS no Centro Nacional de Informações Biotecnológicas dos Estados Unidos, uma das plataformas referência nos estudos da saúde, os trabalhos de YOUNG; RIVERS; LEWIS (2015)³², ADROVER; BODNAR; SALATHÉ; HUANG; TELENTI (2015)³³, STOOVÉ; PEDRANA (2014)³⁴, IRELAND; SCHWARTZ; CHEN; UNGAR; ALBARRACÍN (2015)³⁵, por exemplo, nos fornecem uma amplitude de abordagens que utilizam a ferramenta não apenas como plataforma comunicacional, mas como campo de Big Data a ser explorado.

Em total consonância aos levantamentos da UNAIDS que apontam a população jovem como um dos grupos de maior crescimento de contaminação por HIV no país, o levantamento #QuemUsaOTwitter³⁶, realizado pela própria empresa, aponta que são esses também os principais usuários dessa rede: 58% dos usuários estão na faixa dos 16-34 anos. A presença desses debates nesses espaços se torna salutar. O desafio é grande, pois tratar do assunto é uma tarefa complexa, especialmente envolvendo a sexualidade adolescente, parte desse grupo de risco. Ao mesmo tempo que se deve normalizar a vivência soropositiva como algo hoje controlado, é importante fazer de forma a não banalizar a situação (KALICHMAN, 1994). Da mesma forma, é preciso divulgar as profilaxias sem desenvolver uma fobia da doença que acaba por gerar, quase causalmente, o preconceito. Além disso, a particularidade do Twitter como rede social de hits possuidora de uma pauta orgânica baseada especialmente nos *trending topics* que vão surgindo de acordo com uma agenda criada pelos próprios usuários pode ser outra barreira a ser vencida nas investigas de utilização otimizada da ferramenta.

Por outro lado, enquanto campanhas governamentais em mídias tradicionais custam valores altos do orçamento de campanha, o Twitter tem a potencialidade de agir de maneira eficiente a um custo mais baixo ou até mesmo fomentar a discussão de maneira

³² Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4031268/> >

³³ Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4869211/> >

³⁴ Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24632229> >

³⁵ Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26651466> >

³⁶ Disponível em: < <https://pbs.twimg.com/media/CUlo5o7XIAAb291.jpg> >

orgânica. Como plataforma de acesso mobile (80% dos acessos são via smartphone)³⁷, o Twitter também propicia contato ininterrupto, criando possibilidades de ser um canal 24/7 de comunicação. Salientamos que algumas investidas na tentativa de elaborar um plano de ação que envolva a juventude e que utilize as redes sociais, como o Crowd Out Aids³⁸ já ocorrem, mas que essas investigas ainda são pontuais.

Analisando os relatórios de estratégias da UNAIDS no combate ao HIV de 2011 a 2015³⁹ e de 2016 a 2021⁴⁰, percebe-se um avanço na visão da inclusão das redes sociais no combate à AIDS. Enquanto no primeiro, o termo “mídias sociais” aparece apenas 3 vezes, o relatório atual já aborda a importância dessas mídias na luta contra a AIDS:

As mídias digitais e sociais e as tecnologias móveis conectam pessoas de formas inovadoras para compartilhar experiências, acessar informações, prestar serviços e catalisar movimentos sociais. Eles fornecem uma maneira potencialmente econômica e eficiente [...] de fornecer informações seguras, anônimas e espaços para compartilhar informações de saúde sexual, monitorar lacunas em tempo real e avançar na resposta à AIDS, capacitar os cidadãos com dados, aumentar sua participação na esfera pública [...].

Para muito além de um espaço expositivo, o Twitter também se apresenta como uma rede que possibilita o diálogo direto com esse público, se diferenciando das inserções pontuais existentes nas lógicas publicitárias, além de fornecer um canal de comunicação contínuo em que usuários podem não só propagar informações através do compartilhamento, mas criar suas próprias narrativas. É preciso, no entanto, que essa comunicação seja adequada a linguagem da ferramenta. A análise do conteúdo realizada mostrou que as comunicações de ONGs e órgão públicos no Twitter são centradas em remeter a links externos, subaproveitando sua utilização enquanto ferramenta enunciativa com poder de comunicação tanto para grandes grupos, quanto para a conversação com indivíduos.

Apesar do Twitter relativizar o peso da importância midiática em seu território, já que não são somente as instituições ali presentes que operam como produtoras ou mediadoras de conteúdo, mas os próprios usuários (FAUSTO NETO, 2009, p.13)⁴¹, não há depender atualmente das conversações orgânicas entre usuários. Essa utilização é, em parte, reflexo

³⁷ Disponível em: < <https://pbs.twimg.com/media/CUlo5o7XIAAb291.jpg> >

³⁸ O projeto utilizou várias plataformas de redes sociais para facilitar a elaboração de novas políticas para combater a pandemia. A iniciativa da UNAIDS cobriu um período de dois meses, durante o qual qualquer pessoa entre os 15 e 29 anos de idade pôde apresentar e partilhar ideias e propostas de combate ao HIV e a AIDS. Disponível em: < http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/JC2338_CrowdOutAIDS_en_0.pdf >

³⁹ Fonte: < http://files.unaids.org/en/media/unaids/contentassets/documents/unaidspublication/2010/JC2034_UNAIDS_Strategy_pt.pdf >

⁴⁰ Fonte: < http://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/20151027_UNAIDS_PCB37_15_18_EN_rev1.pdf >

⁴¹ As ideias desenvolvidas por Fausto Neto são desenvolvidas em cima da mídia impressa e aqui foram adaptadas as realidades das redes digitais.

social, já que, segundo Castells (2013) há uma íntima ligação entre o ciberespaço e o espaço urbano (juntamente aos discursos que transitam nesses espaços), sendo necessário que as variadas instituições sociais tragam com frequência esses debates a fim de criar um agendamento social para que uma população consciente perceba a importância da reprodução de discursos positivos, inclusivos e conscientes acerca do tema em suas redes de sociabilidades. Não há como, também, por conta do preconceito e estigmatização, esperar os próprios soropositivos façam esse agenciamento, mas, sem essa representatividade, muitos dos recém infectados não encontram muitos espaços de discussão⁴². Ao mesmo tempo em que a luta contra o vírus se torna particular, diminuem-se os espaços de luta conjunta. Conforme visto, as campanhas governamentais se concentram na prevenção da doença, enquanto a comunicação direta objetivando, por exemplo, informar a população soropositiva sobre a importância de seu tratamento ou desestigmatizar essas populações, são pensadas como secundárias. O preconceito deve ser combatido tanto quanto as profilaxias, visto que o silenciamento dessas populações, mesmo enquanto escolha pessoal, são causados, em grande parte, pelo medo da exposição, gerando um ciclo de silêncio.

É importante enfatizar que o estudo não aponta para uma primazia da comunicação via Twitter como espaço protagonista na luta do HIV/AIDS, mas como ferramenta, especialmente, assim como outras redes digitais, por seu canal direto de interação um para muitos que pode funcionar como meio de compartilhamento de narrativas, desempenhando o que Castells (2013) define como ciberativismo. Há de se ponderar que mesmo com a ampliação das formas de conectividade à rede, especialmente após a acessibilidade aos smartphones, a rede ainda não é democrática, seu alcance acompanha simultaneamente o escalonamento das esferas sociais. Além disso, no ímpeto a se comunicar com o público jovem, é preciso lembrar que outros critérios, como sexo, gênero, etnia, classe social, não somente orbitam esses indivíduos, mas são definidores dos espaços onde eles se encontram atuantes (TARQUETTE, 2009).

Por fim, afirma-se o trabalho enquanto parcial. Qualquer queda noticiosa sobre o tema que pudesse ser aferida em outras coletas poderia modificar algumas interpretações sobre o assunto, já que as narrativas dos usuários (em geral preconceituosas) teriam ainda mais

⁴² Há blogs, colunas e sites, como o Jovem Soropositivo < <https://jovemosoropositivo.com/> >, que são espaços de discurso importantes, mas não de diálogo.

notoriedade frente a proeminente informatividade encontrada nesta coleta. O recorte estudado propicia uma primeira abstração sobre como temáticas de importância social vem sendo incorporadas as tecnologias da comunicação. Para além disso, compreende-se a importante colaboratividade narrativa tanto de veículos noticiosos, ONGs e entidades governamentais, quanto dos próprios usuários⁴³ na proliferação de informações precisas, indo ao encontro do que foi assinalado por Fausto Neto (2009, p.15) sobre as mídias impressas como um ambiente onde somente através de uma dupla articulação (macro-política e micro-discursiva) é que se engendram os poderes os quais as instituições semantizam a noção de AIDS. Finalizando, deixamos a provocação compartilhada pelo perfil do @maspmuseu⁴⁴: “As campanhas de HIV e aids desapareceram, mas o desejo é imperativo”.

Bibliografia

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na Era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 1º ed., 2013.

CASTILHO, E. A. et al. **A Aids no Brasil: uma epidemia em mutação**. Rio de Janeiro: Cadernos de Saúde Pública, 2000.

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

GABARDO, Ademir C. **Análise de redes sociais: uma visão computacional**. São Paulo: Novatec, 2015.

LEWIS, Seth C. **Journalists, social media, and the use of humor on Twitter**. The Electronic Journal of Communication vol. 21: Texas, 2011. Disponível em: < <http://bit.ly/2vj29el> >.

MALINI, Fábio. **Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologia e temporalidade em rede**. Compós, 2016. Disponível em: < <http://bit.ly/1P9SutE> >.

PORTUGAL, Silvia. **Quem tem amigos tem saúde: o papel das redes sociais no acesso aos cuidados de saúde**. Comunicação apresentada ao Simpósio Família, Redes Sociais e Saúde. Hamburgo: Instituto de Sociologia da Universidade de Hamburgo, 2005.

_____. **Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica**. Oficina do CES nº 271, março de 2007. Disponível em: < <http://bit.ly/2sW9DmD> >.

TARQUETTE, Stella E. **Aids e juventude: gênero, classe e raça**. Rio de Janeiro: edUERJ, 2009.

TIMERMAN, Artur; MAGALHÃES, Naiara. **Histórias da AIDS**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

⁴³ O preconceito e o tabu que orbitam essa temática ainda geram a necessidade desse colaborativismo mútuo que difere da ideia de cultura da autonomia defendida por Castells (2013), que seria a utilização das ferramentas digitais por um movimento social como forma de resistência.

⁴⁴ Disponível em: < <https://twitter.com/maspmuseu/status/868199264815644672> >