

RELATO DE EXPERIÊNCIA

TÍTULO: INFORMAÇÃO QUE SALVA: SÉRIE DE PÍLULAS DE ÁUDIO SOBRE HIV/AIDS PRODUZIDAS PARA WHATSAPP

Autor: Marcelo Rodrigues da Silva
e-mail: marceloinsc@gmail.com

RESUMO

O projeto “Informação que salva” propõe a criação de um produto em formato de áudio destinado à divulgação no aplicativo WhatsApp, atualmente o mais popular no Brasil. Busca compreender o cenário contemporâneo do jornalismo em saúde e os impactos provocados pelos aplicativos de comunicação nesse contexto. O trabalho apresenta informações oficiais sobre HIV/Aids na região Norte, no Estado do Tocantins e na capital Palmas, obtidas de órgãos oficiais. O público-alvo são as pessoas que moram em Palmas. A metodologia utilizada envolve planejamento, checagem, montagem de roteiro, gravação, edição e pós-produção. O tema central do produto é HIV/Aids.

PALAVRAS-CHAVE

HIV, Jornalismo em Saúde, áudio, jornalismo digital, Aids

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo em saúde no Brasil, especialmente no contexto do HIV/Aids, enfrenta desafios significativos, por conta da falta de informação e até mesmo com a desinformação. É comum, por exemplo ver, o assunto ser abordado no decorrer do fim do Ano, especialmente no mês de Dezembro, mês este que chama a atenção para que as pessoas façam o teste de HIV, sobre as formas de prevenção e o tratamento. Porém nos outros meses do ano, o assunto não é tratado, o que ocasiona uma série de falta de informações e conseqüentemente leva as pessoas a não terem o conhecimento

necessário. A falta de informação mata, isto porque as pessoas não procuram fazer tratamento.

Outra barreira enfrentada pela sociedade é o estigma e o preconceito, contra pessoas que vivem com o HIV/Aids, as informações falsas, como por exemplo, que uma pessoa pode ser infectada por um beijo, ou por um talher, ou abraço, provoca uma série de problemas sociais. Isto porque a pessoa que foi diagnosticada, e sofre o preconceito atrelada a essas desinformações, a tendência é se isolar.

Neste cenário dentro da comunicação o problema está relacionado também às Fakes News, que evidenciou a gravidade do problema na pandemia da Covid-19. No período pandêmico, muitas mortes ocorreram em virtude da desinformação, principalmente nas redes sociais. Foi comum na época, os veículos tradicionais de comunicação serem desacreditados, enquanto mensagens enviadas por aplicativos de comunicação como o WhatsApp eram amplamente aceitas, mesmo sem verificação. Esse cenário reforça a urgência de se combater a desinformação, especialmente em relação ao HIV/Aids.

Dentro desse contexto, o presente trabalho busca fazer uma contribuição significativa no campo do jornalismo em saúde, utilizando uma abordagem inovadora e adaptada ao consumo atual de informações.

2. JORNALISMO NO WHATSAPP

A comunicação tem sido uma constante na história da humanidade. Desde os primórdios da civilização, os seres humanos sempre buscaram formas de trocar informações, seja por gestos, sinais ou até mesmo por sons primitivos. Isso significa que a comunicação existia muito antes do desenvolvimento de linguagens estruturadas. Com o passar do tempo, essas formas de interação evoluíram: novas línguas surgiram, a fala se aprimorou, a escrita se estruturou de maneira mais organizada e, com o avanço das tecnologias, surgiram dispositivos que facilitaram ainda mais a comunicação. Para acompanhar essa evolução contínua, o jornalismo precisou se adaptar diversas vezes.

O ato de comunicar, ou seja, a troca de informações, é uma prática presente desde o início da civilização humana. Noblat (2012) salienta que, da mesma

forma como foram surgindo novos meios de se comunicar ao longo dos anos, o jornalismo esteve sempre acompanhando as transformações advindas pelo surgimento de novas tecnologias. Nos dias atuais, por exemplo, presencia-se uma constante efemeridade nas mudanças que ocorrem da apuração ao pós-consumo da notícia. (*apud* MONTEIRO, 2021, p. 79).

Neste cenário de constantes mudanças tecnológicas, o jornalismo vê então a necessidade de se reinventar. E diante da criação de um dos gadgets de mais impacto na forma como consumimos notícias, os “smartphones” ocasionaram a transformação da comunicação, especialmente no jornalismo. Cabendo na palma da mão e podendo ser levado para qualquer lugar, os smartphones permitiriam que seus usuários acessassem informações de qualquer parte do mundo de forma muito mais rápida e prática, se utilizando do acesso à internet que esses aparelhos possibilitam.

A internet, por sua vez, abriu uma infinidade de novas possibilidades para a comunicação, como destaca Primo (2013) “A possibilidade de produzir conteúdo – antes limitado – se multiplicou e está nas mãos de milhões de cidadãos em várias plataformas e acontecendo a todo momento.” Assim, os consumidores de notícias, antes passivos, passaram a ser também produtores, podendo criar e divulgar informações em tempo real. Segundo Fonseca e Linderman (2007, p. 88) "A ideia de participação é, justamente, descentralizar a emissão, oportunizando que mais vozes tenham vez no espaço público." Para as autoras (*apud* FIGUEIREDO; SAUDINO, 2015, p. 6), "no jornalismo participativo, o antigo receptor agora se torna agente produtor e também influencia diretamente na criação de pautas e na edição das notícias."

O ambiente digital proporciona experiências a pessoas comuns para criação, produção, transmissão e circulação de conteúdos em áudio que muito se assemelham às emissoras hertzianas. Por outro lado, demandam estruturas leves, baixos investimentos e permitem que os homens ordinários, até bem pouco tempo, ouvintes de emissoras, idealizem e façam a implantação de seus próprios projetos, explorando sites, redes sociais e aplicativos em dispositivos móveis. (PESSOA et al., 2017, p. 172).

Porém, com essa autonomia na criação e distribuição de conteúdos, surgiram desafios relacionados à verificação da qualidade e veracidade das informações. Agora, qualquer informação pode ser apresentada como uma notícia, mesmo sem ser, o que gerou um grave problema: as chamadas "Fake News". Essas notícias falsas se tornaram

uma grande ameaça à credibilidade da informação e afetaram profundamente a estrutura do jornalismo.

2.1 Fake News

Nos últimos anos, o termo "fake news" passou a ser amplamente utilizado no Brasil para se referir a informações ou notícias falsas. Conforme BOUNEGRU et al. (2017, 62, tradução nossa) "As notícias falsas se espalham rapidamente e alcançam um público tão amplo quanto as notícias verdadeiras. Quando uma informação falsa é amplamente replicada, ela ganha complemento e passa a ser vista como verdadeira, tornando-se Fake News."

Embora o conceito de notícias falsas seja recente, fenômenos semelhantes ocorreram ao longo da história. No entanto, nas últimas décadas, a disseminação dessas informações falsas tem causado danos cada vez mais profundos à sociedade. Muitas vezes, essas notícias são intencionalmente distorcidas, como observam Allcott e Gentzkow no artigo "Social Media and Fake News in the 2016 Election". Para os autores, fake news são "artigos de notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsos e podem enganar os leitores" (2017, p. 213, tradução nossa).

Com base na definição desses autores, é possível perceber o impacto destrutivo das fake news, pois essas notícias possuem características jornalísticas, mas são criadas com a intenção de manipular a percepção do público de acordo com os interesses do emissor. Esse tipo de manipulação é particularmente evidente em notícias de caráter político. O estudo de Allcott e Gentzkow sobre as fake news nas eleições de 2016 nos Estados Unidos demonstra um fenômeno que também se repetiu no Brasil em 2018, quando as eleições foram amplamente influenciadas por notícias falsas, chegando ao ponto de, possivelmente, terem impactado o resultado eleitoral.

Mesmo após o período eleitoral, a situação não apresentou grandes mudanças. As fake news continuaram a ser um problema persistente na sociedade, agravando-se com o surgimento da pandemia de COVID-19. Em meio a uma crise global de saúde, a desinformação tornou-se um fator crucial que complicou ainda mais a situação, com a ciência também sendo alvo de informações equivocadas. Conforme Galhardi *et al.*

(2020, p.4208) “A desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil o WhatsApp foi a plataforma mais utilizada na disseminação de desinformação.”

Além do cenário político e da pandemia, as fake news na saúde têm causado grandes impactos no Brasil. Um exemplo é a disseminação de boatos sobre vacinas, que levou à hesitação vacinal e ao ressurgimento de doenças como sarampo e poliomielite.

A presença de fake news na área da saúde pode ser verificada em recente histórico notável nos casos de vacinação contra a febre amarela, contra a poliomielite e contra o sarampo. No final do ano de 2016, os casos de febre amarela no Brasil aumentaram progressivamente. Em um contexto de baixa cobertura vacinal contra a doença, as autoridades passaram a demonstrar preocupação quanto aos impactos das fake news. (DIVINO *et al.*, 2022, p.288)

Outro exemplo preocupante é a desinformação sobre HIV/Aids. Para SILVA JÚNIOR *et al.* (2024, p. 12) “disseminar informações incorretas e estigmatizantes sobre a doença, contribuem para equívocos e medos infundados na população, dificultando o acesso a serviços de saúde e apoio adequado”.

Foi nesse contexto conturbado que este trabalho surgiu, com o objetivo de inserir um produto jornalístico nesse ambiente, adaptando-o ao WhatsApp. Utilizando as características do aplicativo, mas com o compromisso de garantir a credibilidade das informações.

3. JORNALISMO EM SAÚDE

A saúde é um direito fundamental garantido por tratados internacionais e constituições modernas, refletindo um compromisso com a promoção da qualidade de vida da população. A Constituição da Organização Mundial da Saúde (OMS), em 1946, estabeleceu que a obtenção do mais alto padrão de saúde é um direito humano essencial, sem distinções econômicas ou sociais. Posteriormente, em 1978, a OMS reforçou a responsabilidade dos governos na missão de garantir "saúde para todos". Essa perspectiva influenciou a Constituição Federal Brasileira de 1988, que, em seu artigo 196, estabelece:

A saúde é um direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco à doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação. (KUCINSKI, 2000, p. 183)

Neste contexto, o jornalismo desempenha um papel essencial na divulgação de informações sobre saúde, influenciando percepções públicas e políticas públicas.

3.1 A cobertura midiática sobre HIV/Aids

No que diz respeito às informações sobre HIV/Aids, a mídia tem exercido um papel ambíguo e contraditório desde o início da epidemia, nos anos 1980. Os primeiros relatos noticiosos frequentemente adotavam um tom sensacionalista, utilizando termos como "peste gay" e "câncer rosa" para descrever a doença. Essa abordagem contribuiu para a estigmatização da população LGBTQIA+, estabelecendo uma associação equivocada entre a epidemia e a homossexualidade.

Relativamente à aids e ao HIV, o jornalismo tem se apresentado ambíguo e contraditório desde os primeiros casos vindos a público, particularmente na fase das manchetes sensacionalistas no estilo 'câncer gay' e 'peste rosa'. No entanto, é impossível pensar estratégias de visibilidade às questões no entorno da aids e do HIV sem o auxílio da imprensa, restando a necessidade de permanente cobrança de compromissos éticos que evitem abordagens estereotipadas e preconceituosas. (CARVALHO; AZEVÊDO, 2019, p. 259)

A negligência inicial dos governantes contribuiu para a expansão da epidemia, demonstrando a interseção entre homofobia estrutural e políticas de saúde. A falta de resposta rápida e eficaz por parte das autoridades sanitárias nos primeiros anos da epidemia teve consequências devastadoras, uma vez que a AIDS não foi tratada como uma questão de saúde pública urgente.

Com o avanço das pesquisas científicas e das estratégias de prevenção, conceitos como "grupos de risco" foram substituídos por "comportamentos de risco", enfatizando que a infecção pelo HIV não está restrita a uma orientação sexual específica ou a determinados grupos sociais. Nesse sentido, Carvalho (2012, p. 113) observa que "A noção de 'comportamento de risco' veio substituir a de 'grupos de risco' à medida que novos casos de Aids começaram a apontar a incidência sem

distinções de sexualidade, raça, etnia, localização geográfica ou qualquer outro indicador de prevalência específica".

O jornalismo enfrenta o desafio de tratar o HIV/AIDS de forma responsável, sem promover estereótipos ou recorrendo ao sensacionalismo. A cobertura sobre o tema deve seguir princípios éticos, garantindo a divulgação de informações corretas e baseadas em evidências científicas. Casos como a polêmica envolvendo a revista *Época*, em 2018, que abordaram o uso da PrEP de maneira negativa, evidenciam a necessidade de um jornalismo comprometido com a redução do estigma e a ampliação do acesso a conteúdos de qualidade. Diante disso, o Ministério da Saúde repudiou a abordagem da publicação e destacou a importância da PrEP como estratégia essencial de prevenção.

O Ministério da Saúde fez uma carta de repúdio, reafirmando o lugar da PrEP nas estratégias de prevenção combinada traçadas pelo órgão e rechaçando a reprodução de preconceitos como a associação do HIV à população LGBTI, em que seus membros são indicados como irresponsáveis por, supostamente, terem deixado de lado a camisinha nas relações sexuais. (CARVALHO; AZEVÊDO, 2019 p.254),

Para enfrentar preconceitos e garantir que a informação seja transmitida de forma clara e acessível, é fundamental adotar uma abordagem jornalística, ética e baseada em evidências científicas. Superar discursos sensacionalistas e moralistas exige um compromisso real com a inclusão e a saúde pública, permitindo que o jornalismo desempenhe um papel ativo na redução do estigma e na ampliação do acesso à prevenção e ao tratamento.

4. O RÁDIO E A INTERNET

Como mencionado anteriormente, o projeto “Informação que Salva” utiliza a funcionalidade de compartilhamento de áudios do WhatsApp para divulgar suas informações, ou seja, trata-se de uma experiência sonora. Sob a ótica de Marcelo Kischinhevsky, que propõe uma visão do rádio para além das emissões eletromagnéticas, de forma mais abrangente e integrada à internet e às novas expressões sonoras, ao analisar os elementos que compõem esse produto, podemos considerá-lo inserido na linguagem radiofônica. Isso porque, conforme Chagas (2017,

p. 29 *apud* BALSEBRE, 2007) “essa linguagem é composta por um conjunto de formas sonoras e não sonoras, representadas por signos como a palavra, a música, os efeitos e o silêncio”. No entanto, a ideia de uma sonosfera ou de uma construção sonora da realidade mostra-se limitada quando reduz o meio a uma linguagem, deixando de considerar diversos outros elementos que hoje integram a radiodifusão. Assim, essa definição se apresenta de forma complexa, tornando necessária a ampliação da concepção do que é rádio.

Para aprofundar ainda mais esta análise, é essencial compreender a rádio como um meio de comunicação expandido, que vai além das especificidades por ondas hertzianas e se estende para as redes sociais, os dispositivos móveis, a TV por assinatura, os sites de notícias e os portais de música. A escuta pode ocorrer por meio de AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também através de celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks e tablets. Além disso, pode acontecer ao vivo (seja no dial ou via streaming) ou sob demanda (por meio de podcasts ou da busca por arquivos em diretórios). Essa experiência sonora acontece em diferentes espaços e momentos, possibilitada pelas tecnologias digitais, que também democratiza a produção, edição e distribuição de áudios, permitindo que atores sociais que antes não tinham acesso a meios próprios de comunicação pudessem se expressar. (Kischinhevsky, 2016, p. 279)

Como destacado pelo autor, a escuta ocorre em múltiplos contextos e tempos, e é exatamente nesse aspecto que o presente produto se fundamenta: proporcionar ao ouvinte a liberdade de consumir o conteúdo no momento que lhe for mais conveniente. Desta forma, este trabalho se aproxima do formato podcasting.

4.1 Podcasting

De acordo com Bonini (2020, p.14 *apud* BONINI, 2006) “o termo ‘podcasting’ foi criado originalmente em fevereiro de 2004 pelo jornalista britânico Ben Hammersley, em um artigo publicado no jornal *The Guardian*”. O autor explica que essa palavra é um neologismo que combina “broadcast” e “pod”, fazendo referência ao iPod, dispositivo da Apple, e à popularização da escuta de áudios em players de mídia portáteis.

Embora o termo tenha ganhado maior visibilidade nos últimos anos, o podcasting já vem sendo debatido há algum tempo. No entanto, enquanto objeto de estudo da mídia, não recebeu muita atenção. Nessas discussões, ele é frequentemente tratado como uma extensão de rádio, sendo visto principalmente como um meio complementar que possibilita à audiência também atuar como produtora de conteúdo, uma vez que o formato acessível permite a publicação sem a necessidade de grandes veículos de comunicação.

O formato que conhecemos como “podcast” de fato impulsionou essa expansão, mas Bonini argumenta que o podcasting já entrou em uma nova etapa de sua evolução. Agora, ele não apenas complementa o mercado radiofônico, mas também desenvolveu um segmento alternativo que avança rumo à profissionalização da produção e às contribuições do consumo. O autor nomeia essa fase como a “segunda era do podcasting”.

Esta fase, que eu vou chamar de “segunda era do podcasting”, se distingue pela transformação do podcasting numa prática produtiva comercial e num meio de consumo massivo e começa nos EUA em 2012, com o lançamento dos primeiros modelos de negócios que foram capazes de apoiar a produção independente e o consumo de conteúdos sonoro distribuído através do podcasting. (BONINI, 2020, p.13)

Diante dessas reflexões, é possível afirmar que este projeto se enquadra plenamente na definição de um podcast, uma vez que a concepção do formato esteja alinhada com os objetivos desta produção.

5. PRODUTO

O projeto "Informação que Salva" nasceu da necessidade de levar informações acessíveis e confiáveis sobre HIV e Aids para a população, especialmente para aqueles que enfrentam dificuldades no acesso à saúde e são afetados pelo preconceito e estigma. A ideia surgiu da percepção de que, em Palmas, o número de novas infecções pelo HIV é significativo, mas o tema raramente recebia destaque nos veículos de comunicação, que geralmente costuma ser abordado no mês de dezembro, durante a campanha Dezembro Vermelho.

O nome "Informação que Salva" reflete a essência do projeto: oferecer informações que podem fazer a diferença na vida das pessoas. O objetivo é conscientizar a sociedade sobre a importância da testagem, do tratamento e da prevenção, para garantir uma melhor qualidade de vida para as pessoas que vivem com HIV. Muitas pessoas deixam de buscar ajuda por medo do julgamento ou simplesmente pela falta de conhecimento. Assim, as pílulas de áudio foram criadas para disseminar informações seguras e acessíveis, contribuindo para combater o preconceito e estimular o diagnóstico precoce e o tratamento adequado.

Minha relação com o rádio começou ainda na escola, em Colmeia, onde, como presidente do grêmio estudantil, instalei caixas de som em pontos estratégicos para tocar músicas e fazer locuções. Paralelamente, comecei a trabalhar em uma rádio comunitária da cidade, o que reforçou minha paixão pelo meio sonoro. Ao ingressar no curso de Jornalismo, logo no primeiro período, fui convidado por alunos veteranos a participar do Repórter Calango Especial, veiculado na UFT. Posteriormente, fui bolsista no Inovajor, onde gravei materiais que chegaram a ser publicados no Instagram oficial da universidade. Durante minha trajetória acadêmica, fiz estágio na CBN e, mais tarde, fui contratado como comunicador, experiência que consolidou minha relação com o áudio como ferramenta de comunicação e impacto social.

O "Informação que Salva" tem como propósito alcançar o maior número de pessoas possível, pois o HIV não escolhe classe, cor, etnia ou religião. A conscientização e a disseminação de informações confiáveis são fundamentais para incentivar a testagem, a prevenção e o tratamento, reduzindo o estigma e promover a qualidade de vida para a população.

A escolha do tema foi um desafio. No início, cogitei trabalhar com eleições ou futebol, mas acabei optando por abordar sobre HIV/Aids ao perceber a relevância do assunto. Senti insegurança por não ter um conhecimento aprofundado sobre o tema, o que me levou a estudar bastante, ler materiais especializados e buscar fontes confiáveis. Além disso, tive dificuldades para conseguir informações junto às assessorias de comunicação, mas, com a orientação do professor Tedson, aprendi a estruturar melhor minhas solicitações e conduzir entrevistas de forma mais eficiente.

5.1 Processo de Produção

A produção das pílulas de áudio exigiu um trabalho cuidadoso de organização das informações. O desafio foi encontrar um equilíbrio entre o conteúdo e o tempo limitado de cada pílula, para garantir que a informação fosse clara e atrativa. Segui um processo estruturado que envolveu pesquisa, gravação e edição, sempre buscando manter a objetividade e dinamismo do material.

O conteúdo foi dividido em cinco pílulas: a primeira traz uma introdução sobre a diferença entre HIV e Aids, a segunda aborda a PrEP e a PEP como formas de prevenção, a terceira apresenta dados do Boletim Epidemiológico do Ministério da Saúde, a quarta explica o funcionamento do Centro de Testagem e Aconselhamento (CTA) de Palmas e, por fim, a quinta destaca os avanços médicos e novos tratamentos.

Para garantir a credibilidade do material, utilizei fontes oficiais, como o Ministério da Saúde e a Secretaria de Estado da Saúde do Tocantins, além de entrevistar um médico clínico especializado em doenças tropicais e uma enfermeira da Secretaria Municipal de Saúde de Palmas. Para garantir uma qualidade sonora as gravações foram realizadas no Laboratório de Rádio do Curso de Jornalismo da UFT. No entanto, as entrevistas foram feitas com meu celular, o que resultou em um áudio de menor qualidade devido à presença de eco. Para minimizar esse problema, utilizei recursos de edição que melhoraram a nitidez do som.

Outra dificuldade foi a adaptação a um novo software de edição. No meu antigo trabalho, utilizava um programa profissional pago, mas, após minha demissão, precisei

aprender a manusear uma ferramenta gratuita. Apesar do desafio inicial, consegui aprimorar minhas habilidades ao longo do processo.

A trilha sonora também exigiu atenção. Inicialmente, escolhi faixas melancólicas, mas, seguindo a recomendação do meu orientador, optei por uma trilha mais neutra, que transmitisse seriedade sem tornar o conteúdo pesado. A estrutura sonora foi organizada de forma a equilibrar os momentos de fala e ambientação sonora, para proporcionar uma experiência fluida para o ouvinte.

5.2 Divulgação

A divulgação do "Informação que Salva" será realizada estrategicamente pelo WhatsApp, aproveitando o potencial dos grupos comunitários como principais canais de disseminação. Esses grupos, compostos por moradores, associações e coletivos de saúde, possibilitam uma circulação rápida e engajada da informação. Para alcançar um público diversificado, fiz um mapeamento dos grupos mais ativos, priorizando aqueles que abordam temas relacionados à saúde e mobilização social. A ideia é iniciar a campanha nesses espaços e incentivar o compartilhamento das pílulas de áudio, permitindo que a mensagem se espalhe organicamente.

Cada áudio, com aproximadamente dois minutos, será acompanhado de um texto explicativo que contextualiza o projeto e incentiva os participantes a compartilhá-lo com seus contatos. Além disso, as pílulas também poderão ser distribuídas por listas de transmissão, permitindo um alcance ainda mais segmentado.

O "Informação que Salva" utiliza o WhatsApp como principal ferramenta para expandir a conscientização sobre HIV/Aids. Mais do que apenas informar, o projeto busca engajar a comunidade e fortalecer a luta contra o preconceito, garantindo que mais pessoas tenham acesso ao conhecimento necessário para se prevenir e tratar adequadamente a infecção.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção do “Informação que Salva” foi um processo desafiador e enriquecedor. Desde a escolha do tema até a finalização das pílulas de áudio, enfrentei diversas dificuldades, mas cada uma delas contribuiu significativamente para o meu crescimento profissional. A necessidade de condensar informações complexas sobre HIV/Aids em conteúdos curtos e acessíveis foi um dos principais desafios, exigindo um rigor ainda maior na apuração e na construção das pílulas. Além disso, lidar com entrevistas, buscar fontes confiáveis e adaptar a linguagem para o formato do WhatsApp foram etapas que exigiram dedicação e aprendizado constante.

O objetivo principal deste projeto é oferecer informações de qualidade, baseadas em fontes seguras, para um público que muitas vezes tem acesso limitado a conteúdos confiáveis sobre HIV/Aids. Embora não seja possível afirmar que o "Informação que Salva" alcançará um impacto massivo ou modificado a realidade da desinformação sobre o tema, tenho certeza de que cada mensagem compartilhada já representa um avanço na direção certa. Se pelo menos uma pessoa tiver sido informada e incentivada a buscar testagem, prevenção ou tratamento a partir deste material, todo o esforço já terá valido a pena.

Um dos maiores desafios do jornalismo no WhatsApp é a dificuldade de medir seu alcance e impacto. Diferente das plataformas tradicionais, o aplicativo não oferece detalhes precisos sobre quantas pessoas receberam ou interagiram com o conteúdo. Ainda assim, saber que o material foi distribuído por grupos e chegou a diferentes pessoas já é uma forma de validação do projeto. Se a proposta inicial era inserir um conteúdo confiável nesse ambiente digital, acredito que esse objetivo será cumprido.

Além do impacto informativo, este trabalho também me fez refletir sobre o papel do jornalismo na era digital. O WhatsApp, que surgiu como uma ferramenta de comunicação pessoal, tornou-se um espaço onde notícias e informações circulam de forma rápida e descontrolada. Produzir um conteúdo que se diferencie pela precisão e responsabilidade dentro desse cenário reforça a importância do compromisso ético do jornalista, especialmente em temas sensíveis como o HIV/Aids.

Por fim, acredito que esta experiência me proporcionou um aprendizado valioso, espero que este projeto possa servir como um incentivo para outras iniciativas que utilizem novas plataformas para democratizar o acesso a conteúdos de qualidade. O "Informação que Salva" pode ter sido um projeto pequeno dentro do universo da comunicação, mas, para quem recebeu e assimilou essas informações, ele pode fazer uma grande diferença.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. tradução nossa. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211 – 236, 2017.
- BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 1, p. 13 – 32, 2020.
- BOUNEGRU, L. et al. (comp.). **A FIELD GUIDE TO “FAKE NEWS” AND OTHER INFORMATION DISORDERS: A COLLECTION OF RECIPES FOR THOSE WHO LOVE TO COOK WITH DIGITAL METHODS.** tradução nossa. Amsterdam: Public Data Lab, 2017. 216 p.
- CARVALHO, C. A.; AZEVÊDO¹, J. H. P. Do AZT à PrEP e à PEP: aids, HIV, movimento LGBTI e jornalismo. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 13, n. 2, p. 246 – 260, 2019.
- CARVALHO, C. A. de. Afetar e ser afetado pelo acontecimento: coberturas jornalísticas da Aids e impactos sociais. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 38, n. 2, p. 253 – 272, 2015.
- CARVALHO, C. A. de. Narrativa jornalística e memória: a cobertura noticiosa dos 30 anos de aparição pública da Aids. **Líbero**, p. 105 – 118, Dezembro 2012.
- CHAGAS, L. J. V. RÁDIO EXPANDIDO E O JORNALISMO: AS REDAÇÕES RADIOFÔNICAS NA FASE DA MULTIPLICIDADE DA OFERTA. **Revista de comunicação da Universidade Católica de Brasília**, v. 10, n. 1, p. 29 – 45, 2017.
- DIVINO, S. B. S.; OLIVEIRA, J. C. de; ALVES, I. D. C. FAKE NEWS, LETRAMENTO INFORMACIONAL E SAÚDE: A LIBERDADE DE EXPRESSÃO EM DOIS NÍVEIS E A RESPONSABILIDADE PELO DISCURSO DE AUTORIDADES POLÍTICAS. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 3, p. 282 – 332, 2022.
- FIGUEIREDO, P. de; SAUDINO, F. Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as Teorias do Jornalismo na Era Digital. **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de Ciências da Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, p. 1 – 15, 2015.
- FONSECA, V.; LINDEMANN, C. Webjornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas. **Revista FAMECOS**, n. 34, p. 86 – 94, Dezembro 2007.
- GALHARDI, C. P. et al. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, p. 4201 – 4210, 2020.



KISCHINHEVSKY, M. MÉTODOS DE PESQUISA QUALITATIVA APLICADA À COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA. In: MOURA, C. P. de; LOPES, M. I. V. de (org.). **PESQUISA EM COMUNICAÇÃO Metodologias e Práticas Acadêmicas**. 302.2. ed. Porto Alegre: Editora Universitária da PUCRS, 2016. cap. 3, p. 277 – 294.

KUCINSK, B. Jornalismo, saúde e cidadania. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, p. 181 – 186, Fevereiro 2000.

MONTEIRO, J. C. da S. WHATSAPP NO JORNALISMO: uso, estratégias e prática. **Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH)**, v. 14, p. 77 – 93, 2021.

PESSOA, S. C.; PRATA, N.; AVELAR, K. Rádio em ambientes digitais: experiências de segmentação em aplicativos para dispositivos móveis. **Logos**, v. 24, n. 1, p. 160 – 175, 2017.

PRIMO, Alex. **Interações em rede**. 1ªed. Sulina, 2013

SILVA JÚNIOR, J. N. de B. et al. Redes sociais online como suporte social funcional no enfrentamento ao HIV/aids no Brasil. **CUADERNOS DE EDUCACIÓN Y DESARROLLO**, v. 16, n. 5, p. 1 – 18, 2024.