

A construção da AIDS-notícia

The making of AIDS news

Mary Jane P. Spink ¹
 Benedito Medrado ¹
 Vera M. Menegon ¹
 Jorge Lyra ¹
 Helena Lima ¹

¹ Núcleo de Pesquisa em
 Psicologia Social e Saúde,
 Programa de Estudos
 Pós-graduados em Psicologia
 Social, Pontifícia Universidade
 Católica de São Paulo.
 Rua Monte Alegre 984,
 São Paulo, SP
 05014-091, Brasil.
 mjspink@pucsp.br
 beneditomedrado@uol.com.br
 mincoff@uol.com.br
 jlyra@hotlink.com.br
 helenalima@sti.com.br

Abstract *This study is part of the overall research effort on the role of the media in making sense of events in late modernity. The main objective is to investigate the context in which news about AIDS is produced at the interface between norms for producing news (as expressed by professional journalists) and an analysis of news stories published in four mainstream Brazilian newspapers. The results are organized in three broad topics: (a) the construction of news about AIDS; (b) the visibility of AIDS news during the study period; and (c) factors that facilitate or hinder the production of AIDS news. Important factors include exclusiveness of the story and/or novelty of the content, the notion of hot (or cold) news, and the specific contents. The authors also emphasize the inevitable chance elements associated with organizational characteristics and daily journalism. They conclude by pointing to recent changes in both the shape of the AIDS epidemic and the communications dynamics resulting from recent developments in the electronic media.*

Key words *Acquired Immunodeficiency Syndrome; Journalism; Newspapers*

Resumo *O presente estudo alinha-se às pesquisas que focam a mídia como elemento imprescindível da produção de sentidos na modernidade tardia. Tendo por temática a AIDS, busca entender o contexto de produção das notícias sobre a epidemia, a partir do cruzamento das regras de construção de notícias expressas por profissionais envolvidos nesse processo e da análise das matérias publicadas em quatro jornais de maior tiragem nacional, no período de junho a dezembro de 1996. A apresentação dos resultados foi estruturada em três tópicos: (a) o fluxo de construção das matérias; (b) a visibilidade das notícias sobre AIDS nos jornais analisados; e (c) os fatores facilitadores da produção da AIDS-notícia. O estudo permite arrolar aspectos relevantes da produção da AIDS-notícia, incluindo aí: a exclusividade e ineditismo, a noção de pauta quente ou fria e o conteúdo específico das matérias. Destaca ainda o inevitável grau de aleatoriedade decorrente de características organizacionais e do cotidiano jornalístico. Conclui apontando o impacto das transformações recentes nos contornos da epidemia, assim como na dinâmica da comunicação, à luz dos desenvolvimentos da mídia eletrônica.*

Palavras-chave *Síndrome de Imunodeficiência Adquirida; Jornalismo; Jornais*

A dimensão midiática da AIDS

“A AIDS é a primeira doença da mídia”. Com essa frase, em 30 de outubro de 1985, o jornal francês *Le Figaro* destacava um dos aspectos mais marcantes da epidemia da AIDS – sua ampla difusão no mundo pelos meios de comunicação de massa – e a construção de um novo fenômeno social: a AIDS-notícia. Para além de uma doença e de uma epidemia, a AIDS tornou-se um fenômeno social marcado por tecnologias modernas no campo das pesquisas médicas, pelo ativismo social e pela impressionante dimensão midiática que assumiu.

Essa dimensão midiática vem sendo objeto de atenção por parte de diversos pesquisadores, destacando-se aí, no exterior, os estudos de Márkova & Wilkie (1987), Wellings (1988), Herzlich & Pierret (1992), Beharrell (1993) e Kitzinger (1993, 1995), e no Brasil os de Galvão (1992), Biancarelli (1997) e Fausto Neto (1999).

É possível expressar essa dimensão midiática em termos do número de matérias e consequente destaque dado à AIDS na pauta de diferentes veículos. Por exemplo, segundo Aureliano Biancarelli (1997), de setembro de 1987 a dezembro de 1996, a *Folha de São Paulo* publicou 7.074 matérias que, de alguma forma, faziam referência à AIDS; ou seja, ao longo de nove anos, foi publicada uma média de duas matérias por dia. Afirma esse autor que “o destaque dado ao HIV continua sendo unanimidade em quase toda a mídia. Enfermidades centenárias, como a tuberculose, ou que continuam matando mais, como a malária, nunca ganharam uma pequena parte dessa atenção” (Biancarelli, 1997:144).

Entretanto, o que parece ter cativado os pesquisadores nessa área são as funções da mídia como elemento imprescindível da produção de sentidos na sociedade contemporânea, frente a eventos que se configuram como novos e/ou ameaçadores. A mídia, nessa perspectiva, cumpre dois papéis importantes: por um lado, a imprensa anunciou o aparecimento de um novo fenômeno no campo da patologia; e, por outro, desenhou progressivamente seus contornos e, sobretudo, operou a passagem das informações sobre a doença do domínio médico e científico para o registro social. Nas palavras de Claudine Herzlich & Janine Pierret (1992:9): “(...) a imprensa fez com que a AIDS circulasse entre diversos grupos sociais que pouco a pouco se consideraram afetados e se mobilizaram; ela polarizou as relações que se teciam a seu respeito. Através dela, a doença tornou-se objeto de tomadas de posição, de enfrentamentos, de clivagens coletivas”.

Segundo o enfoque tríplice (*tripartite approach*) de John Thompson (1990), a interpretação do caráter ideológico das mensagens midiáticas deveria compreender três dimensões: (1) o estudo da produção e difusão das formas simbólicas, que remete à investigação das instituições, campos de saber e formações discursivas que têm interface com a comunicação midiática, em uma perspectiva sócio-histórica ou numa abordagem etnográfica; (2) o estudo da construção das mensagens, cujo processo de análise formal ou discursiva considera a mensagem comunicativa como uma construção simbólica complexa; e (3) a pesquisa sobre a recepção e apropriação dessas pelo público, de modo a identificar e examinar as circunstâncias e as condições socialmente diferenciadas em que as mensagens são recebidas em contextos sociais específicos.

No caso da AIDS, é o segundo aspecto que tem concentrado o esforço dos pesquisadores, embora o estudo de Jenny Kitzinger (1993, 1995) sobre as percepções de diferentes grupos populacionais sobre as campanhas da AIDS constitua honrosa exceção. Dentre os estudos centrados na construção da mensagem destacam-se, por sua abrangência e enfoque, o de Claudine Herzlich & Janine Pierret (1992) e o de Antônio Fausto Neto (1999).

Herzlich & Pierret, em pesquisa concluída em 1988 e publicada em 1992, focalizaram especificamente a construção do fenômeno social AIDS, com base em matérias publicadas entre janeiro de 1982 e julho de 1986 em seis jornais franceses. Abrangendo o período entre a publicação da primeira notícia sobre a AIDS nos jornais franceses e a cobertura da II Conferência Internacional sobre a AIDS (realizada em Paris, em 1986), consideraram ter efetivamente coberto o período crucial da construção desse fenômeno. Afirmam que, “a partir do verão de 1986, a AIDS é um dos elementos da vida social, cujos contornos estão fixados, sejam quais forem os desenvolvimentos posteriores” (Herzlich & Pierret, 1992:10). Buscaram, dessa forma, analisar, numa perspectiva temporal, as etapas e os mecanismos de construção, demarcando as posturas enunciativas e as mobilizações coletivas a elas associadas, de modo a entender as estratégias de localização (física e social) da doença, seus números, a incorporação paulatina dos saberes emergentes sobre causas e tratamentos e a associação metafórica com outras doenças, entre elas o câncer, a sífilis e a peste.

Fausto Neto (1999), focalizando a mídia brasileira (quatro jornais, dois de circulação nacional e dois regionais), analisou as matérias publicadas entre 1983 e 1995, buscando “des-

crever as condições de comunicabilidade da AIDS através dos processos midiáticos” (Fausto Neto, 1999:145), com especial atenção à função de “mediatização” das mídias. Tomando-a como um dos discursos possíveis que atua em sintonia ou tensão com outros campos discursivos, aborda as estratégias utilizadas na tarefa de comunicabilidade, entendendo-as como “(...) agendas, tematizações, estratégias de tratamentos, hierarquizações de outros discursos a partir de diferentes modalidades de políticas editoriais” (Fausto Neto, 1999:146).

O presente artigo, resultante de estudo desenvolvido no âmbito do Núcleo de Pesquisa em Psicologia Social e Saúde da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), com apoio da Coordenação Nacional de DST e AIDS (CNDST/ AIDS) do Ministério da Saúde (MS), volta-se igualmente à compreensão dos processos de construção da AIDS-notícia. Busca, mais especificamente, entendê-los, valendo-se do contexto de produção das matérias da mídia jornalística, focalizando tanto sua materialidade (a visibilidade em função do número de matérias, localização no jornal e espaço ocupado), como as regras de construção expressas por profissionais diretamente envolvidos nesse processo.

A expressão *AIDS-notícia* – título deste artigo – foi utilizada partindo do pressuposto de que a mídia contribui significativamente na construção (e eventual circulação) de repertórios acerca da AIDS, um fenômeno biomédico cuja rede de sentidos não se limitou à dimensão médica, constituindo-se em objeto específico e independente: um produto da mídia. A AIDS-notícia antecede a epidemiologia propriamente dita, assumindo papel fundamental na emergência do chamado *fenômeno social da AIDS*. Segundo Herzlich & Pierret (1992), foi a imprensa que, de certo modo, fez existir a AIDS para o conjunto da sociedade. Ela passou a fazer parte do cotidiano das pessoas.

A mídia como prática discursiva

A noção de mídia como prática discursiva, desenvolvida no âmbito do Núcleo de Pesquisa em Psicologia Social e Saúde da PUC/SP, decorre de inúmeras experiências de pesquisa – projetos coletivos, dissertações de mestrado e teses de doutorado –, produzidas ao longo dos últimos anos sobre temas diversos, envolvendo análises de produtos e processos midiáticos. É fruto também do desenvolvimento de uma abordagem centrada na produção de sentidos e práticas discursivas no cotidiano (Spink, 1999a,

1999b), embasada no construcionismo social (Gergen, 1985; Ibáñez, 1993; Potter, 1996; Spink, 1999c).

A produção de sentido, nessa perspectiva, é uma prática social, dialógica, que implica a linguagem em uso. Desse modo, o estudo da produção de sentidos compreende a análise das práticas discursivas que atravessam o cotidiano, entendidas como as maneiras pelas quais as pessoas produzem sentidos e se posicionam em relações sociais. Essas práticas discursivas se desenvolvem pelo uso de *repertórios interpretativos*, o conjunto de termos, descrições, lugares-comuns e figuras de linguagem que demarcam o rol de possibilidades de construções discursivas, tendo por parâmetros o contexto em que essas práticas são produzidas e os estilos gramaticais específicos empregados (Spink & Medrado, 1999).

Em linhas gerais, percebe-se que, na sociedade contemporânea, a mídia assumiu um papel fundamental nos processos de produção de sentidos, introduzindo transformações substantivas nas práticas discursivas cotidianas. A mídia constitui um meio poderoso de criar e fazer circular repertórios, e tem o poder de criar espaços de interação, propiciando novas configurações aos esforços de produção de sentido.

O espaço fluido – sem fronteiras espaciais e temporais – propiciado pela mídia permite-nos reconceituar a divisão estabelecida na modernidade clássica entre público e privado, impondo uma reflexão inevitável sobre as dimensões éticas dos modernos processos de informação e comunicação. Se a mídia tem o potencial de circular todo e qualquer repertório, e se grande parte do esforço de produção de sentido nos dias atuais está a ela associado, o que deve e o que não deve se tornar visível? A quem compete o papel da seleção?

Formal ou informalmente, mecanismos de contenção ou moralização vêm sendo continuamente desenvolvidos. Na arena da AIDS, no Brasil, esses esforços ficam patentes na orientação fornecida aos jornalistas por organismos governamentais e não governamentais, recomendando atenção especial ao uso de termos que podem apresentar conotações discriminatórias ou preconceituosas. Como afirmam Mann et al. (1996:173): “*A escolha de palavras é importante porque está associada, por um lado, à luta entre os esforços de prevenção e assistência ao HIV e AIDS e, por outro lado, ao status quo do pensamento da comunidade. As palavras têm muitos significados ou códigos diferentes. Dentre os exemplos da evolução da linguagem da AIDS estão: prostitutas – hoje amplamente designadas profissionais do sexo; pacien-*

televítima da AIDS = pessoa com AIDS; viciado = usuário de drogas; hemofílicos = pessoas com hemofilia; pessoa promíscua = pessoa com vários parceiros sexuais; grupo-alvo = comportamento alvo".

No início, como destaca Biancarelli (1997), a imprensa imprimiu um caráter sensacionista à epidemia, chegando a chamá-la de *peste gay*. Mas, segundo ele, "(...) a maioria da imprensa evoluiu, aprendeu e adotou atitudes politicamente corretas, como se diz. Por exemplo, com exceção do uso em títulos, a palavra 'aidético' foi substituída por *doentes de AIDS ou portador do HIV. Grupos de risco passaram a ser grupos mais expostos a risco. E drogados viraram dependentes ou usuários de drogas*" (Biancarelli, 1997:143).

Entretanto, o crescimento da ameaça global da epidemia de AIDS registrou ainda sinais de aumento da complacência, de persistência da negação e de ressurgimento da discriminação. A mídia assume, dessa forma, um papel de amplo espectro, tornando possível a divulgação das informações mais atualizadas à população e, ao mesmo tempo, atuando como forte instrumento de transformação e fortalecimento de ordens morais locais. Cumpre, portanto, uma função múltipla dentro dos processos de difusão: ao mesmo tempo que divulga, informa, forma e se auto mantém.

Conceituamos mídia, em consonância com as reflexões de Thompson (1990), como um sistema cultural complexo que envolve uma dimensão simbólica e uma dimensão contextual. A dimensão simbólica – um constante jogo entre signos e sentidos – compreende (re)construção, armazenamento, reprodução e circulação de *produtos* repletos de sentidos, tanto para quem os produziu (os *media*) como para quem os consome (leitores, espectadores, telespectadores etc.). A mídia compreende também uma dimensão contextual – temporal e espacial –, na medida em que esses produtos são fenômenos sociais, situados em contextos, que têm aspectos técnicos e comunicativos e propriedades estruturadas e estruturantes.

Embora reconhecendo a complexidade que envolve a análise de produções midiáticas e a pertinência da proposta de Thompson (1990) de uma metodologia que combine as três dimensões – a produção e transmissão ou difusão das formas simbólicas; a construção da mensagem dos meios de comunicação e a recepção e apropriação –, elegemos como foco a *construção da mensagem dos meios de comunicação*, privilegiando o contexto de produção das mensagens jornalísticas. Buscando uma aproximação com a primeira e segunda dimen-

sões propostas por Thompson, definimos contexto como a interface entre a materialidade da notícia e as operações *sui generis* dos processos de comunicabilidade da imprensa jornalística.

Metodologia

Foram escolhidas como fontes representativas da imprensa jornalística brasileira quatro agências de notícia: *Folha de São Paulo* (FSP), *O Estado de São Paulo* (OESP), *Jornal do Brasil* (JB) e *O Globo* (GLB). Essas quatro agências, além de produzirem os jornais diários de maior tiragem em âmbito nacional, funcionam como fonte de notícias, subsidiando a produção de matérias para outros veículos. Foram realizadas entrevistas com jornalistas vinculados a essas agências e *clipping* dos quatro jornais, conforme descrito a seguir.

O fluxo de construção da notícia: entrevistando especialistas

Foram realizadas quinze entrevistas semidirigidas com repórteres e editores que, na época, eram identificados, nos jornais analisados, como mais diretamente ligados à produção de matérias sobre o tema AIDS. Esses quinze entrevistados foram indicados por profissionais dos próprios jornais, a partir de visita direta à agência. Foram incluídos tanto profissionais das sucursais em Brasília como das sedes dos jornais em São Paulo e Rio de Janeiro, conforme mostra a Tabela 1.

As entrevistas foram orientadas por um roteiro simples, cujas questões buscavam explorar o fluxo da produção de notícias sobre saúde, de modo geral, e sobre AIDS de maneira específica, incluindo desde a indicação da fonte e a elaboração da pauta à impressão da matéria e distribuição dos exemplares. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas. Procurou-se, com a análise das entrevistas, identificar aspectos da estrutura organizacional dos jornais e do fluxo de produção das matérias, possibilitando uma compreensão mais ampla dos elementos que fazem da AIDS uma notícia.

Como fonte complementar de informações foram também realizadas entrevistas com técnicos da CNDST/AIDS. Para maiores informações sobre organização dos jornais em cadernos, editorias e subeditorias, foram feitas consultas diretas aos *sites* das agências, incluindo solicitações via *e-mail*. Como subsídio técnico utilizou-se ainda o *Manual Geral de Redação da Folha de São Paulo – 1998* (Folha de São Paulo, 1998).

Tabela 1

Relação dos profissionais entrevistados.

Jornal	Sucursal	Sede
Folha de São Paulo	1 repórter da área de Saúde e Educação	2 repórteres da editoria Cotidiano 1 redator da editoria Ciência
O Estado de São Paulo	1 repórter da Editoria Geral	O editor de Ciência 1 repórter da editoria Geral que cobre a área de Saúde
O Globo	O coordenador da Editoria Nacional	O editor de Ciência e Vida O editor de Nacional O subeditor de Rio
Jornal do Brasil	O chefe de redação	O editor de Ciência 1 repórter de Ciência

A visibilidade da AIDS nos jornais: analisando o corpus

Para analisar a visibilidade do tema AIDS no conjunto dos quatro veículos escolhidos, foram selecionados os meses de junho a dezembro de 1996, período que marcou, no Brasil, a implantação da Assessoria de Imprensa da CNDST/AIDS. O procedimento de coleta das matérias foi realizado em duas etapas: (1) *clipping* das matérias publicadas nos quatro jornais e (2) organização e armazenamento do material coletado em um banco de dados.

Como teste-piloto foi realizado um exercício de *clipping* pelo grupo de pesquisadores, analisando-se as matérias publicadas na FSP no período de uma semana (16 a 22 de março de 1997). Esse procedimento possibilitou estimar a frequência com que matérias sobre AIDS eram veiculadas pelos jornais em estudo e o tempo necessário para realização do levantamento. Possibilitou também uma primeira aproximação com os dados, de modo a definir as categorias analíticas e o formato do banco de dados.

Em seguida, foram exploradas as alternativas disponíveis para o levantamento e recorte das matérias, dentre elas: o *clipping* da CNDST/AIDS, dois serviços de *clipping* de São Paulo e duas pesquisas então em andamento que abordavam temas e metodologias similares.

Ainda que a CNDST/AIDS dispusesse de *clipping* de diversos jornais do país, realizado por uma empresa contratada exclusivamente para esse fim, ele se mostrou, para nossa pesquisa, insuficiente por dois motivos: (1) na folha de registro não constava a localização espacial da matéria no veículo e (2) o levantamento

só incluía matérias nas quais o tema AIDS fosse o tema principal. Foram então consultadas duas empresas de *clipping* em São Paulo: Leitor Recortes, que realiza diversos trabalhos de *clipping* por tema em 173 jornais do país, e Departamento de Documentação da Abril S/A (DEDOC), empresa vinculada à Abril Cultural, que efetua *clipping* por temas e veículos. O principal obstáculo encontrado nesses serviços foi a falta de disponibilidade de *clipping* retroativo (referente a período passado), ou seja, em seus serviços só estava previsto *clipping* de jornais publicados a partir da data em que fosse feito o contrato.

Foram identificadas também duas pesquisas que, naquele período, efetuavam *clipping* de matérias em jornal. A assistente técnica da Comissão de Cidadania e Reprodução em São Paulo, Maria Teresa Citeli, coordenava uma pesquisa intitulada *Olhar Sobre a Mídia*, cujo objetivo era realizar a cobertura sistemática de matérias publicadas em diferentes veículos sobre saúde reprodutiva e sexual. No Rio de Janeiro, o Prof. Dr. Antonio Fausto Neto, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), coordenava a pesquisa *A Construção da AIDS nos Mídia Brasileiros: Leituras e Avaliação das Estratégias Discursivas*. Ambas as pesquisas não abarcavam o período e os quatro veículos selecionados, mas o contato com esses profissionais corroborou nossa constatação de que a realização de pesquisa sobre material impresso, no Brasil, referente ao período retroativo, não é uma tarefa fácil.

Levando em consideração os objetivos desta pesquisa, a análise desenvolvida no teste-piloto e o contato com agências de serviços e

pesquisas que utilizam *clipping*, decidiu-se pela formulação de metodologia própria de *clipping*. Para isso, foi necessário elaborar uma folha de registro e treinar a equipe de assistentes de pesquisa.

A folha de registro incluiu os dados básicos para identificação da matéria, bem como campos para classificação da notícia e sua localização. Considerou-se como *diretas* as matérias que tinham AIDS como tema principal e como *indiretas* as que tratavam de outros temas, embora fazendo referência à AIDS.

O treinamento das assistentes de pesquisa foi realizado de modo a desenvolver habilidades para selecionar as matérias sobre AIDS e registrar adequadamente as informações no cabeçalho da folha de registro. Enfatizou-se a necessidade de: (a) procurar minuciosamente nos cadernos dos jornais (com exceção dos Classificados e dos cadernos regionais) matérias que se referissem direta ou indiretamente à AIDS; (b) fotocopiar matérias; (c) preencher cuidadosamente o cabeçalho e (d) organizar as cópias por ordem cronológica.

O levantamento das matérias foi realizado valendo-se de consultas a bibliotecas públicas e de universidades de São Paulo e do Rio de Janeiro, e da compra de exemplares para suprir as lacunas nos acervos visitados. Em São Paulo, foram consultados os acervos da Biblioteca Municipal Mário de Andrade, do Centro Cultural, do Arquivo Público do Estado, da Biblioteca da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP) e da Biblioteca da PUC/SP. Foram também consultados os acervos dos jornais sediados nessa cidade. O conjunto de estratégias que tiveram de ser utilizadas para localizar os exemplares desejados evidencia a carência, no Brasil, de fontes de pesquisa na área de estudos sobre mídia impressa.

Todas as informações foram armazenadas em um banco de dados, formato *Access*. A análise do *corpus* englobou os seguintes aspectos: número de matérias por veículo e mês, espaço ocupado pelas matérias – medido em cm/coluna –, forma discursiva, relação entre matérias diretas e indiretas e alguns indicadores de conteúdo (a população-alvo da notícia, o tema e o assunto abordado, por exemplo).

Resultados: o processo de construção da AIDS-notícia

A publicação de uma matéria no jornal é resultado da inter-relação de vários fatores. Nesse processo, incluem-se a estrutura organizacio-

nal (operacional e administrativa) de cada veículo, a rede de inter-relações estabelecidas interna e externamente e os aspectos técnicos que são definidos pela linha editorial do jornal. A fim de dar visibilidade a esse processo e seus resultados em termos da apresentação das notícias sobre AIDS, os resultados foram organizados em três tópicos: (a) o fluxo de construção das matérias; (b) as notícias sobre AIDS nos jornais analisados e (c) os fatores considerados pelos jornalistas entrevistados como facilitadores (ou que geram dificuldades) na produção das informações sobre a AIDS.

O fluxo de construção das matérias

Em geral, a dinâmica do processo de produção de uma notícia, por mais que tumultuada pelas ocorrências do cotidiano, inclui os seguintes aspectos: a *reunião de pauta*, a *elaboração da notícia* e o *fechamento da edição do jornal*.

Na *reunião de pauta*, realizada diariamente, cada editoria decide sobre as matérias que serão publicadas naquele dia/semana, além de programar pautas futuras, como, por exemplo, matérias especiais para as edições do fim de semana. Alguns jornalistas têm a possibilidade de sugerir suas próprias pautas, mas em geral os repórteres as recebem prontas. Mesmo que haja alguns repórteres que se especializam em determinados temas, não existe uma delimitação rígida quanto a esse aspecto, nem mesmo no contexto da saúde, conforme pode ser observado no trecho abaixo: “(...) *em princípio... os seis repórteres escrevem sobre tudo, mas sempre tem um que gosta mais de uma coisa do que de outra, então acaba fazendo... uma repórter adora saúde, então por que você vai dar saúde para o outro que não gosta?!*” (editor, *Ciência, sede do OESP*).

Na *elaboração da notícia* propriamente dita, destacam-se dois aspectos: as *fontes* referidas pelos repórteres e o *lide* da notícia. No caso específico das notícias sobre AIDS, as informações têm origem em diferentes *fontes*: órgãos oficiais, como o MS (CNDST/ AIDS) e as Secretarias Estaduais e Municipais da Saúde; universidades e hospitais voltados à pesquisa ou atendimento a portadores de HIV/ AIDS; organizações não governamentais; instituições nacionais e internacionais de pesquisa; congressos; revistas especializadas; agências internacionais de notícia e os *sites* da Internet – particularmente aqueles de jornais do exterior –; além da população em geral. Diante dessa diversidade de fontes, alguns repórteres, para trabalhar determinado tema, investem na construção de “minipesquisas”.

O *lide*, aportuguesamento da palavra inglesa *lead*, que em jornalismo significa o início de qualquer texto, é responsabilidade do repórter que produz a matéria, embora haja possibilidade de os redatores influírem diretamente no conteúdo e seqüência das matérias, invertendo inclusive a ordem lide-pé (o fim do texto jornalístico). Um exemplo de como o lide pode ser posicionado: “*Você pode abrir a matéria contando o caso, que o senhor José da Silva não encontrou AZT num lugar e tal, depois mostrar que isto acontece com 20 mil João José da Silva pelo Brasil (...) Aliás fica muito mais bonito... É muito mais bonito que você abrir que no ano passado o Brasil registrou 747 mil casos de AIDS e, destes, 385 foram de homens, 310 de mulheres, 5 de crianças, dentre os quais João José da Silva. Essa é uma matéria que interessa menos ao leitor, é menos chamativa*” (editor, Ciência e Vida, sede do GLB).

O *fechamento da edição do jornal* é o último passo do fluxo de construção de uma matéria a ser publicada, envolvendo decisões como o *espaço disponível* para publicação de textos jornalísticos e o *título* a ser dado à matéria.

A influência direta que uma decisão administrativa exerce na produção final de um jornal reflete-se na distribuição de material publicitário e na diagramação do veículo. Essa distribuição está ligada ao interesse econômico da empresa. Mas a porcentagem entre textos jornalísticos e publicitários é extremamente variável: “*you tem às vezes duas páginas, às vezes uma página e meia, três páginas. É muito variável: ou por uma questão de anúncio ou por questões industriais de disponibilidade de... enfim, o que convém ao jornal*” (repórter, Editoria Geral, sede do OESP).

Além dos anúncios, a inclusão de um caderno especial ou de um assunto que esteja despertando maior interesse podem reduzir os espaços das editorias: “*vai depender do dia – o que é que tem de mais importante. Por exemplo, morreram tantas pessoas em Eldorado de Carajás, assassinadas, é matéria principal do dia, vai dedicar mais espaço a isto, aí a gente vai tirar alguma coisa de AIDS*” (editor, Ciência, sede do OESP).

Nessa etapa, a sede de um jornal pode ser vista como a central produtora de uma matéria, fazendo alterações na forma e no conteúdo das matérias enviadas pela sucursal de Brasília. Nas palavras de um dos entrevistados: “*Não só podemos como devemos. (...) É o seguinte: o texto bruto é igual a um diamante, ele vem um pedrão deste tamanho, e você tem que cortar, botar no espaço, cercar o texto e tirar as gorduras, fazer uma matéria bonitinha, pro leitor*

abrir o jornal no dia seguinte e estar lá cheio de diamantes e não aquele, sei lá, a pedra bruta” (editor, Nacional, sede do GLB).

Contudo, não existem regras fixas: a negociação ao longo da estrutura hierárquica é um processo permanente e intrínseco da etapa de fechamento de um jornal. Já o *título*, em geral dado na sede do jornal, obedece não somente a critérios estilísticos e de conteúdo como da própria adequação à disponibilidade de espaço para publicação: “*quem manda no título é a pessoa que diagrama a página (...) quem desenha a página. É ele quem diz o tamanho do título (...) toda matéria que vai para o alto tem o mesmo tamanho de título. O subtítulo é sempre do mesmo tamanho*” (repórter, Ciência, sede da FSP).

As notícias sobre AIDS nos jornais analisados

Os dados sobre a visibilidade das matérias sobre AIDS foram obtidos considerando o número absoluto de matérias publicadas em cada um dos jornais analisados e o espaço (cm/col) ocupado por essas matérias.

No período de junho a dezembro de 1996, nos quatro jornais, foram registradas 1.663 matérias cujos conteúdos tratavam direta ou indiretamente do assunto AIDS. Dada a expressiva quantidade de matérias (n = 1.220) que abordavam o tema AIDS de forma direta, optou-se por excluir do *corpus* de análise aquelas que o abordavam de maneira indireta. Dessa forma, trabalhou-se com 1.220 matérias distribuídas da seguinte maneira: *Folha de São Paulo*, n = 467; *O Globo*, n = 321; *O Estado de São Paulo*, n = 262 e *Jornal do Brasil*, n = 170.

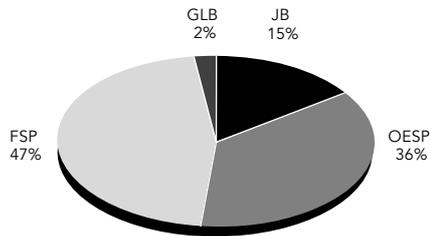
No entanto, conforme ilustrado na Figura 1, ao se considerar o espaço em cm/col. ocupado por essas matérias como um dos elementos que traduz a relevância dada ao tema pelos jornais analisados, obteve-se uma outra distribuição: a *Folha de São Paulo* fez a maior cobertura de todos os jornais, apresentando 47% do espaço destinado ao tema AIDS, o que corresponde a 10.196,0cm/col. Em segundo lugar ficou o *Estado de São Paulo*, com 8.053,5cm/col, e em terceiro e quarto, *O Globo* e o *Jornal do Brasil*, com 5.041,6cm/col e 3.326,2cm/col, respectivamente.

Assim, comparando as duas distribuições – número de matérias e espaço em cm/col –, fica evidente a necessidade de considerar também o espaço destinado à matéria para detectar a visibilidade de um determinado tema.

Apesar da variedade de assuntos abordados nas matérias analisadas, observou-se, conforme pode ser visto na Figura 2, uma maior porcentagem (em cm/col.) de matérias sobre tera-

Figura 1

Distribuição das matérias por jornal em cm/col.



FSP = Folha de São Paulo; GLB = O Globo; JB = Jornal do Brasil;
OESP = O Estado de São Paulo.

pêutica da AIDS, além do destaque dado à prevenção e transmissão.

A distribuição das matérias sobre AIDS nos diferentes cadernos e editorias, nos quatro jornais pesquisados, também fornece elementos para a compreensão da construção da AIDS-notícia. Embora possa acontecer a migração das matérias sobre AIDS para diferentes cadernos, as ocorrências concentram-se mais frequentemente numa determinada editoria. Por exemplo: no jornal *Folha de São Paulo*, as matérias sobre AIDS aparecem com maior frequência no caderno São Paulo e, mais especificamente, na editoria Cotidiano; em *O Estado de São Paulo*, estão no primeiro caderno, na editoria Geral, que, entre outras áreas, engloba Ciência e Saúde Geral; em *O Globo* as matérias sobre AIDS estão concentradas na editoria Nacional e, no *Jornal do Brasil*, são mais frequentes na editoria de Ciência.

O caminho percorrido pela notícia depende do “ponto de partida”, ou seja, da editoria e do(a) repórter que elabora a matéria, das fontes utilizadas, das características da matéria e dos elementos que serão destacados, uma vez que variam em função do contexto de produção e assumem tônicas distintas em decorrência dessa inserção. As editorias de Ciência, por exemplo, estão mais interessadas em publicar dados gerados por pesquisas científicas: “(...) o que diferencia a nossa abordagem da deles [editoria Cotidiano], é que nosso gancho é, fundamentalmente, científico. Para que algo seja de interesse da nossa editoria, é importante que haja um novo assunto científico, uma nova descoberta. Ou, pelo menos, a perspectiva de alguma novidade, mas muito bem fundamentada, que seja relevante para um grande número de pessoas. Não só AIDS, como doenças sexual-

mente transmissíveis etc.” (redator, Ciência, sede da FSP).

Mas, em alguns jornais, o espaço da editoria Ciência é bastante reduzido, como no caso de *O Globo*: “*Ciência tem no máximo meia página, e vem junto da Internacional, já é uma coisa lá no finalzinho do jornal, quase chegando em Esporte. Então ... é legal quando sai em Nacional, porque lá dá um destaque maior*” (editor, Ciência e Vida, sede do GLB).

Quando o assunto está ligado a notícias e informes oficiais, em alguns jornais a publicação pode ter endereço certo: “*a nossa abordagem é a seguinte: normalmente nós [editoria Nacional] divulgamos as campanhas que são lançadas etc., ou do Ministério da Saúde, ou de uma organização não governamental, divulgamos resultados tanto aqui do Brasil como lá de fora*” (editor, Ciência e Vida, sede do GLB).

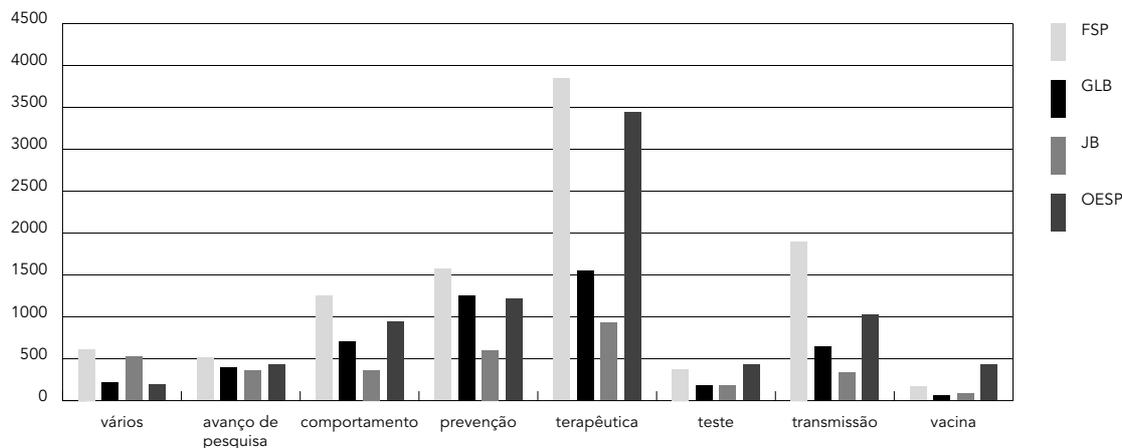
Algumas editorias privilegiam matérias sobre comportamento ou histórias de vida: “*Eu particularmente até prefiro essas matérias que trabalham em cima de depoimentos, quer dizer, não tem uma abordagem científica, é claro que acaba tendo muito número. Para você embasar aquilo que está falando tem que mostrar por que cresceu, quais são os números de mulheres infectadas e tal. Mas é muito mais baseada numa coisa pessoal, no depoimento das mulheres, como é que elas estão agora, e como é que foi a descoberta do vírus, e o que aconteceu com o marido, e com o casamento (...) É mais em cima de historinhas, um pouco mais de depoimento*” (editor, Ciência e Vida, sede do GLB).

O que define a inclusão de uma matéria sobre AIDS em um ou outro caderno, e mesmo o conteúdo das informações noticiadas, não possui limites rígidos. “(...) *A AIDS só aparece quando é notícia, como foi agora domingo... a gente abriu o material da Rio [editoria], dizendo que aqui no Estado do Rio triplicou o número de doentes que usam drogas injetáveis e que pegaram AIDS (...) A Rio dá o que mexe a cidade. Notícia é violência, crime, roubo, estupro. Apesar de a AIDS estar nesse rol, com o poder da morte, nem sempre é notícia, entende?. A gente tem que puxar, então puxa daqui, puxa dali, dá certo*” (subeditor, Rio, sede do GLB).

Os limites, portanto, são antes de tudo uma questão de ênfase e de prática. Segundo os(as) jornalistas, há uma evidente tendência dos jornais de construir matérias mesclando informações de diferentes planos, proporcionando uma leitura mais agradável, sem abrir mão da qualidade técnica da informação. Por exemplo: “(...) *saiu uma informação do Centro de Controle de Doenças (o CDC de Atlanta) dizendo que foi comprovado o primeiro caso de transmissão de*

Figura 2

Distribuição matérias por assunto, em função do jornal (cm/col).



FSP = Folha de São Paulo; GLB = O Globo; JB = Jornal do Brasil; OESP = O Estado de São Paulo.

AIDS pelo beijo e nem nos disseram, saiu lá no Ciência. [Então] a gente fez uma matéria com opiniões de profissionais do Brasil para que a gente pudesse ouvir peritos daqui. No dia seguinte, nós fizemos uma matéria no caderno São Paulo – com o Ministério da Saúde” (repórter, Cotidiano, sede da FSP).

Os facilitadores da produção da AIDS-notícia

Os repórteres referiram-se a alguns fatores como facilitadores ou obstáculos à construção da AIDS-notícia. Dentre os *facilitadores* ressaltam-se o impacto e o interesse que o tema AIDS desperta na população, garantindo um espaço privilegiado de publicação nos jornais.

“Porque AIDS tem um material muito... sim... tem um potencial. Tem histórias humanas também muito importantes. Agora... por exemplo, você tem a geração que nasceu com HIV e está chegando na adolescência.... que é um desafio agora, no caso, como lidar com a sexualidade dessa garotada?” (repórter, Geral, sucursal do OESP).

“(...) Você sempre tem novas descobertas, tem muita polêmica. AIDS para os jornais sempre foi uma coisa atrativa, falar qualquer coisa de AIDS você conseguia espaço, você vendia” (repórter, Ciência, sede do JB).

Outro aspecto apontado pelos(as) jornalistas como facilitador da produção da AIDS-no-

tícia é a diversidade das fontes e o acesso a elas, ressaltando-se a importância das relações estabelecidas entre repórteres e órgãos oficiais, organizações não governamentais, profissionais da saúde, institutos de pesquisas, entre outros: [sobre a relação com a CNDST/AIDS] “Tranqüilo, tranqüilo. Geralmente esses grandes jornais ajudam a ser bem recebido, sem maiores delongas. Claro que, se você já é um profissional conhecido, ajuda. Mas é claro que todos eles têm interesse em participar da grande imprensa” (repórter, Ciência, sede do JB).

“(...) pessoas que são referências [profissionais da saúde], com as quais eu desenvolvi uma boa relação de confiança nesse tempo todo e elas também. Quer dizer, eu tenho credibilidade perante elas, então cria-se uma boa relação. Eu estou num fechamento, eu ligo e ela me dá uma informação em dois tempos, ou me atende em casa num... num feriado” (repórter, Geral, sede do OESP).

Em relação aos *obstáculos*, alguns jornalistas, particularmente dos jornais cariocas, citam a dificuldade de acesso ao conhecimento científico e a falta de interesse de alguns pesquisadores brasileiros em divulgar conhecimentos em veículos de massa: “Não tem muita pesquisa aqui no Brasil, ou se tem não é divulgado. Deve ter, muitas até, mas é porque também a gente não consegue ter acesso a tudo, às vezes as pessoas das instituições não entram em contato. A FIOCRUZ, eu tenho um contato muito estreito porque é aqui no Rio, o cara está sem-

pre ligando da assessoria de imprensa para passar coisas. Mas tem muita instituição pelo Brasil a fora. São Paulo tem muito mais do que o Rio e a gente acaba não sabendo de tudo, aí tem que se basear no material que vem de fora mesmo” (subeditor, Rio, sede do GLB).

Apontou-se também que as fontes oficiais, em geral vistas como facilitadoras, em determinadas situações atuam como obstáculo por dificultarem o acesso a informações ou devido à repetição de notícias: “O Ministério da Saúde, a Assessoria de AIDS, a cada semana convoca a imprensa para dar a mesma informação sobre, digamos, o coquetel de drogas. Por exemplo, numa situação recente, primeiro foi o Pedro Chequer, depois foi o próprio Ministro da Saúde, para dar informações sobre o Ministério da Saúde estar disponibilizando testes de AIDS gratuitamente na rede pública” (subeditor, Rio, sede do GLB).

Os aspectos técnicos ligados ao fluxo de construção das matérias também são enfatizados como obstáculos. O fato de nem todos os repórteres poderem dar título à matéria que produziram, é visto como um fator que dificulta a construção da AIDS-notícia (algo que, obviamente, não se restringe ao tema AIDS).

“(...) você não pode puxar o título do rodapé da matéria, mas, às vezes, acontece, pode acontecer por falha de comunicação (...) Isso é uma briga constante... É uma briga diária, você precisa ver a rotina da redação, é o tempo todo reclamação de título, eles erram muito, erram muito... É porque isso deveria estar na posse de quem fez a matéria, mas ainda não evoluímos para esse nível de produção jornalística, mas eu acho que o futuro é esse” (redator, Ciência, sede da FSP).

Levantou-se ainda a questão da relação entre a matriz e a sucursal de Brasília. Algumas sucursais apresentam uma equipe de jornalistas reduzida, o que determina uma não-especificidade para o tema saúde ou AIDS. Disso decorre uma sobrecarga de trabalho e a consequente impossibilidade de aprofundamento na construção da AIDS-notícia.

“(...) no caso de Brasília (...) é uma loucura, existe muita coisa para fazer. Geralmente repórter de sucursal trabalha muito mais do que repórter da base, da sede do jornal” (repórter, Geral, sede do OESP).

“(...) tem pouca gente, não tem um repórter da área de saúde, não tem. Eu tenho no caso uma repórter que está viajando, inclusive está fazendo uma reportagem sobre mortalidade infantil no Nordeste, uma coisa assim, ela cobre Saúde, cobre Previdência e, eventualmente, entra em outras áreas” (subeditor, Rio, sede do GLB).

A falta de campanhas mais agressivas junto à sociedade, que favoreçam e estimulem maior cobertura da mídia, também foi apontada como obstáculo à AIDS-notícia: *“(...) a campanha tem que gerar algum tipo de polêmica, você não pode falar sobre AIDS sem gerar polêmica. Acho que o problema é a falta de agressividade das campanhas. Não acho que as campanhas tenham que continuar vindo nessa rota de bom humor, como foi o caso do Bráulio, do peru (...) Acho que tinham que botar pessoas portadoras do vírus na TV, você tinha que pegar o público... desse público... grupo de risco, e mostrar a essas pessoas; tem que aproximar a AIDS das pessoas, que é aquela coisa, você sempre acha que contigo não vai acontecer”* (repórter, Ciência, sede do JB).

Considerações finais: afinal, o que faz da AIDS uma notícia?

Os jornalistas entrevistados parecem concordar que a AIDS é um assunto. Com base nessa afirmação, pergunta-se: existe uma especificidade nas notícias sobre AIDS? Há certamente o reconhecimento de que o jornal, diferente da televisão, ainda é um produto de elite, destinado a uma parcela mínima da sociedade brasileira. Entretanto, os entrevistados ressaltam que essa *parcela mínima* é constituída por formadores de opinião que, na maioria dos casos, ocupam espaços de decisão. Todavia, as notícias, sejam elas no âmbito da saúde, ou não, passam por um mesmo crivo jornalístico. Os principais critérios para a inserção de uma matéria e seu destaque numa determinada linha editorial são a *exclusividade* e o *ineditismo*.

Nesse sentido, a inclusão de uma matéria é permeada pela noção de pauta *quente* ou *fria*. A pauta *quente* está sempre ligada ao fato novo, ao furo jornalístico – *foi descoberto ontem!* –, normalmente acompanhado de porcentagens que expressam impacto e urgência: *aumentou tantos por cento*. Precisa, portanto, ser publicada naquele mesmo dia.

Já a pauta *fria* pressupõe um aprofundamento do tema, mostrando, no caso da saúde, a evolução, o surgimento, os tratamentos e os sofrimentos. Esse tipo de matéria fica reservado aos cadernos especiais. As matérias sobre comportamento, normalmente, enquadram-se nesse perfil.

O que “faz notícia” passa também pelo que se pretende publicar: por exemplo, avanços científicos, informes institucionais, reportagens sobre o comportamento da população ou notícia geral sobre o tema AIDS. Quando a tó-

nica da matéria é *científica*, os resultados de pesquisas geram notícias. Ao jornal cabe tornar o discurso científico interessante e acessível ao maior número de leitores, “*adequá-lo a um processo de inteligibilidade compatível com as expectativas do leitor comum*”, conforme afirma Fausto Neto (1999:124). Ou, segundo um dos jornalistas entrevistados: “*(...) acho que o segredo de fazer matéria de ciência é você torná-la inteligível para todo leitor, do turista ao especialista, e você só consegue torná-la inteligível para todo mundo se tem comunicação, se tem emoção, se tem apelo, e acho que isso funciona para qualquer coisa (...) a gente não está preocupado com o termo técnico, somos jornalistas*” (editor, Ciência, sede do OESP).

Em caso de *informes institucionais*, apesar da necessidade de informar a população sobre um fato específico, o que o transforma em notícia são os artifícios utilizados pelo jornal na sua publicação. Por exemplo, um dos argumentos empregados para defender a idéia de que nem sempre o título precisa refletir o conteúdo da matéria é o que chamam de *matéria esquentada*: “*Uma matéria que fala que o Ministro da Saúde afirmou ontem que poderá estudar algum dia a possibilidade de distribuir camisinhas em escolas públicas, vai ter um título assim: O Ministro da Saúde vai distribuir camisinhas em escolas públicas. (...) É esquentada mesmo que a gente chama. A gente esquentar. Mas esquentar é uma coisa, errar é outra história. Usar termo preconceituoso no título, isso a gente não faz*” (repórter, Geral, sede do OESP).

Mas, em geral, a tônica que prevalece parece ser dada pelos relatos de *vivências da doença*. Embora haja a divulgação de dados estatísticos e serviços, as matérias mais vendidas são aquelas que tratam de comportamento. “*A AIDS, portanto*”, como afirmou um jornalista, “*constitui-se num tema forte dentro do jornal, pois, além de apresentar um grande volume de informações (“esse lado estatístico da doença, que sempre chama a atenção”), é um fenômeno de natureza trágica*”.

Além desses fatores, é interessante apontar para o inevitável grau de aleatoriedade que perpassa a produção jornalística, na qual a notícia é parte do corre-corre diário dos jornalistas: “*você vê o que tem no dia, vai correndo, tem esta notícia, mais esta. Você também tenta dar um pouco de ordem na desordem, mas nem sempre há uma explicação [para uma determinada ênfase]*”, disse o editor de Ciência de OESP.

No tempo decorrido desde a realização desta pesquisa, ocorreram mudanças importantes tanto no que se refere aos contornos da epidemia da AIDS como nas estratégias de comuni-

cabilidade da informação à luz dos desenvolvimentos da mídia eletrônica. Tais mudanças possivelmente afetaram os processos de construção da AIDS-notícia.

Do ponto de vista da epidemia, são dois os aspectos a ressaltar. Primeiramente, as mudanças no perfil epidemiológico, caracterizado atualmente pela progressiva pauperização, interiorização, feminilização, heterossexualização e juvenilização da epidemia (CNDST/AIDS, 1998). Assim, já em 1996 os jornalistas entrevistados eram unânimes em reconhecer que haveria uma tendência à setorização da AIDS-notícia em grupos específicos, como mulheres em geral, gestantes, adolescentes etc. Em segundo lugar, os avanços terapêuticos possibilitaram a melhoria na qualidade de vida dos portadores do HIV, aumentando sua expectativa de vida. Dessa forma, é possível que a AIDS tenha perdido a *natureza trágica*, que lhe dava um caráter especial, e o *ineditismo*, que lhe conferia o estatuto de *pauta quente*, a não ser nos raros momentos em que o tema assume um teor polêmico, como nas recentes querelas sobre a posição da Igreja Católica quanto ao uso da camisinha, a origem do vírus ou, ainda, sua função no desencadeamento da doença.

Tomando a *Folha de São Paulo* como parâmetro – jornal que, na presente pesquisa, apresentou a maior cobertura em termos de número e espaço em cm/col –, constata-se uma diminuição paulatina de matérias sobre a AIDS, passando da média diária de 3,87 matérias com as palavras AIDS ou “aidético” ou HIV (sem repetições), em 1994, para 2,27 em 1999 (Folha de São Paulo, 2000).

Quanto ao desenvolvimento da mídia eletrônica, é necessário apontar a recente expansão do uso da *Internet*, especialmente com a possibilidade de acesso gratuito à rede, e os reflexos do surgimento de portais associados às agências de notícia. Inevitavelmente, essas alterações irão introduzir novos hábitos de consumo de notícias, assim como novas estratégias de comunicabilidade compatíveis com as novas tecnologias de informação.

Agradecimentos

Agradecemos a participação da equipe de assistentes de pesquisa, composta por Roberta Edo, Cláudia Stela, Isabel Amaral, alunas do curso de Mestrado em Psicologia Social da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, e Fernanda Ribeiro, principalmente pelo excelente trabalho de *clipping* das matérias nos jornais pesquisados.

Referências

- BEHARRELL, P., 1993. AIDS and the British press. In: *Getting the Message* (J. Eldridge, ed.), pp. 210-249, London: Routledge.
- BIANCARELLI, A., 1997. Doença em foco: As reportagens sobre AIDS publicadas pela Folha de São Paulo. *Revista USP*, 33:137-147.
- CNDST/AIDS (Coordenação Nacional de DST e AIDS), 1998. *AIDS no Brasil: Um Esforço Conjunto Governo-Sociedade*. Brasília: Ministério da Saúde.
- FAUSTO NETO, A., 1999. *Comunicação e Mídia Imprensa: Estudos sobre a AIDS*. São Paulo: Hacker.
- FOLHA DE SÃO PAULO, 1998. *Novo Manual de Redação Folha de São Paulo*. São Paulo: Editora Ática.
- FOLHA DE SÃO PAULO, 2000. *Folha de São Paulo on Line*. 16 Setembro 2000 <<http://www.uol.com.br/fsp>>.
- GALVÃO, J., 1992. *AIDS e Imprensa: Um Estudo de Antropologia Social*. Rio de Janeiro: Museu Nacional.
- GERGEN, K., 1985. The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 40:266-275.
- HERZLICH, C. & PIERRET, J., 1992. Uma doença no espaço público: A AIDS em seis jornais franceses. *Physis*, 2:7-35.
- IBÁÑEZ, T., 1993. Construcciónismo y psicología. *Revista Interamericana de Psicología*, 28:105-123.
- KITZINGER, J., 1993. Understanding AIDS: Researching audience perceptions of Acquired Immune Deficiency Syndrome. In: *Getting the Message* (J. Eldridge, ed.), pp. 271-249, London: Routledge.
- KITZINGER, J., 1995. The face of AIDS. In: *Representations of Health, Illness and Handicap* (I. Marková & R. Farr, ed.), pp. 49-66, Chur: Harwood Academic Publishers.
- MANN, J.; TARANTOLA, D. & NETTER, T., 1996. From epidemiology to vulnerability to human rights. In: *AIDS in the World II* (J. Mann, D. Tarantola & T. Netter, ed.), pp. 427-476, New York: Oxford University Press.
- MARKOVÁ, I. & WILKIE, P., 1987. Representation, concepts social change: The phenomenon of AIDS. *Journal for the Theories of Social Behaviour*, 17: 389-409.
- POTTER, J., 1996. *Representing Reality*. London: Sage Publications.
- SPINK, M. J. P., 1999a. *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: Aproximações Teóricas e Metodológicas*. São Paulo: Editora Cortez.
- SPINK, M. J. P., 1999b. Making sense of illness experiences. In: *Qualitative Health Psychology: Theories & Methods* (M. Murray & K. Chamberlain, ed.), pp. 83-97, London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications.
- SPINK, M. J. P., 1999c. Investigación cualitativa en salud: Superando los horrores metodológicos. In: *Salud, Cambio Social y Política: Perspectivas desde América Latina* (M. Bronfman & R. Castro, org.), pp. 35-48, México, DF: Edamex/Instituto Nacional de Salud Pública.
- SPINK, M. J. P. & MEDRADO, B., 1999. Produção de sentido no cotidiano: Uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. In: *Práticas Discursivas e Produção de Sentidos no Cotidiano: Aproximações Teóricas e Metodológicas* (M. J. P. Spink, org.), pp. 41-61, São Paulo: Editora Cortez.
- THOMPSON, J., 1990. *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- WELLINGS, K., 1988. Perceptions of risk. Media treatment of AIDS. In: *Social Aspects of AIDS* (P. Aggleton & H. Homans, ed.), pp. 83-105, London: Falmer Press.