

Influenciadores, algoritmos e prevenção ao HIV: um mapeamento etnográfico da PrEP no Instagram

*Mayllon Lyggon de Sousa Oliveira*¹

*Katia Lerner*²

Fundação Oswaldo Cruz

Resumo: Este artigo analisa a circulação de sentidos sobre a Profilaxia Pré-Exposição ao HIV (PrEP) no Instagram durante os lançamentos dos PCDTs de 2017 e 2022, mapeando os agenciamentos entre influenciadores, instituições, algoritmos e hashtags. A partir de uma etnografia digital guiada pela Teoria Ator-Rede, foram analisadas 827 publicações feitas por 369 perfis, com recorte em dois períodos (2017-2018 e 2022-2023) de 15 meses cada. Identificaram-se deslocamentos na autoridade discursiva sobre a prevenção, com ascensão de médicos-influencers, moralizações religiosas e apropriações por mídias LGBTQIAPN+. Os resultados apontam desigualdades informacionais e disputas por visibilidade moldadas por dinâmicas algorítmicas e estratégias comunicacionais. Conclui-se que a comunicação sobre a PrEP no Instagram está cada vez mais performatizada, marcada por lógicas neoliberais e tensionamentos entre institucionalidade, mercado e cultura pop.

Palavras-chave: profilaxia pré-exposição; prevenção ao HIV; mídia social; comunicação e saúde; influencers.

OLIVEIRA, Mayllon Lyggon de Sousa; LERNER, Katia. **Influenciadores, algoritmos e prevenção ao HIV: um mapeamento etnográfico da PrEP no Instagram.** *Aceno – Revista de Antropologia do Centro-Oeste*, 12 (29): 479-496, maio a agosto de 2025. ISSN: 2358-5587

¹ Pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz.

² Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fundação Oswaldo Cruz, Pesquisadora PQ2 do CNPq e Cientista do Nosso Estado (CNE-Faperj)

Influencers, algorithms, and HIV prevention: an ethnographic mapping of PrEP on Instagram

Abstract: This article examines how meanings around pre-exposure prophylaxis (PrEP) circulate on Instagram during the launches of Brazil's clinical guidelines (PCDTs) in 2017 and 2022, mapping the interplay among influencers, institutions, algorithms, and hashtags. Based on a digital ethnography informed by actor-network-theory, the study analyzed 827 posts from 369 profiles over two 15-month periods (2017-2018 and 2022-2023). It reveals shifts in discursive authority over prevention, including the rise of doctor-influencers, religious moralization, and appropriation by LGBTQIAPN+ media. The findings highlight informational inequalities and visibility struggles shaped by algorithmic dynamics and communication strategies. The study concludes that PrEP communication on Instagram is increasingly performative, influenced by neoliberal logics and tensions among institutional frameworks, market forces and pop culture.

Keywords: pre-exposure prophylaxis; HIV prevention; social media; health communication; influencers.

Influenciadores, algoritmos y prevención del VIH: un mapeo etnográfico de la PrEP en Instagram

Resumen: Este artículo examina la circulación de significados en torno a la Profilaxis Pre-Exposición al VIH (PrEP) en Instagram durante los lanzamientos de los PCDT en 2017 y 2022, mapeando las interacciones entre influenciadores, instituciones, algoritmos y hashtags. A partir de una etnografía digital guiada por la Teoría Actor-Red, se analizaron 827 publicaciones de 369 perfiles en dos periodos de 15 meses (2017-2018 y 2022-2023). Se identificaron desplazamientos en la autoridad discursiva sobre la prevención, incluyendo el ascenso de médicos-influencers, moralizaciones religiosas y apropiaciones por parte de medios LGBTQIAPN+. Los resultados señalan desigualdades informacionales y disputas por visibilidad configuradas por dinámicas algorítmicas y estrategias comunicacionales. Se concluye que la comunicación sobre PrEP en Instagram es cada vez más performativa, influenciada por lógicas neoliberales y tensiones entre institucionalidad, mercado y cultura pop.

Palabras-clave: profilaxis preexposición; prevención del VIH; redes sociales; comunicación en salud; influencers en redes sociales.

Globalmente, em 2023, 39,9 milhões de pessoas viviam com HIV, com 1,3 milhão de novos casos e 630 mil mortes relacionadas à AIDS. Cerca de 5,4 milhões desconheciam seu status sorológico (UNAIDS, 2023). No Brasil, no mesmo ano, foram registrados 46.495 novos, um aumento de 4% em relação a 2022 (BRASIL, 2024). Apesar da meta global de eliminação da AIDS até 2030, persistem barreiras estruturais como pobreza, estigma e desigualdades de acesso à prevenção (KEDZIERSKI, 2020).

Um grande desafio da atual conjuntura da epidemia no Brasil está na sua juvenilização, alertada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância UNICEF desde 2016 (UNICEF, 2017). O recrudescimento da epidemia nessa população indica não apenas a insuficiência das políticas preventivas vigentes, como evidência de que os jovens são um grupo-chave para o fim da epidemia (GRANJEIRO *et al.*, 2023). Em resposta a esse contexto, a atualização em 2022 do Protocolo de Diretrizes Clínicas e Terapêuticas (PCDT) do HIV, reduziu a idade mínima de acesso à PrEP – sem a obrigatoriedade da autorização dos responsáveis – para 15 anos, desde que a pessoa tenha mais de 35kg (BRASIL, 2022).

A trajetória da resposta ao HIV e AIDS no Brasil foi marcada por avanços e retrocessos. Desde a negligência estatal nas décadas iniciais até o reconhecimento internacional do país como referência no cuidado durante a epidemia, as políticas públicas oscilaram entre compromissos biomédicos e desmontes estruturais, dentre eles o desmantelamento das políticas pelo Governo Bolsonaro e a epidemia de COVID-19 (CALAZANS, PARKER e TERTO JR., 2022). O recente corte de financiamentos internacionais como o do PEPFAR feito pelo Presidente Trump nos EUA, agravaram ainda mais esse cenário, impactando diretamente projetos comunitários e estratégias de prevenção (FOSTER, 2025).

Desde 2015, a Organização Mundial da Saúde (OMS) aposta na PrEP no contexto da prevenção combinada – que alia métodos biomédicos, comportamentais e estruturais - como estratégia essencial no combate à epidemia (WHO, 2015). A tecnologia preventiva consiste na ingestão diária ou sob demanda (programada de acordo com a data da relação sexual), de antirretrovirais (Tenofovir e Entricitabina) por pessoas soronegativas, com altos índices de proteção a depender da adesão da pessoa usuária.

Sua incorporação como política pública no Brasil se deu formalmente em 2017, por meio da Portaria 21 do Ministério da Saúde (MS), após parecer positivo da CONITEC. Desde então, a PrEP é “produto e produtora de uma nova paisagem sexual” (OLIVEIRA, 2022: 12), transformando práticas sexuais, percepções de risco, satisfação e intimidade, além de constituir uma estratégia de segurança quando o uso do preservativo não é possível ou desejado. Ao reconfigurar a relação com o corpo, o prazer e a saúde, a profilaxia insere-se em regimes de controle sustentados pelo uso cotidiano de medicamentos.

No entanto, a visibilidade da PrEP nos meios tradicionais de comunicação é tímida e fragmentada, como apontam estudos sobre campanhas públicas e mídia impressa (COSTA, 2019; MORA, NELVO e MONTEIRO, 2022). Nas redes sociais

digitais, sua presença adquire contornos mais expressivos. A circulação digital, marcada pela plataformização, desloca os centros de autoridade discursiva e cria arenas de disputa simbólica, onde influenciadores, profissionais da saúde, usuários e algoritmos mediam sentidos da prevenção ao HIV. A comunicação em saúde assume formas performáticas, personalizadas e interativas. E a PrEP é constantemente (re)significada por diferentes atores e dispositivos sociotécnicos, constituindo uma ecologia comunicacional onde categorias como risco, cuidado, gênero e sexualidade são negociadas.

É nesse cenário que se insere este artigo. Nosso objetivo é mapear como os atores envolvidos na circulação de informações sobre a PrEP no Instagram conformam novas formas de sociabilidade, reconfigurando os modos de acesso e produção de sentidos sobre a prevenção ao HIV no Brasil. Buscamos rastrear os agenciamentos entre atores humanos e não humanos — influenciadores, médicos, usuários, hashtags, algoritmos e instituições — a partir de uma abordagem etnográfica orientada pela Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012), em perspectiva de etnografia virtual (LEITÃO e GOMES, 2017; HINE, 2015). A metodologia combina a coleta automatizada de publicações com *hashtag* #PrEP no Instagram, realizada em janeiro de 2025 com as ferramentas Zeeschuimer e 4CAT (PEETERS e HAGEN, 2022). Como recorte empírico, adotamos os períodos de lançamento dos PCDTs pelo MS — em dezembro de 2017 e agosto de 2022. Para cada período, analisamos um intervalo de 15 meses: três meses antes da publicação e doze meses após, totalizando 827 publicações feitas por 369 perfis após curadoria e exclusão de publicações não relacionadas à tecnologia preventiva.

Compreendemos o Instagram³ não apenas como um canal de comunicação, mas como ecossistema sociotécnico que organiza, hierarquiza e distribui a visibilidade discursiva sobre saúde e prevenção do HIV. As *hashtags* são tratadas como mediadores sociotécnicos e operadoras de sentido (LEITÃO e GOMES, 2017), indexando conteúdos e conectando instituições públicas, ONGs, profissionais da saúde e usuários comuns em redes dinâmicas e nem sempre previsíveis.

A justificativa teórica e política deste estudo reside na compreensão de que a internet e as redes sociais, sob o regime da plataformização, operam como *locus* de disputa simbólica e política. A PrEP, nesse cenário, é um ator não humano, em torno do qual se articulam narrativas concorrentes, com interesses diversos, orientações morais e políticas distintas. Essas disputas são comunicacionais, mas também dizem respeito à própria configuração da política pública de saúde, aos modos de gerir o risco e aos processos de prevenção neoliberal do HIV e, no limite, à própria interferência das redes sociais na vida cotidiana.

A principal contribuição deste trabalho para o campo da antropologia está em evidenciar como as sociabilidades em torno da PrEP, enquanto tecnologia biomédica, são profundamente reconfiguradas pelas lógicas digitais e algorítmicas que permeiam as plataformas de redes sociais, em especial o Instagram. A partir de uma abordagem etnográfica ancorada na TAR, o estudo demonstra que as formas de interação e circulação discursiva sobre saúde — tradicionalmente mediadas por instituições biomédicas e coletivos comunitários — passam, progressivamente, a ser moldadas por dinâmicas performáticas e mercadológicas típicas da plataformização e da lógica neoliberal.

³ O Instagram é tanto uma plataforma quanto uma rede social digital. Enquanto rede social digital entendemos, segundo as pistas de Raquel Recuero (2009, p. 104) aqueles sites compreendem a categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos atores. São sites cujo foco principal está na exposição pública das redes conectadas aos atores, ou seja, cuja finalidade está relacionada à publicação dessas redes.

Na análise, realizamos um mapeamento de 836 publicações (n=836) feitas por 369 perfis (n=369), identificando os principais atores e suas estratégias comunicativas. O estudo observa como esses perfis se apropriam das *affordances* da plataforma para disputar visibilidade se apropriando de diferentes estratégias comunicacionais que sustentem a circulação de sentidos sobre a PrEP, destacando as assimetrias de visibilidade entre as redes que se formam em torno dessas categorias.

Novas dimensões sociais, as redes sociais e a plataformização

Não vivemos apenas *com* a internet, mas passamos a viver *nela*. A internet tornou-se uma infraestrutura simbólica e relacional, enraizada nas experiências do cotidiano (DEUZE, 2023). Sob essa perspectiva antropológica, Hine (2015) compreende que ela não deve ser vista como um espaço separado da vida social, mas como parte constitutiva dela, onde novas formas de pertencimento, autoridade e circulação de significados se estruturam, dentre eles aqueles relacionados à saúde.

As redes sociais intensificam o processo de hipermediatização (CARLÓN, 2000, 2022), no qual sistemas midiáticos coexistem e interagem. Ao contrário da lógica unidirecional da mídia de massa, a circulação nas redes ocorre em múltiplas direções — descendente, ascendente, horizontal, inter e intrasistêmica — e envolve sujeitos não institucionalizados. Essa transformação origina o que Carlón (2022) chama de “novos enunciadores”: indivíduos que administram meios de produção simbólica sob regimes algorítmicos e mercadológicos, em disputa por atenção, desde que o conteúdo atenda às políticas das plataformas, uma transformação fundamental em relação às anteriores sociedades midiáticas/midiatizadas (MÁRQUEZ, 2022). Sabemos que existem formas de burlar essas regras e que nas plataformas circulam conteúdos que contradizem seus “Termos de Serviço” e “Diretrizes da comunidade”, documentos que determinam sua governança e deveriam impedir a circulação de conteúdos sensíveis como nudez, discurso de ódio e notícias falsas.

Esse cenário é caracterizado por Jose Van Djick *et al.* (2018) como “sociedade das plataformas”, marcada pela integração de infraestruturas digitais nos setores econômicos e culturais. Elas não são ambientes neutros: orientam comportamentos e limitam outros, estruturando a interação por meio de *affordances* técnicas e algoritmos (HELMOND, 2015). As *affordances* organizam as relações entre usuários em níveis macro e micro, revelando como usuários criam práticas nas interfaces. São resultado da relação entre usuários e funcionalidades da plataforma (curtir, compartilhar, comentar, denunciar etc). Os usuários podem usar tais funcionalidades de formas táticas para subvertê-las (D'ANDREA, 2020).

Sustentadas pela extração de dados pessoais, essas plataformas transformam ações em métricas, criando um modelo baseado em personalização algorítmica e vigilância (ZUBOFF, 2018). O processamento desses dados serve para direcionar conteúdos e anúncios, principal fonte de renda das gigantes digitais (POELL, NEIBORG e DIJCK, 2020). Esses dados são fruto de processos que historicamente escapavam à quantificação (MAYER-SCHÖNBERGER e CUKIER, 2013; MEJIAS e COULDRY, 2019).

No Brasil, são mais de 217 milhões de conexões móveis ativas (102% da população), mesmo que algumas seja apenas por voz e mensagens, com 86,2% dos brasileiros conectados regularmente. O país ocupa o terceiro lugar em tempo de

uso da internet via celular e tem 144 milhões de identidades em mídias sociais e gasta em média 9 horas e 13 minutos de conexão diária — sendo o Instagram a terceira plataforma mais usada (KEMP, 2025).

Isso posto, o Instagram é um local privilegiado para compreender as mediações contemporâneas da saúde. Criado em 2010 e adquirido pela Meta Inc — que também é dona do Facebook e do Whatsapp — em 2012, o Instagram evoluiu de uma plataforma de compartilhamento de imagens para um ecossistema integrado, onde se articulam vídeos, lives, stories, links externos e ferramentas de interação direta como comentários, curtidas, enquetes, dentre outros.

No Instagram, inseridas na dinâmica da plataformização e mediação algorítmica, se dão as disputas pela atenção na saúde, inclusive nas estratégias sobre a PrEP ao HIV. O que está em disputa não é apenas a informação, mas a visibilidade (KARHAWI, 2024). Os mecanismos algorítmicos e os filtros de conteúdo das plataformas operam como mediadores do que pode ser amplificado nas redes (CRUZ, 2021). Em temas como HIV e sexualidade, essas dinâmicas ganham contornos políticos e morais, afetando o alcance e legitimidade dos discursos.

Assim, considerando os impactos das redes sociais na vida cotidiana, podemos apontar que elas são centrais na disseminação de informações sobre saúde, uma vez que introduzem ferramentas que impactam a comunicação e prestação de cuidados médicos (SILVA *et al.*, 2024). No nosso caso, especificamente, o Instagram permite que organizações de saúde atualizem o público, desmistifiquem informações equivocadas e promovam estratégias de prevenção. Além disso, elas favorecem comunidades de suporte, onde indivíduos com objetivos semelhantes compartilham experiências e criam vínculos (VALLE, 2018).

Nesse cenário, influenciadores digitais emergem como atores na mediação de sentidos sobre prevenção e PrEP, traduzindo jargões técnicos em conteúdos acessíveis e operando como pontes entre saberes biomédicos e práticas de rede (BRAGA *et al.*, 2024). Sua atuação está atravessada pela lógica da plataformização, onde a visibilidade é negociada sob critérios algorítmicos e comerciais (KARHAWI, 2024).

Nessa lógica, um elemento se destaca: as *hashtags*. Originadas no Twitter em 2007, consolidaram-se como mediadores sociotécnicos para organização de conteúdos. Elas funcionam como indexadores e dispositivos de sociabilidade, permitindo usuários acessarem conteúdos sem seguir emissores (BRUNS e BURGESS, 2015; LEITÃO e GOMES, 2017) e estão em praticamente todas as redes sociais. Elas são ao mesmo tempo, metadados técnicos que organizam a distribuição algorítmica e elementos simbólicos que expressam pertencimento, ativismo ou visibilidade — pontos de encontro entre logística informacional e expressão cultural, operando como objetos de fronteira que conectam comunidades, enquanto são moldadas por mecanismos da plataforma como *shadowbanning*⁴ ou personalização, estruturando como o discurso se torna visível ou marginalizado (HIGHFIELD, 2016).

Contudo, o uso das *hashtags* também gera distorções, sua polissemia permite apropriações oportunistas e desvios temáticos provocando um “caos informativo” (MONKMAN *et al.*, 2021) que refletem as negociações entre usuários e algoritmos. Esse volume de publicações é sintomas da lógica de competição algorítmica por atenção, e ilustram como a plataforma reorganiza, fragmenta e recodifica o debate.

⁴ Shadowbanning: prática em que uma plataforma limita silenciosamente o alcance de um conteúdo ou perfil sem notificação explícita ao usuário, dificultando sua visibilidade.

É justamente a partir dessas disputas, mediações e reconfigurações simbólicas que este trabalho propõe mapear os atores e a circulação de sentidos sobre a PrEP no Instagram. A *hashtag* #PrEP, enquanto ponto de entrada no campo, permite compreender como a prevenção ao HIV é traduzida, negociada e (in)visibilizada nas redes, constituindo uma ecologia comunicacional na qual a saúde pública se entrelaça com as lógicas dos diversos atores humanos e não humanos enlaçados através de um elemento sociotécnico próprio da lógica do Instagram.

Metodologia ou modos de criar um mapa para um terreno em transformação

A etnografia digital que propomos busca rastrear os atores, os fluxos de informação e as interações entre os diversos actantes envolvidos na circulação da PrEP no Instagram — influenciadores, usuários, *hashtags*, algoritmos e instituições. Guiados pela Teoria Ator-Rede (LATOURE, 2012), adotamos uma ontologia plana, tratando os elementos técnicos e sociais sem hierarquizá-los e compreendemos essas associações como constitutivas dos sentidos atribuídos à prevenção.

Assumimos a postura do *flâneur digital* (LEITÃO e GOMES, 2017), entendida aqui não como metáfora estética, mas como sensibilidade etnográfica situada na “perambulação”. Inspirados pela ideia de observação flutuante, percorremos os fluxos do material coletado de modo errático e guiado por seus próprios ritmos e dinâmicas de visibilidade. A *hashtag* #PrEP foi utilizada como ponto de entrada e mapeamento, não apenas por seu conteúdo, mas por operar como indexador sociotécnico que conecta atores diversos em redes instáveis. Caminhamos digitalmente por meio das publicações coletadas com o uso da ferramenta Zeeschuimer e 4CAT (PEETERS e HAGEN, 2022), mas também por meio da circulação espontânea, pelas citações entre as publicações, *reposts* e perfis ligados, práticas que nos permitiram apreender os sentidos em disputa em torno da prevenção.

A coleta ocorreu em 31 de janeiro de 2025, com o perfil do pesquisador logado, já que o Instagram não permite acesso às publicações sem login. Utilizando a *hashtag*, coletamos 32.209 postagens entre 2012 e 2024, filtradas por curadoria qualitativa. O Zeeschuimer, ferramenta desenvolvida por Stijn Peeters e Sal Hagen, atua como scraper de publicações em redes sociais, incluindo Instagram, por meio de *hashtags*. Os dados foram exportados para planilha .csv e tratados no Excel. A ferramenta coleta informações como ID, autor, link, legenda, data e horário das publicações que utilizam a *hashtag*.

Devido ao volume de dados e à polissemia da palavra PrEP (que também se refere a produtos para unhas, preparação para concursos, estudos no exterior, competições de fisiculturismo etc), criamos dois recortes: 15 meses (3 meses antes para analisar expectativas e 12 depois para visualizar ecos) em torno dos lançamentos dos PCDTs (dezembro de 2017 e agosto de 2022). Após isso passamos à curadoria como o trabalho de *flâneur digital*, exploramos as publicações por suas legendas e publicação original, removendo postagens dissociadas da temática (87,17%): publicações sobre a PrEP feitas em português. Esse recorte resultou em 4.191 publicações (1.227 do primeiro PCDT e 2.964 do segundo).

Após a remoção das publicações, a amostra final foi de 827 (n=827) publicações feitas por 369 (n=369) perfis. A polissemia da *hashtag* #PrEP exigiu pausas interpretativas e articulação entre dados e sentidos, conforme Rifiotis (2016) e Strathern (1996), evidenciando tensão entre escalabilidade e densidade interpretativa. Esse processo permitiu identificar seis eixos para análise: (1) legitimidade

enunciativa; (2) categorias de perfis e visibilidade; (3) transformações entre períodos dos PCDTs; (4) estratégias comunicacionais; (5) controvérsias morais sobre profilaxia, sexualidade e uso de preservativo; e (6) invisibilizações no discurso biomédico da dimensão estrutural da prevenção combinada.

Ao final, categorizamos os perfis com base nos rótulos adotados pelos próprios usuários e em elementos como biografias e nomes de perfil. O foco não foi apenas o conteúdo das postagens, mas o modo como circularam, ganharam (ou perderem) visibilidade, e como performaram sentidos em meio aos agenciamentos algorítmicos.

O Mapa Geral

Nosso objetivo é mapear os actantes em torno da PrEP, os participantes e “novos enunciativos” na hipermediação algorítmica e os regimes que moldam a visibilidade da prevenção do HIV/AIDS no Instagram. Influenciadores digitais, médicos, instituições e usuários competem por visibilidade em um ambiente marcado por elementos sociotécnicos. Ao escolher a hashtag #PrEP, investigamos como a prevenção é interpretada nesse ecossistema comunicacional, caracterizado por ambivalências entre visibilidade e apagamento, engajamento e dispersão, técnica e política. Entre os perfis que publicaram sobre a PrEP, categorizamos para entender os “segmentos” mais ativos na circulação de significados. Quando o rótulo não estava disponível, usamos elementos como nome de usuário, perfil e biografia para rastrear a origem das informações. A categorização dos perfis é feita pelos atores, muitos não têm familiaridade com a plataforma e aceitam rótulos que não os representam ou optam por não os tornar visíveis.

Esse processo ajudou a entender como determinados segmentos se apropriam da *hashtag* na rede. A segmentação permite mapear os modos de enunciação, identificar desigualdades de visibilidade e articular interações entre atores humanos e não-humanos, conforme a (TAR).

Esta ação delinea estratégias de visibilidade, avalia alcance e engajamento por categoria, e identifica desigualdades informacionais — como “médicos-influencers” terem mais seguidores que ONGs e grupos comunitários. Ao mesmo tempo, explicita como algoritmos podem favorecer certos discursos e como atores formam redes que geram significados sobre a PrEP.

Essa discrepância entre rótulo e conteúdo é recorrente. Na categoria “saúde”, CTAs e Secretarias de Saúde utilizam rótulos genéricos ou incorretos. O perfil @casal.infecto, de médicos infectologistas, por exemplo, se classifica como “saúde/beleza”. Entre os “meios de comunicação” com perfis reconhecidos e com muitos seguidores, como o Portal R7 e Vice, não usam/exibem suas categorias, e a Revista Radis aparece como “editor”, mesmo que os rótulos “Veículo de Comunicação” e “Revista” estejam disponíveis.

Entre “criadores de conteúdo digital”, há médicos e profissionais de saúde, assim como outros atores que se posicionam dessa maneira ou almejam essa posição. Perfis “autônomos” englobam profissionais e figuras públicas sem rótulos, incluídos na biografia ou nome de usuário, comum entre profissionais de saúde. Na tabela 1, apontamos as categorias, a quantidade de perfis, o número publicações e seguidores por categoria.

Tabela 1 – Categorização dos perfis. Fonte: da autoria da pesquisa, 2025

CATEGORIA	PERFIS	PUBLICAÇÕES	SEGUIDORES	% SEGUIDORES
Saúde	159	280	2.785.537	17,0%
Perfis autônomos	53	82	1.535.374	9,4%
Meios de comunicação	41	145	9.651.035	59,0%
Criadores de conteúdo digital	40	60	1.760.689	10,8%
ONGs	28	91	452.820	2,8%
Órgãos públicos e instituições educacionais	27	74	700.763	4,3%
Comunidade	21	101	184.047	1,1%
Total	369	833	17.070.265	100%

A desigualdade na visibilidade, considerando o volume de seguidores, no ecossistema do uso da *hashtag* #PrEP no Instagram é clara. A categoria saúde apresenta a maioria dos atores (159 perfis), mas possuem uma menor proporção de seguidores (17%) em comparação com os meios de comunicação, que detêm 59% dos seguidores com um número menor de perfis (41), principalmente devido ao Portal R7, que possui 7 milhões de seguidores. A presença de médicos entre “criadores de conteúdo” e “autônomos” sugere uma fusão entre a autoridade médica e a atuação como influenciadores, um fenômeno característico do aumento das práticas de influenciadores digitais entre profissionais de saúde no Brasil (SIBILIA e SIMONELLY, 2024).

De caminho em caminho: a implementação (2017 e 2018)

Embora o marco institucional da PrEP no Brasil tenha ocorrido em 2017, pesquisadores brasileiros já atuavam antes. Desde 2007, com o início do iPrEX, instituições participavam das primeiras investigações sobre a profilaxia. Projetos como iPrEX, PrEP Brasil, PrEP1519 e ImPrEP mobilizaram atores e geraram visibilidade nas redes sociais. Essas iniciativas apareceram em perfis de veículos de comunicação, pesquisadores e instituições de pesquisa. Assim, embora 2017 seja o recorte da análise para implementação da PrEP, as redes sociais, principalmente o Facebook, já eram utilizadas para circular informações sobre essa tecnologia.

Na primeira parte do recorte (2017-2018), a comunicação sobre a PrEP no Instagram é marcada por uma abordagem institucional, centrada em atores vinculados à saúde pública, à divulgação científica e ao ativismo de organizações da sociedade civil. Ganham visibilidade perfis como o @doutormaravilha e o @casal.infecto, médicos infectologistas que atuam na promoção da saúde; ONGs como o @posithividades; veículos de mídia como o @vicebrasil; e órgãos públicos como o @saudemg. Outra actante que merece destaque é a cantora drag Lia Clark (@liaclark), cuja publicação, feita em “parceria paga” com o MS, feita durante o Carnaval de 2018, alcançou o maior engajamento do período. Na foto, ela aparece se maquiando e menciona a PrEP como estratégia preventiva para o período festivo, mesclando cultura pop, institucionalidade e prevenção. Em contraste, também chama atenção a presença de discursos contrários à profilaxia, como o do influenciador religioso @apostololuizhenrique, que publicou um vídeo associando a PrEP à promiscuidade e questionando sua distribuição gratuita pelo SUS.

No cenário dos agentes não humanos, figuram com destaque o Ministério da Saúde, a Fiocruz, o Instituto Nacional de Infectologia (INI), a UNAIDS, o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), a Revista Pesquisa FAPESP e a Coordenadoria de IST/Aids da cidade de São Paulo. Esses diferentes atores e instituições compõem uma rede de visibilidade marcada tanto pela legitimação técnico-científica quanto por controvérsias morais sobre a prevenção ao HIV, que caracterizam esse período.

Durante esse período, o discurso sobre a PrEP se apoia em três principais vertentes: a comunicação técnico-científica direcionada aos pares⁵, como cientistas e outros profissionais de saúde; relatos de início do uso da PrEP com um forte tom de valorização biomédica, geralmente otimista, presente no discurso das ONGs e dos usuários; e a moralização da prevenção, expressa por opositores que associam a tecnologia ao incentivo à promiscuidade.

Ele é marcado por um esforço de legitimação da PrEP entre os médicos como uma tecnologia biomédica eficiente, recentemente implementada no Sistema Único de Saúde (SUS). Em comum, as publicações se apropriam de um discurso institucionalizado baseado na ciência médica, geralmente com vocabulário técnico, menções a estudos clínicos e uso reiterado de fontes oficiais como o MS, a OMS, a UNAIDS e a Fiocruz. Com frequência essas publicações recomendam o acesso a sites – das fontes oficiais ou próprios – onde os usuários podem acessar mais informações sobre a profilaxia.

É frequente o uso de termos como “*a PrEP é o uso de um antiretroviral para prevenir o HIV*”, “*a combinação dos remédios (Tenofovir – TDF e Emtricitabina-FTC)*”, a menção à marca “*Truvada*” e a experiência dos Estados Unidos, primeiro país a aprovar a utilização do composto para a profilaxia, com o uso frequente de chamadas para ação para que as pessoas acessassem as informações de maneiras mais completas nos seus próprios sites ou nos sites das organizações que serviam como fontes oficiais.

Nesse primeiro momento, os médicos infectologistas, detêm legitimidade para enunciar sentidos sobre a tecnologia preventiva. A comunicação era voltada para outros médicos conhecerem a profilaxia e utilizá-la como alternativa. É também o período em que alguns atores, que haviam participado dos estudos, foram convocados como especialistas para falar sobre a PrEP nas raras menções sobre a tecnologia em veículos tradicionais. Destaca-se que essas notícias não aparecem no corpus, apenas uma menção é feita por um dos atores a partir de um *repost*: “*Hoje tivemos um papo bem legal sobre HIV, Prevenção Combinada, PrEP, PEP e tratamento no programa Bem Estar (@bemestar)*”. O Bem-Estar é um programa matinal da emissora Globo.

Imageticamente as publicações remetem aos médicos e ativistas em ações de distribuição de panfleto e testagens na rua, apresentando ou vendo palestras em eventos onde estudos sobre a PrEP eram discutidos, quase sempre em fotos com estética visual contida, com um apelo visual restrito à exibição dos médicos nesses eventos ou imagens com textos informativos.

O segundo eixo é marcado pela exibição do itinerário de acesso à PrEP, dentre as 4 publicações, todas as pessoas eram homens. Esses atores se sentiam privilegiados e orgulhosos de ter acesso à tecnologia preventiva, já que foi disponibilizada para público restrito (7 mil unidades mensais) no início (DANTAS, 2019). O sentimento é de que “*enquanto a medicina não for capaz de encontrar um meio de curar a infecção, possa pelo menos evitar que ela se alastre*”. Esse otimismo

⁵ Agradecemos ao Luiz Barp, que compõe o projeto de pesquisa PrEP América do Sul, pelo *insight* apontado em uma das reuniões do projeto.

é percebido também nas publicações de perfis de ONGs (7 ao todo). Esses últimos se apropriam do discurso científico para afirmar a proteção da PrEP contra o HIV e destacar a prevenção como revolucionária, reforçando que a tecnologia preventiva não substitui o preservativo, mas deve ser utilizada de forma combinada, apropriando-se do discurso biomédico e comportamental da prevenção combinada, sem menções às questões estruturais.

Sobre usuários de PrEP, as publicações são fotos dos atores indo aos pontos de distribuição, exibindo a embalagem dos produtos e uma pessoa com o comprimido azul na língua. O baixo número de publicações de usuários da PrEP pode ser atribuído à moralização e à controvérsia de que a profilaxia desestimularia o uso de preservativos e estaria associada à promiscuidade gay, fatores observados no Facebook (QUEIROZ e SOUSA, 2017; OLIVEIRA, GOMES e PEREIRA, 2023), YouTube (OLIVEIRA, 2022) e, segundo o recorte, também no Instagram.

No último eixo, sobre essa controvérsia, aparece no Instagram um vídeo publicado próximo ao Carnaval de 2018. Um ator intitulado apóstolo, com 801 mil seguidores, posta vídeo (o único do período) indicando que a igreja se reunirá para receber “*mensagens divinas*”, enquanto outros estarão no “*mundo*”. Ele menciona que soube de uma “*vacina*” – que na verdade é a PrEP Oral – que serve como “*paliativo*” contra HIV e que, devido à medicação, “*as pessoas estariam se preparando para se prostituir*”.

Um trecho da legenda afirma: “*Um absurdo! Postos de Saúde oferecem gratuitamente medicamento que previne #HIV, um desvio de valores, incentivo à prostituição*”. O vídeo é gravado em formato de *selfie* em que ele aparece bem próximo e olha diretamente para a câmera, enquanto ele fala, aparecem imagens de notícias do G1 São Paulo e do Repórter Nacional são exibidas, buscando atestar a “*veracidade*” do conteúdo, sendo a terceira publicação com maior engajamento, contabilizando 2.212 curtidas e 67 comentários. Na mesma linha, em outra publicação de um jornalista, usuários expressam esse conservadorismo através dos comentários, neles é possível perceber: “*Pé super atrás com esta informação*”; “*O melhor é usar preservativo, pois protege de HIV, HPV e sífilis...Honestamente, acho esta conversa controversa*”, em outra publicação outro ator aponta “*A melhor prevenção ainda continua sendo o preservativo 😊*”.

Percebe-se que, nesse primeiro período, a rede em torno da Profilaxia é formada basicamente por médicos especialistas em uma comunicação verticalizada e um discurso de saúde institucionalizado. A PrEP é apresentada como inovação biomédica para usuários e o Instagram serve como vitrine para esses atores. O maior engajamento está nas postagens que rompem essa formalidade: o vídeo do “apóstolo” moralizando a PrEP e a publicação da cantora Lia Clark, parceria do Ministério da Saúde, mostram como cultura pop, moralidade e institucionalidade geraram maior circulação, indícios que aparecem mais fortemente no segundo período analisado.

De caminho em caminho: a expansão (2022 e 2023)

O segundo período analisado mostra a expansão da PrEP no Brasil. Em dezembro de 2022 havia 36.500 usuários e em dezembro 2023, 55.796 que tinham feito pelo menos uma dispensação nos último 12 meses (BRASIL, 2024). A tecnologia preventiva passou a estar disponível nos 26 estados e no DF, expandindo-se também para além dos grandes centros urbanos. Este período é também pela atualização do PCDT, disponibilizando a PrEP para pessoas acima de 15 anos e

com peso igual ou superior a 35 kg. Essa redução na idade do acesso é um fator importante na tentativa de reduzir novas infecções nesse grupo.

Entre os agentes não humanos, nota-se surgimento de veículos de comunicação especializados como Agência Aids, Revista Radis e Pesquisa FAPESP; regionais como Agora RN, Band FM Floripa, Jornal Jangadeiro, Divulgação Vila Rica; veículos nacionais, Portal R7, Jornal da Record, O Povo e Vice Brasil; veículos LGBTQIAPN+ como Dois Terços, Papo de Meia, Gay Blog BR 🌈 by SCRUFF 🐾, Guia Gay, esses dois últimos patrocinados pelo Scruff; observa-se aumento na presença de Secretarias de Saúde (Lages/MG, São Paulo/SP, Pernambuco, Santa Catarina, Ceará, DF) e instituições como Centro de Atenção de Bragança Paulista/SP e Iporá/GO, Médicos Sem Fronteiras, Hospital Emílio Ribas, Unids Brasil, Coordenadoria de IST/Aids SP e ONGs como Gestos PE, Gapa, Impulse Rio e São Paulo. As postagens informavam sobre a chegada da PrEP na região, a novidade científica, os resultados positivos e novidades como PrEP sob demanda e injetável.

Dentre as publicações deste período, é exponencial o aumento no número de perfis de médicos que abordam o assunto para informar e captar pacientes. O discurso reforça os argumentos baseados no risco e na lógica neoliberal da prevenção, conforme Aggleton e Parker (2015). A lógica do risco e a neoliberalização é apresentada em argumentos como: “[o médico] que avaliará o seu risco individual e fornecerá orientações adequadas”; “O estudo destes medicamentos deve ser cuidadoso e orientações inadequadas podem causar problemas”; “A PrEP é uma estratégia preventiva para pessoas de alto risco. Esteja informado, tome medidas e promova uma vida livre do HIV.” “Aqui, cabe ao paciente avaliar seus próprios riscos e tomar a decisão”, “só você é responsável pela sua prevenção”.

Em resposta, as chamadas para ação incentivavam o agendamento de consulta, “Lembre-se de consultar um profissional de saúde para orientações personalizadas e tirar dúvidas”, “agente (sic) sua consulta”, “fale comigo no whatsapp, link na bio”. Colocando esses profissionais que – em maior número e maior visibilidade – disputam a visibilidade com os CTAs, Secretarias de Saúde e outros órgãos institucionais para uma certa privatização da PrEP ou pelo menos da consulta inicial.

Esses médicos geralmente adotam uma postura de influenciadores. Seus elevados números de seguidores, conforme mencionado anteriormente, garantem-lhes uma audiência enquanto criam uma comunidade em torno de si, dedicada à saúde em um tom mais pessoal. O jaleco e o tom formal do consultório são substituídos por jargões e menções a fatos em tempo real, caracterizados como marketing contextual, que é quando os perfis se apropriam do que está viralizado para tentar alcançar mais pessoas, uma tentativa de contornar a lógica dos algoritmos, como é o caso do exemplo abaixo.

Uma das publicações, utiliza a foto da Beyoncé rodeada de bailarinos, sobre cada bailarino há o nome de uma das estratégias da prevenção combinada. A legenda do post afirma: “A World Tour da Renaissance gerou uma mobilização global hoje, e utilizar esta imagem é uma excelente forma de destacar as medidas preventivas disponíveis para combater o HIV. Embora muitos acreditem que o uso de preservativos ou PrEP seja a única forma de prevenção eficaz, existem diversas outras medidas que podem ser adotadas, conforme ilustrado na imagem acima”.

Embora houvesse, menções da PrEP no contexto da prevenção combinada conforme definido pela OMS, os actantes, especialmente os profissionais de saúde, mencionavam a PrEP apenas relacionada às questões biomédicas (a ingestão

da medicação) e comportamentais (o uso do preservativo) esquecendo as questões estruturais (econômicas, de acesso, de localização dos pontos de distribuição, do acesso a informação) que são fundamentais para o fim da epidemia, reforçando o caráter neoliberal que a prevenção toma entre esses atores. Nas publicações esses atores acionam: “A #PrEP (Profilaxia Pré-exposição) é um método que pode ser combinado com o uso do preservativo para potencializar a prevenção do HIV”, “O preservativo continua sendo o método mais eficaz e seguro contra o HIV, além de ser 2 em 1, prevenindo DSTs e gravidez”;

Uma outra transformação considerável, se comparado com o período anterior, diz respeito à presença de perfis de veículos de comunicação tradicionais. Eles aparecem lado a lado com veículos especializados voltados para o público. A publicação do @gayblogbr teve 11.631 likes e 273 comentários, enquanto a do @portalR7 teve 6.373 likes e 205 comentários, mesmo que a publicação do @portalR7 tenha sido feita em colaboração ou *collab* com @jornaldarecord (que tem 1 milhão de seguidores). Nesses casos a publicação é feita e fica presente nos dois perfis, funcionalidade implementada no Brasil em 2023. Mesmo utilizada como estratégia para aumentar a visibilidade, utilizando dois perfis, a publicação ainda teve interações inferiores ao veículo LGBTQIA+, reflexo de uma transformação nesse período. Em ambos os casos, a publicação é a foto que mostra uma agulha de seringa em um frasco de injeção com o texto “Anvisa aprova PrEP injetável de longa duração no Brasil”, no gayblogbr; e “Anvisa aprova injeção que protege do vírus do HIV por oito semanas”, no caso do @portalr7.

Embora ainda fortemente marcado pelo discurso institucional da saúde, nesse segundo período esse discurso sofre alguns deslocamentos; como a expansão e diversificação dos atores, a utilização de novas ferramentas tecnológicas do Instagram, que passam a estar disponíveis (como é o caso das publicações em *collab*), a expressão e profissionalização do discurso do “médico-influencer” que surge nesse período, geralmente adotando uma lógica neoliberal do risco, para conquistar a audiência e novos pacientes. Surge também uma maior aproximação com a cultura pop e visualmente a utilização de recursos estéticos mais elaborados a partir da publicação de vídeos. Outro fator importante é a expressão das mídias especializadas que apontam para uma mudança nas formas e nos públicos a serem alcançados.

Esses novos elementos apontam para transformações no alcance da PrEP e do modo como a comunicação evolui em torno dela, reforçando um acirramento das disputas por interação e a “negociação” entre os atores e os algoritmos da plataforma por visibilidade na nova estrutura de ecossistema digital.

Considerações de percurso

O Instagram já faz parte da vida cotidiana dos brasileiros e, como outras redes sociais, é um *locus* onde circulam informações sobre variados temas, com implicações nas decisões sobre suas vidas, incluindo sobre saúde e PrEP. Neste espaço, a circulação de informações é atravessada por lógicas que reconfiguram a comunicação devido ao ecossistema marcado pela plataforma. Isto é, a comunicação não se limita à transmissão de informações biomédicas, mas é marcada por disputas por visibilidade e engajamento. A etnografia digital, ancorada na TAR, permitiu mapear atores humanos e não humanos e perceber como tais actantes conformam sentidos e controvérsias sobre a PrEP.

Ao analisar os períodos (2017–2018 e 2022–2023), percebemos que o discurso médico institucional permeia ambas as fases, coabitando com transformações em forma e performance com outras formas de comunicação.

No primeiro período (2017-2018), o discurso institucional sobre PrEP está ancorado em atores e instituições de saúde, como Ministério da Saúde, Secretarias de Saúde, ONGs e médicos infectologistas vinculados à produção, validação e divulgação científica. Esses atores operam na lógica de legitimação biomédica, pautada pela autoridade técnico-científica e pelo enquadramento da profilaxia como política pública. A comunicação estabelece-se verticalmente, com comentários nem sempre respondidos, e o Instagram funciona como vitrine para legitimar a PrEP.

No segundo período (2022-2023), coexistem a mediação institucional tradicional e performática, mantendo o discurso biomédico, mas transformado e simplificado pelas lógicas do marketing digital. O protagonismo é assumido por criadores de conteúdo — muitos deles médicos — que traduzem a linguagem técnica em estratégias de captura de atenção e clientes. Essa mudança coincide com simplificação: as evidências científicas persistem, reduzidas a frases de efeito (“*you are responsible for your risk*”, “*go to the doctor and get informed*”, “*PrEP + camisinha = dupla proteção*”), deslocadas do contexto da abordagem estrutural da prevenção combinada da OMS, onde a responsabilização individual pode substituir o cuidado coletivo.

As estratégias comunicacionais exploram engajamento por imagens, memes e eventos populares, marca da disputa entre atores e a lógica algorítmica e mercadológica, na qual a linguagem simplificada atrai mais atenção do que informações técnicas. Além das publicações em colaboração, decorrentes da transformação da interface no período, que modifica a circulação das publicações. Médicos influenciadores ganham centralidade, enquanto perfis institucionais perdem espaço ou adaptam-se ao formato dos influenciadores.

O segundo período também é marcado pelo aumento de actantes que atuam como veículos de comunicação de nicho para o público LGBTQPIAN+, disputando visibilidade e engajamento com veículos tradicionais. O @portalR7 com @jornaldarecord sendo superado pelo @gayblogbr no número de interações demonstra que a autoridade dos veículos tradicionais coabita com a segmentação algorítmica.

Destacamos, a invisibilização da PrEP como tecnologia preventiva para mulheres cisgênero que tenham interesse na tecnologia ou vivam em situações em que o preservativo não pode ser negociado, não existe dentre as publicações analisadas, posts que abordem suas necessidades específicas. Entre as poucas ginecologistas — apenas dois perfis — a abordagem limita-se a informar o que é a PrEP, sem apontar sua disponibilidade para mulheres cis e suas particularidades, mesmo após a atualização do PCDT em 2022 quando a PrEP fica disponível para pessoas acima de 15 anos.

Por fim, ressaltamos que esta pesquisa tem limitações próprias da etnografia digital em plataformas: opacidade algorítmica, volatilidade de conteúdos, atualizações de interface e restrições de acesso. A hashtag #PrEP exigiu curadoria intensa e mesmo assim não capturou publicações feitas por atores que não a utilizam e podem ser importantes na rede que se forma em torno da profilaxia. Também não foram analisados os efeitos na adesão à profilaxia, nem considerados marcadores sociais como raça, classe, gênero e território. Para futuras investigações, sugere-se explorar como o público reage às mensagens e sua influência na

busca pela PrEP, além de uma abordagem interseccional que contemple desigualdades pouco visibilizadas e tecnologias emergentes, como o Lenacapavir, não abordadas neste estudo.

Recebido em 15 de maio de 2025.
Aprovado em 25 de agosto de 2025.

Referências

AGGLETON, P.; PARKER, R. Moving beyond biomedicalization in the HIV response: implications for community involvement and community leadership among men who have sex with men and transgender people. *American Journal of Public Health*, 26 (1): 1552-1558, 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde e Ambiente. Departamento de HIV/Aids, Tuberculose, Hepatites Virais e Infecções Sexualmente Transmissíveis. *Relatório de monitoramento de profilaxias pré e pós-exposição ao HIV 2023*. Brasília: Ministério da Saúde, 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância, Prevenção e Controle das Infecções Sexualmente Transmissíveis, do HIV/Aids e das Hepatites Virais. *Protocolo clínico e diretrizes terapêuticas para Profilaxia Pré-Exposição (PrEP) de risco à infecção pelo HIV*. Brasília: Ministério da Saúde, 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. *HIV/Aids – 2024. Boletim Epidemiológico*, número especial, dez. 2024.

BRUNS, A; BURGESS, J. “Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics”. In: RAMBUKKANA, N. (Ed.). *Hashtag publics: The power and politics of discursive networks*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2015. pp. 13-27.

CALAZANS, G. J.; PARKER, R.; TERTO JUNIOR, V. Refazendo a prevenção ao HIV na 5ª década da epidemia: lições da história social da Aids. *Saúde em Debate*, 46: 207-22, 2023.

CARLÓN, M. ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido de la mediatización contemporánea? *deSignis*, 37: 245-53, 2022.

CARLÓN, M. *Circulación del sentido y construcción de colectivos: en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria - UNSL, 2020.

COSTA, S. L. M. *Risco, biomedicalização e AIDS: cobertura jornalística sobre métodos biomédicos de prevenção ao HIV*. Tese (Doutorado em Informação, Comunicação em Saúde), ICICT/Fiocruz, 2019.

COTTER, K. Playing the Visibility game: How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram. *New Media & Society*, 21 (4): 895-913, 2019.

CRUZ, L. T. DE S. Reconfiguração das práticas de edição de textualidades em ambiente digital a partir de mediações algorítmicas. *Liinc em Revista*, 17 (1): 1-17, 2021.

D'ANDREA, C. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020.

DEUZE, M. *Life in Media. A Global Introduction to Media Studies*. Cambridge: MIT Press, 2023.

FOSTER, G. Após corte de Trump, projeto para pacientes com HIV tem atendimento suspenso em Porto Alegre. *G1/RBSTV*, 03 fev. 2025.

FRANCISCO, E.; KALIANE, M. Ciência no mundo digital: o que nos diz o Instagram? *Ciência & Educação*, 30: 1-18, 2024.

GRANGEIRO, A. et al. Epidemia de HIV, tecnologias de prevenção e as novas gerações: tendências e oportunidades para a resposta à epidemia. *Cadernos de Saúde Pública*, 39: 1-12, 2023.

HELMOND, A. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1 (2): 1-11, 2015.

HINE, C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015.

HINE, C. *Virtual Ethnography*. Londres: Sage, 2000.

KARHAWI, I. Entre algoritmos, métricas de engajamento e plataformas digitais. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 23 (46): 104-14, 2024.

KEDZIERSKI, T. 90–90–90: bom progresso, mas o mundo está longe de atingir as metas de 2020. *Unaid*, 2020.

KEMP, S. Digital 2025: Brazil. *Datareportal*, 3 mar. 2025.

LATOURE, B. *Reagregando o social*. Salvador: EDUFBA, 2012.

MÁRQUEZ, I. V. *Pantallas en las sociedades hipermediatizadas*. *deSignis*, 37: 201-11, 2022.

MAYER-SCHÖNBERGER, V.; CUKIER, K. *Big data: the essential guide to work, live and learning in the age of insight*. London: John Murray, 2013.

MEJIAS, U. A.; COULDRY, N. Datafication. *Internet Policy Review*, 8 (4): 1-10, 2019.

MONKMAN, H. et al. "Information Chaos: An Adapted Framework Describing Citizens' Experiences with Information During COVID-19". In: MARCILLY, R. et al. (eds.). *Context Sensitive Health Informatics: The Role of Informatics in Global Pandemic*. Amsterdam: IOS Press BV, 2021. pp. 26-32.

MORA, C.; NELVO, R.; MONTEIRO, S. Peças de comunicação governamentais sobre as profilaxias pré (PrEP) e pós-exposição (PEP) ao HIV (2016-2019): análise de seus conteúdos e circulação entre gays, mulheres trans/travestis e trabalhadoras sexuais. *Saúde e Sociedade*, 31 (4): 1-13, 2022.

O'NEILL, M. *Instagram Business Categories List & Tips*. 03 de Out. de 2024.

OLIVEIRA, M. L. S. *Prevenção em controvérsias: as disputas em torno da PrEP no Youtube*. Tese (Doutorado em Comunicação), UFG, 2022.

PENA, É. D. et al. When prevention is the best remedy: HIV pre-exposure prophylaxis (PrEP) among adolescents gays and transgender women in Belo Horizonte, Minas Gerais State, Brazil. *Cadernos de Saúde Pública*, 39: 1-11, 2023.

POELL, T.; NIEBORG, D.; DIJCK, J. V. Plataformização. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 22 (1), 2020.

QUEIROZ, A. A. F. L. N.; SOUSA, A. F. L. Fórum PrEP: um debate on-line sobre uso da profilaxia pré-exposição no Brasil. *Cadernos de Saúde Pública*, 33 (11): 1-9, 2017.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SEGATA, J. A etnografia, o ciberespaço e algumas caixas pretas. *Revista Z Cultural*, X (01), 2015.

SEGATA, J; SEGATA, J. B. La etnografía no es minería de datos. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 30 (68): 1-27, 2024.

SIBILIA, P.; SIMONELLY, G. Doutor ou influencer? A autopromoção de profissionais da medicina brasileiros em redes sociais da internet. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, 17 (1): 1-23, 2024.

STRATHERN, M. Cutting the network. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 2 (3): 517-535, 1996.

UNAIDS. *Fact Sheet 2023: Estatísticas Globais sobre HIV – 2023*. Genebra: UNAIDS, 2023.

UNICEF. *Estratégias para o enfrentamento da epidemia de HIV/aids entre adolescentes e jovens*. Brasília: UNICEF, 2017.

VALLE, C. G. O. do. Doença, ativismo biossocial e cidadania terapêutica: a emergência da mobilização de pessoas com HTLV no Brasil. *Vivência: Revista de Antropologia*, 1 (41): 27-48, 2013.

VEGA-RAMIREZ, H. et al. Awareness, knowledge, and attitudes related to HIV pre-exposure prophylaxis and other prevention strategies among physicians from Brazil and Mexico: cross-sectional web-based survey. *BMC Health Services Research*, 22 (1): 1-12, 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Guideline on when to start antiretroviral therapy and on pre-exposure prophylaxis for HIV*. Geneva: WHO, 2015.

ZUBOFF, S. “Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação”. In: BRUNO, F. et al. (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. pp. 17-58.

VOLUME 13
NÚMERO 32
(MAIO/AGO. 2026)

ACENO

REVISTA DE ANTROPOLOGIA DO CENTRO-OESTE
ISSN: 2358-5587

PRAZO FINAL
DE SUBMISSÃO:
30 DE MARÇO
DE 2026

CHAMADA DE ARTIGOS

DOSSIÊ TEMÁTICO:

MASCULINIDADES, CURSO
DE VIDA E CUIDADO

COORDENADORXS:

DR. ESMAEL ALVES DE OLIVEIRA (UFGD)

DR. MARCOS NASCIMENTO (FIOCRUZ)

DR. CAMILO BRAZ (UFG)

A presente proposta de dossiê temático busca congrega pesquisas e reflexões voltadas a pensar e analisar a intersecção entre as construções de masculinidade(s), o curso de vida e as práticas de cuidado – incluindo o autocuidado, o cuidado em saúde e o cuidado com outros (como, por exemplo, a parentalidade). Nos interessam contribuições que busquem compreender, a partir de diversas perspectivas teóricas e metodológicas em diálogo com a antropologia e/ou com a etnografia, como repertórios simbólicos sobre masculinidade impactam a forma como homens concebem e praticam o cuidado ao longo de diferentes momentos de suas vidas. No âmbito dos estudos de gênero, observa-se uma tendência de associação da masculinidade com traços de dominação, autoridade e distanciamento emocional. Autoras como Elisabeth Badinter e Helena Hirata problematizam o quanto as normas tradicionais de gênero frequentemente estabelecem que o papel do homem esteja mais voltado para o sustento econômico e a proteção, enquanto o cuidado tem sido predominantemente atribuído às mulheres. Essa divisão contribui para a construção social de masculinidades baseada numa suposta independência e invulnerabilidade e na limitação de expressões afetivas e emocionais. Assim, se no âmbito do curso de vida, as masculinidades são influenciadas por transições e marcos prolongados, como infância, adolescência, idade adulta e velhice, desde uma perspectiva antropológica, o desafio que se apresenta é o de se levar em consideração o modo como as representações históricas e culturais da masculinidade influenciam os modos como homens se envolvem em práticas de autocuidado e de cuidado com/de outros/as. Aqui nem masculinidades, nem cuidado são categorias ontológicas, antes são compreendidas como resultantes de práticas históricas e socioculturais constituídas e atravessadas por valores, significados e normas que precisam ser situadas a partir dos marcadores sociais de diferença. Deste modo, em nossa proposta, tanto masculinidade quanto cuidado e curso de vida emergem como categorias centrais e em articulação, considerando que os modos como homens cuidam de si mesmos, de suas famílias e de suas comunidades estão intrinsecamente relacionados com modelos de masculinidade, marcadores geracionais e outras categorias de pertencimento tais como orientação sexual, identidade de gênero, raça, classe, entre outros. Portanto, serão bem-vindas contribuições que tenham como foco central de análise a intersecção entre masculinidades e práticas de cuidado; masculinidades, cuidado e emoções; masculinidades, curso de vida e cuidado; masculinidades e saúde; masculinidades, cuidado e interseccionalidade.

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Universidade Federal de Mato Grosso

32