

A netnografia da representatividade negra numa estratégia de comunicação institucional de saúde

The netnography of black representativeness in an institutional health communication strategy

La netnografía de la representatividad negra en una estrategia institucional de comunicación sanitaria

Carolina Magalhães de Souza Silva¹
Marcos Rafael Costa Belfort²
Luana Dias da Costa³
Natália Fernandes de Andrade⁴
Larissa Grandi Vaitzman Bastos⁵

RESUMO: O presente artigo discute a representatividade da população negra dentro de uma das principais plataformas de comunicação do Ministério da Saúde, questionando se as postagens estão mais próximas do racismo institucional ou da promoção de igualdade racial. Através de uma metodologia netnográfica, o estudo buscou analisar todas as postagens realizadas no perfil do Instagram do Ministério feitas no segundo semestre de 2019, estratificando manualmente todas as postagens em que era possível identificar a etnia de uma pessoa ou da caricatura de um ser humano, para fazer a respectiva contabilidade e analisar o post. Ao se analisarem as publicações, foi possível identificar três pontos importantes: o número de postagens com pessoas negras em relação às pessoas brancas; a relação entre as imagens que apresentavam mais de uma pessoa e quantas dessas pessoas eram negras; e se as imagens promoveram a promoção à saúde da população negra.

1 Sanitarista pela Universidade de Brasília, Faculdade de Ceilândia (UnB/FCE). Pesquisadora do Laboratório de Educação, Informação e Comunicação em Saúde (Lab. ECoS).

2 Graduando em Saúde Coletiva pela Universidade de Brasília (UnB). Extensionista do Laboratório de Educação, Informação e Comunicação em Saúde (Lab. ECoS).

3 Especialista em Direito Sanitário pela Fundação Oswaldo Cruz. Mestranda em Saúde Coletiva pelo Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva da Universidade de Brasília (PPGSC/UnB). Pesquisadora do Laboratório de Educação, Informação e Comunicação em Saúde (Lab. ECoS).

4 Mestre em Saúde coletiva pela Universidade de Brasília (UnB). Pesquisadora do Laboratório de Educação, Informação e Comunicação em Saúde (Lab. ECoS).

5 Professora do Departamento de Saúde Coletiva da Faculdade de Ceilândia da Universidade de Brasília (UnB/FCE). Mestre e doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).

Palavras-chave: População Negra; Comunicação em Saúde; Mídias Sociais.

ABSTRACT: This article analyzes the representativeness of the black population in one of the main communication platforms of the Ministry of Health, questioning whether the publications are closer to institutional racism or to the promotion of racial equality. Through a netnographic methodology, the study sought to analyze all publications made on the Instagram profile of the Ministry in the second half of 2019, manually stratifying all publications in which it was possible to identify the ethnic origin of a person or a cartoon of a human being, in order to do the respective accounting and analyze the post. When analyzing the publications, it was possible to identify three important points: the number of publications with blacks in relation to whites; the relationship between images with more than one person and how many of those people were black; and whether the images promoted health promotion for the black population.

Keywords: African Continental Ancestry Group; Health Communication; Social Media.

RESUMEN: Este artículo analiza la representatividad de la población negra dentro de una de las principales plataformas de comunicación del Ministerio de Salud, cuestionando si las publicaciones están más cerca del racismo institucional o de la promoción de la igualdad racial. A través de una metodología netnográfica, el estudio buscó analizar todas las publicaciones realizadas en el perfil de Instagram del Ministerio en la segunda mitad de 2019, estratificando manualmente todas las publicaciones en que fue posible identificar el origen étnico de una persona o de una caricatura de un ser humano, para hacer la contabilidad respectiva y analizar el post. Al analizar las publicaciones, fue posible identificar tres puntos importantes: el número de publicaciones con personas negras en relación con las personas blancas; la relación entre las imágenes que presentaban a más de una persona y cuántas de ellas eran negras; y si las imágenes promovieron la promoción de la salud para la población negra.

Palabras clave: Grupo de Ascendencia Continental Africana; Comunicación en Salud; Medios de Comunicación Sociales.

INTRODUÇÃO

A ampla área da comunicação em saúde aborda um eixo fundamental de atuação pró-Sistema Único de Saúde (SUS) quando deixa de lado o aspecto de que eu falo e você apenas obedece na relação com a comunidade – seja ela médico-paciente, seja Ministério da Saúde-população, seja na tomada de decisão bem-informada.

O espaço de comunicação deve ser dialógico, criando uma comunicação bidirecional, na qual o emissor recebe do receptor um feedback da mensagem passada. Um espaço de comunicação em saúde não dialógico, que não exponha conteúdos de forma a traduzir conhecimento, não é interessante ao SUS, porque não incentiva a participação social e não promove a saúde¹.

Essa relação se estabelece no meio real e também no virtual, e inclui as mídias sociais, que a partir da internet possibilitam que pessoas e grupos – até mesmo não oficiais – criem e compartilhem diferentes conteúdos e produções no formato de imagens, permitindo então uma nova forma de diálogo e de troca de experiências e conhecimento².

Podemos notar que a classe dominante em nossa sociedade utiliza recursos para manter a própria cultura latente, deslegitimando outras³. Assim, a comunicação institucional é apontada como um poder de controle social, que não promove, entre outras, a população negra, prejudicando a qualidade de vida e a ascensão social desse grupo ou desses indivíduos³.

É o que aborda Vianna com relação aos determinantes sociais, que se expressam na saúde. Isso pelo fato de existir uma hierarquia entre diversos fatores, sejam eles mais distantes ou mais próximos, que, relacionados ao modo de vida, afetam a situação de saúde de grupos ou pessoas, como é o caso da questão de raça⁴.

A Europa muitas vezes foi tida como uma referência de traço positivos e modernos vistos no interior. Alguns autores, inclusive, argumentam que o colonialismo foi uma fase necessária para a modernidade: em resumo, sem colonialismo não haveria modernidade. Com base nisso, centralizou-se o conceito decolonialidade a poder⁵, e o principal marcador das relações era a raça.

Buscando findar essa ruptura social, iniciou-se a luta decolonial, que busca a transformação social e política, da maneira de pensar, agir e viver. A decolonialidade é um caminho de luta contínuo⁶ e busca resgatar as raízes brasileiras e a igualdade, independentemente da raça.

Assim, à luz do entendimento de que o racismo institucional corresponde a uma desigualdade social que deixa um grupo em desvantagem – não por escolha, mas porque a isso foi submetido³–, esse tipo de violência se mostra “eficazmente institucionalizado nos níveis oficiais de governo assim como difuso no tecido social, psicológico, econômico, político e cultural da sociedade do país”⁷.

Discutir a visibilidade e representatividade negra nos meios de comunicação, como nas mídias sociais, é uma questão que se torna importante, porque tem relação com nossa saúde:

[...] já que são espaço de convívio, de influência, de troca de saberes, cuidado e informação. Contribuição de um dos eixos da Saúde Coletiva, ao articular ações e estratégias de Informação, Educação e Comunicação em Saúde (IEC), a partir das demandas que surgem com a intensificação da relação humana com a tecnologia³.

Esses meios de comunicação, por sua vez, apresentam-se de forma a impactar diretamente o dia a dia das pessoas reproduzindo sentidos na sociedade, o que pode interferir na situação de saúde da população. Pensando o papel da comunicação em saúde, devem-se considerar todos os diversos meios para a transmissão da informação.

O discurso que comunica e que se refere à saúde não existe apenas de forma oficial³. Os diversos transmissores de informação que incentivam a participação social de modo democrático são importantes ferramentas tanto no diálogo com instituições de saúde quanto nas tomadas de decisão para a maior efetividade das práticas na área.

Podemos discutir o papel das mídias sociais como espaço de integração e como importante ferramenta para a promoção da saúde; podemos também discutir a representatividade da população negra nesses espaços, além de seus devidos impactos.

Partindo do pressuposto de que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) considera as categorias “preto” e “pardo” como negras, podemos concluir que, de acordo com o Censo Demográfico de 2010, as pessoas negras compreendem um pouco mais de 96,7 milhões de pessoas, e as brancas somam por volta de 91 milhões de pessoas⁸. O número de negros é um pouco superior ao de brancos e, portanto, natural seria se houvesse pelo menos uma representatividade igual entre os dois grupos, mas não é o que acontece.

Ainda assim, mesmo que a população de brancos tivesse quantidade superior, o Brasil poderia e deveria promover a população de negros, por conta de sua dívida histórica para com esse grupo; afinal, o Brasil foi o último país do continente americano a abolir a escravidão. Milhões de pessoas foram sequestradas e importadas de seus países de origem e trazidas para serem escravizadas, ou seja, tratou-se de uma condição imposta a elas, diferente de quando se utiliza a palavra “escravos”. Esse cenário proporcionou uma cultura racista e de marginalização da pessoa negra, além da primeira posição no ranking de tráfico negreiro. Como consequência desse assombroso momento da história brasileira, a desigualdade racial se estabeleceu e predomina até os dias de hoje, sendo que em muitas sociedades a pirâmide hierárquica social tem como primeiro ponto de segregação a cor da pele⁸.

Tal situação histórica ocasionou uma série de consequências ao longo do tempo, principalmente no contexto midiático, no qual a visibilidade negra ocorre de forma a deixar o grupo malvisto, trazida com vitimismo e marginalização – e algumas vezes sequer existe.

Logo, há uma necessidade de se compreender a representatividade das pessoas negras nos principais meios e produtos de comunicação em saúde. Destaca-se o Ministério da Saúde (MS), instituição fundamental na execução do SUS, o qual deve promover a Política Nacional de Saúde Integral da População Negra (PNSIPN). Essa política é uma importante ferramenta na busca pela equidade em saúde, possibilitando a melhoria das condições de saúde e direito à saúde da população negra:

Incluir pessoas diversas, como da raça negra ou parda, num folder, pode parecer simples, mas causará muito mais afinidade com o público desejado – considerando o cenário brasileiro – do que apontam campanhas publicitárias de cunho muito amplo e nada inclusivo³.

Este estudo tem como foco a análise do perfil do Instagram do MS, justificando-se pelo fato de o Instagram ser uma das maiores mídias sociais do mundo e a mais acessada por brasileiros, constituindo um espaço importante de poder por conta do impacto das publicações. Justifica-se também por que o MS é o principal órgão responsável pelas maiores divulgações de campanhas e ações de saúde, de modo que é importante analisar como esse órgão busca representar as pessoas negras em suas campanhas.

Nesse sentido, objetivou-se analisar as imagens publicadas no perfil do Instagram do Ministério da Saúde, levando em consideração a dimensão do racismo institucional e da promoção da igualdade racial.

MÉTODOS

A presente pesquisa tem como ambiente de estudo o ciberespaço, a partir da percepção de que ele também poderia ser um espaço de troca de informações mediado por tecnologias⁹.

Buscando corresponder ao objetivo da pesquisa, aplicou-se como metodologia uma netnografia. Seu campo de pesquisa é relacionado à internet, a qual, segundo Corrêa¹¹, permite o estudo de objetos, fenômenos e culturas que emergem constantemente no ciberespaço a partir do desenvolvimento e da apropriação social das tecnologias da informação e de comunicação (TIC).

A netnografia é um exemplo da comutação do método etnográfico e é um método de pesquisa que, de acordo com Correa e Rozados¹¹, se baseia na observação participante e no trabalho de campo on-line, utilizando as diferentes formas de comunicação mediadas por computador como fonte de dados para a compreensão e a representação etnográfica dos fenômenos culturais e comunicacionais¹⁰.

A etnografia desde o princípio encarrega-se da observação das culturas e das comunidades humanas localizadas em espaços geograficamente delimitados. No entanto, a popularização da internet e de suas mais diversas utilizações mudou a forma como as pessoas interagem e se comunicam, possibilitando outras formas de aglutinação social, agora virtuais, on-line. O surgimento desses novos espaços exigiu uma remodelação do método etnográfico a fim de atender às necessidades das novas formas de socialização no ambiente virtual¹⁰.

De acordo com Correa e Rozados, a etapa de planejamento de uma netnografia “envolve a definição do foco e do problema de pesquisa, a escolha do tipo de fórum eletrônico mais apropriado aos propósitos do estudo e a seleção da comunidade virtual que será investigada”¹¹.

Assim, a etapa de planejamento foi realizada definindo-se o foco da representatividade negra na comunicação de uma instituição de saúde, pensando-se se as postagens estavam mais próximas do racismo institucional ou da promoção de igualdade racial. Eleita como campo de pesquisa, a mídia social do Instagram do MS foi considerada o local do ciberespaço mais apropriado ao objetivo do

estudo.

Deve-se considerar, ainda, que a página do Instagram do MS é utilizada como meio oficial de comunicação da instituição, para além do site, e que também compõe o ciberespaço, o ambiente das mídias sociais e da internet.

Utilizaram-se como material de análise as postagens realizadas no primeiro semestre de 2019 (de 1 de janeiro a 30 de junho), sendo elas fotos e ilustrações. Isso porque apenas através da coleta e da observação das imagens em si seria possível identificar e analisar a representatividade da população negra nessa mídia social. Compreendeu-se que “o campo empírico mais adequado será aquele que possibilite um entendimento maior sobre aspectos que serão investigados”¹⁰.

Os dados coletados na netnografia classificam-se em: arquivados, quando publicados de forma independente do pesquisador; extraídos, quando obtidos através da interação com o pesquisador; e os de notas de campo, que são as interpretações do pesquisador, devidamente anotadas¹⁰.

Dessa forma, considera-se que os dados da pesquisa são do tipo arquivados e os de notas de campo, já que as imagens foram coletadas por meio mecânico ou manual, através de cópias de tela, e enumerados com o auxílio da plataforma Canva, e as informações foram organizadas em banco de dados do Microsoft Excel, com anotações.

No período mencionado anteriormente, foram identificados 627 posts; destes, 343 foram excluídos segundo os critérios de exclusão: imagem que não apresenta qualquer personagem visível, ou imagem que possui personagens cuja etnia não pode ser definida, como no caso de sombras, silhuetas, desenhos, entre outros.

Compreendendo-se o processo de análise netnográfica, foram estabelecidas as três macrocategorias, organizadas num quadro com o registro dos dados das imagens. São elas: o número de identificação de cada imagem, a caracterização das personagens e a promoção ou não da visibilidade negra. As subcategorias definidas na pesquisa, incluídas na caracterização das personagens, são: a heteroclassificação da etnia, a disposição da personagem na foto e, por fim, se o papel representado pela personagem é o de um profissional de saúde ou o de um usuário.

A heteroclassificação permitiu verificar a quantidade de personagens de cada etnia e em cada imagem, compondo a resposta da principal questão: se o MS, por meio do Instagram, promoveu ou não a representatividade negra. Apesar de os aspectos fenotípicos se destacarem no momento da heteroclassificação, não é possível desconsiderar o aspecto social do grupo observado¹¹, porque a pessoa faz parte de um povo não apenas por seu caráter fenotípico. Mas, por outro lado, já que a formação histórica e cultural do povo negro no Brasil não deixa de ser estereotipada nas desigualdades ou de maneira agressiva e negativa, por que os mesmos estereótipos não podem ser utilizados para corroborar a visibilidade e a promoção positiva desse público?

Com isso, as outras duas categorias observadas, referentes à disposição da personagem na foto – se centralizada, de tamanho menor ou ao fundo – e ao papel representado – se é o de um profissional de saúde ou o de um usuário –, responderam, finalmente, se cada imagem promovia ou não a representatividade negra.

O surgimento das categorias coincide com o que a literatura aponta: por definição, “A netnografia envolve uma abordagem indutiva da análise de dados qualitativos”¹⁰. Assim, elas emergem por conta da busca por responder ao problema de pesquisa; conseqüentemente, os resultados devem surgir de tal observação e interpretação dos fenômenos do estudo, e não apenas sob as teorias preexistentes:

Isso não significa, porém, que a base teórica da pesquisa deve ser desconsiderada. [...] O resultado da análise será uma interpretação dos fenômenos observados, relacionando as constatações e *insights* obtidos a partir dos dados empíricos com os conhecimentos consolidados na literatura¹⁰.

Essa distinção dentre os dados coletados acabou gerando os três resultados esperados. Foi possível identificar o total de personagens de cada etnia, o total de imagens que apresentam personagens negras e, com isso, de forma qualitativa, se o material promove ou não a visibilidade da população negra – o ponto principal da discussão. O estudo responde também de forma quantitativa, fornecendo o total de imagens que promoveram ou não tal população.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

No recorte temporal delimitado na metodologia do estudo, o MS postou 627 imagens. Todas foram coletadas em ambiente on-line para uma primeira análise, que teve início no dia 18 de setembro de 2019, após a contabilização de todas as publicações no tempo estipulado. Destaca-se o fato de que este artigo é fruto de um trabalho de conclusão de curso de graduação em Saúde Coletiva, no qual constam os detalhes da pesquisa em maior profundidade.

Para tanto, a fim de contemplar o objeto deste estudo, a amostra da pesquisa foi elaborada com 231 unidades de análise contidas no universo inicial. Utilizou-se na pesquisa o termo “personagem”, e não “pessoa”, visto que muitas vezes trata-se de animações ou ilustrações que não são fotos de pessoas reais, mas que também constroem o imaginário social. Destaca-se ainda que nas postagens com múltiplas imagens foi considerada apenas a primeira, assim como nas postagens de vídeos.

A heteroclassificação de raça definida no processo metodológico foi realizada ponderando-se os diferentes modos como cada pessoa pode ser vista na sociedade – ou seja, com relação ao mercado de trabalho, aos padrões de beleza, ao atendimento nos serviços de saúde – e pensando nos reduzidos espaços que, por exemplo, a população negra ainda ocupa no Brasil.

Apesar da necessidade que se construiu ao longo do tempo e dos censos do IBGE de que os entrevistados realizassem a autoclassificação de raça¹¹, foi inevitável para esta análise a

heteroclassificação, que, ao contrário, parte do olhar do observador.

Iniciando a netnografia, a Figura 1 exemplifica as personagens dos dois grupos analisados, negros e brancos, além de apontar uma personagem sem etnia classificada.

Figura 1. Exemplo de personagens heteroclassificadas com relação às três categorias de raça da análise

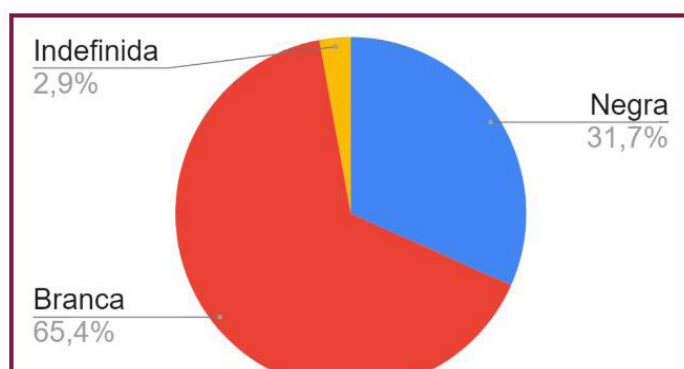


Fonte: Instagram do Ministério da Saúde. Disponível em: Silva, 2019³

Na Figura 1, a mulher à direita foi definida como profissional de saúde por conta do jaleco que utiliza. Ela fala e gesticula com uma mãe ou cuidadora, que segura um bebê no colo. Na análise, a profissional de saúde foi considerada negra, a mãe, branca e o bebê, com etnia indefinida. De maneira semelhante, a análise prosseguiu, buscando classificar a etnia de cada pessoa e personagem.

Assim, o primeiro resultado da pesquisa aponta que, das 231 imagens, foi encontrado um total de 382 personagens, com 11 (2,88%) que não tiveram a etnia definida pelos autores do trabalho. Destaca-se que 121 (31,67%) personagens foram consideradas negras, enquanto 250 (65,44%), brancas (Gráfico 1).

Gráfico 1. Número de personagens segmentadas por grupos étnicos analisados nas imagens com personagens com etnia definida do início de 2019, coletadas do Instagram no Ministério da Saúde



Fonte: Silva, 2019³

Relacionando esse primeiro resultado apresentado com a literatura, cabe mencionar o estudo semelhante realizado por Silva e Monteiro (2018) sobre a representatividade da mulher negra em cartazes publicitários do Ministério da Saúde. Os resultados encontrados pelas pesquisadoras assemelharam-se ao nosso, havendo maior presença de mulheres brancas (75,6%) do que de mulheres negras (29,1%).

Nota-se o quanto os ambientes on-line são utilizados como meio de expressão individual e coletiva; eles não deixam de ser espaços sociais e de circular as diversas “representações de identidade e de individualidade”¹². Por isso, vale enfatizar mais uma vez a necessidade da inclusão de personagens negras nos conteúdos comunicativos do MS no Instagram, tendo em vista a pequena quantidade de personagens da etnia negra encontrada.

O segundo resultado foi obtido ao se quantificarem as imagens do perfil do Instagram do MS no aspecto racial, resultado obtido também por conta da subcategoria da heteroclassificação da etnia.

Percebeu-se que, do total de 231 imagens do objeto de análise, apenas 85 (36,8%) apresentaram ao menos uma personagem negra e, em estridente contraponto, considerou-se que 174 (75,3%) imagens apresentam ao menos uma personagem branca, após a heteroclassificação das personagens de cada figura. Ou seja, sendo a categoria de brancos a de maior representatividade, isso apontou para um retrato do registro branco que passa pela invisibilidade negra¹³. Cabe ressaltar que, entre todas as 231 imagens do objeto, havia imagens com ambas as etnias e com personagens de etnias indefinidas.

Convergindo com a discussão, considerou-se a compreensão do que é uma imagem: além de ser uma representação visual, figura ou fotografia, ela é uma composição de significados e sentidos, que interage com atores e situações¹⁴, que pode manter ou ressignificar o imaginário que temos sobre algo – ainda mais quando atrelada à comunicação¹¹, neste caso, às mídias sociais como o Instagram.

As mídias são uma das fontes de sentido da vida em sociedade que surgem de diferentes campos ou grupos sociais, e por isso vêm se tornando cada vez mais importantes na formação da identidade, na vivência com o outro e na (re)produção de culturas¹².

Por fim, quanto ao terceiro resultado, que se refere ao entendimento subjetivo sobre se as imagens promoverem ou não a população negra, destaca-se que o resultado foi encontrado apenas depois de a definição das três subcategorias da caracterização das personagens ter sido realizada. São elas a própria heteroclassificação da etnia, além da disposição e dos papéis representados pelas personagens em cada imagem.

Destacam-se dois exemplos. A Figura 2 é um exemplo criticado. Trata-se do incentivo de que as pessoas sejam fisicamente ativas, por ser uma das formas de se proteger contra o câncer, contendo sete personagens. Dentre eles, considerou-se que há cinco personagens brancas e apenas duas

negras. Por isso, considerou-se que o produto não promove a visibilidade negra, apesar de existir a cota de pessoas negras.

Nesse caso, a subcategoria da heteroclassificação se sobrepôs, mas também a disposição das personagens, já que nenhuma das que são negras está ao centro. Quanto à subcategoria do papel representado, as duas personagens negras são mulheres, e uma delas é uma criança. Não apareceu nenhum homem negro, sendo branco, por exemplo, o trabalhador – uma posição bem-vista na sociedade –, que, por acaso, está centralizado na arte.

Figura 2. Exemplo de produção que não promove a representatividade negra



Fonte: Instagram do Ministério da Saúde. Disponível em: Silva, 2019³

Percebendo-se esses detalhes, sugere-se a atenção não tanto para a motivação, mas para a percepção do fato. Por que a imagem não foi simplesmente preparada com mais personagens negras ou com personagens negras em destaque positivo? Dá-se algo como a violência invisível apontada por Sueli Carneiro¹¹, que especifica o problema também ressaltando a questão de gênero:

Esses são os efeitos da hegemonia da “branquitude” no imaginário social e nas relações sociais concretas. É uma violência invisível que contrai saldos negativos para a subjetividade das mulheres negras, resvalando na afetividade e sexualidade destas. Tal dimensão da violência racial e as particularidades que ela assume em relação às mulheres dos grupos raciais não-hegemônicos vem despertando análises cuidadosas e recriação de práticas que se mostram capazes de construir outros referenciais¹¹.

Aparecem, mais uma vez, as coincidências cotidianas que formam nossa cultura, opinião, estereótipos, imaginário social e preconceitos, que devem ser eliminadas e que, para isso, contam por exemplo com a Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial (PNPIR)¹⁸, elaborada neste sentido:

Considerando que o Governo Federal pretende fornecer aos agentes sociais e instituições

conhecimento necessário à mudança de mentalidade para eliminação do preconceito e da discriminação raciais para que seja incorporada a perspectiva da igualdade racial [...]¹⁸.

Exemplo de produção considerada como promotora da população negra, a Figura 3, abaixo, aponta quatro personagens negras entre as cinco presentes, o que já representa maior quantidade de identidades negras. Isso pode vir a influenciar positivamente outras pessoas e conferiu à figura o título de promotora da igualdade racial quanto ao conteúdo.

Entre as cinco personagens, dois possíveis médicos são indiscutivelmente negros, ou seja, estão representados numa posição social vantajosa, de trabalhador, de trabalhador da saúde e de uma profissão muito bem-vista. Por isso, infere-se também que é um conteúdo que promove a equidade racial.

Figura 3. Exemplo de produção que promove a representatividade negra



Fonte: Instagram do Ministério da Saúde. Disponível em: Silva, 2019³

Ainda sobre a Figura 3, apesar de as pessoas estarem todas lado a lado, indicando igualdade de poder, a única pessoa branca, por coincidência, está ao centro.

Essa questão da disposição das pessoas numa imagem – se centralizada, de tamanho menor ou ao fundo– complementa a descrição da promoção ou não da visibilidade de um grupo estratégico, quando pensamos que, para a composição de uma imagem com significados próprios, são utilizados os elementos plásticos, como as cores, tamanhos e enquadramento, além dos elementos figurativos. Ou seja, essa elaboração torna-se, em alguma medida, proposital e guiada quanto a esses aspectos, que poderão ser percebidos de imediato ou não, com certeza ou não, de forma positiva ou não, como explica Martine¹⁶:

A composição, ou geografia interior da mensagem visual, é um dos seus utensílios plásticos fundamentais. Tem um papel essencial na hierarquização da visão e, portanto, na orientação da leitura da imagem. Em qualquer imagem (pintura, plano cinematográfico, desenho, imagem de síntese, etc.), a construção é essencial – respeita ou rejeita um certo número de convenções elaboradas ao longo das épocas e varia de acordo com os períodos e os estilos¹⁶.

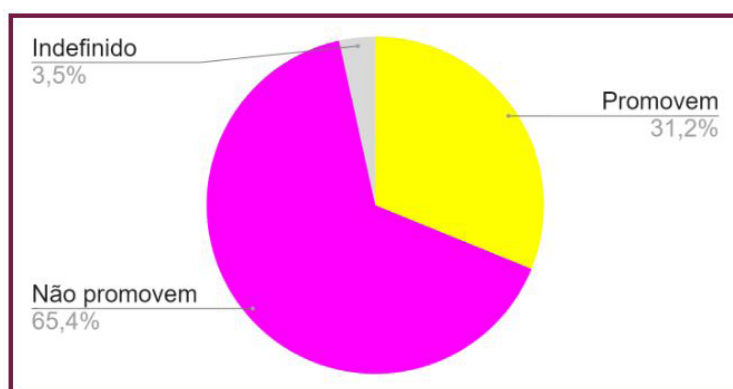
Já a posição social representada – nesse caso, em específico, quanto às quatro personagens negras vistas como profissionais de saúde – contribui para a discussão, quando consideramos a questão da falta de acesso desse grupo ao mercado de trabalho e à educação, dentre outros determinantes sociais de saúde. “É sobejamente conhecida a distância que separa negros e brancos no país no que diz respeito à posição ocupacional.”¹⁵

Carneiro aponta a mudança que se faz necessária:

Existe uma consciência crescente entre as mulheres negras de que os processos relacionados à globalização e à nova ordem mundial requerem novas formas de ação e, nesse sentido, tratar a comunicação como um nexos de empoderamento tem sido fundamental para garantir-lhes uma representação positiva bem como a visibilização do processo de mobilização e de lutas¹⁵.

Tal discussão ao redor de todas as imagens coletadas, enumerando-se as que promovem ou não a visibilidade negra observando-se a disposição e a quantidade de personagens negras e brancas por cada imagem, possibilitou a elaboração do Gráfico 2.

Gráfico 2. Número de imagens com personagens com etnia definida, coletadas do Instagram no MS do início de 2019, relacionadas à promoção da visibilidade negra



Fonte: Silva, 2019³

Percebe-se que, apesar de também terem sido observados bom exemplos de imagens que promovem os negros (31,2%), como o da Figura 3 mencionada, a maior parte das produções (65,4%) não corrobora para a visibilidade adequada de pessoas negras, como apontou o Gráfico 2.

Por fim, com a quantificação das imagens do perfil do Instagram do MS no aspecto racial e com a realização da heteroclassificação de raça das personagens das imagens coletadas, analisando-se de forma mais subjetiva se elas promovem representatividade e visibilidade negra, considerou-se que em geral a proposta do perfil se aproximou do racismo institucional.

Percebeu-se que a voz do MS, na mídia social em questão, desprende-se da necessidade de se fortalecer o princípio da equidade do SUS, que se refere ao tratamento dos desiguais de forma

desigual, a fim de reduzir a vulnerabilidade em saúde.

Considerou-se, ainda, que a instituição não apresenta ou não destaca positivamente a população negra em seus conteúdos, o que reproduz a ideia de menor poder ou ocupação social dessas pessoas. A prática de expor um grupo vulnerável como a população negra de forma negativa ou superficial, especialmente na mídia, é um fato que perpetua a discriminação racial¹⁵.

É no sentido de visibilizar e promover a autoestima de grupos estratégicos por meio dos sentidos emanados pelas imagens que se estabelece a relação das mídias sociais com a saúde³, já que a hegemonia da branquitude prevalece como cultura única, principal ou superior, mantendo essa violência simbólica. Isso ocorre com a criação e recriação cotidianas de estereótipos que, por sua vez, tornam-se um forte disparador da discriminação racial, o que gera consequências drásticas também na saúde individual e coletiva¹⁵. Quando essa atitude vem não apenas de pessoas, o perigo é ainda maior, por conta do poder de instituições oficiais, especialmente as de saúde, de legitimar modos de pensar e agir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão desta análise, percebe-se que, quanto ao que as instituições de saúde comunicam, ao menos quando se tratado perfil do Instagram do MS e do aspecto racial demonstrado, ainda são necessárias atualizações nos conteúdos e possivelmente durante a produção e veiculação no ciberespaço, como nas mídias sociais.

A fim de dar apoio à VI Diretriz da Política Nacional de Saúde Integral da População Negra, que aponta para o “Desenvolvimento de processos de informação, comunicação e educação, que desconstruam estigmas e preconceitos, fortaleçam uma identidade negra positiva e contribuam para a redução das vulnerabilidades”¹⁷, recomenda-se que os produtos veiculados no Instagram do MS levem a repensar a questão racial e da representatividade negra.

Para além disso, a Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial (PNPIR) indica a implementação de políticas desse tipo em áreas como trabalho, cultura e comunicação, educação e saúde¹⁸, corroborando a conclusão deste estudo.

Para além da relação com a teoria da representação social, este trabalho provoca uma reflexão para a mudança da sociedade como um todo quando se fala da questão racial, mas não apenas nesse sentido.

Como mudança cultural que pode vir a influenciar a formação de identidades com representações positivas, ou pelo menos mais variadas, do povo negro no Brasil, sugerimos utilizar ou divulgar em ambientes on-line – mas não somente neles – conteúdos com pessoas negras, mesmo que você não seja dessa etnia. Da mesma forma, sugerimos que os elogios às crianças negras sejam muito mais

frequentes, que os cabelos crespos sejam considerados tão bonitos quanto os lisos, que os jovens negros não estejam nas taxas de óbito, mas sim nas faculdades e posições de destaque e de tomada de decisão da sociedade.

São pequenos gestos e atitudes cotidianas que também nos permitem reformar o imaginário social discutido e que estão ao nosso alcance individual para o enfrentamento da problemática.

Ademais, ratifica-se quão imprescindível e urgente é que as mudanças também aconteçam no coletivo e nos ambientes on-line, como na prestação de serviços e nas emissões de opinião das instituições, especialmente as públicas e as de saúde, quando ainda notamos tantos e tamanhos casos racistas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ministério da Saúde. Informação, Educação e Comunicação: Uma estratégia para o SUS. 1996.
2. Thomaz GM, Biz AA, Pavan CS. Análise das Ações de Marketing em Mídias Sociais pelas Destination Management Organizations (DMO): um Estudo Comparativo da Promoção Turística no Facebook. *Pasos*, 14(2), 543-559.
3. Silva CMS. A visibilidade do negro no Instagram do Ministério da Saúde. Distrito Federal. Trabalho de Conclusão de Curso [Graduação em Saúde Coletiva] - Universidade de Brasília. 2019.
4. Vianna LAC. Determinantes Sociais de Saúde: processo saúde doença [internet]. [Acesso em: 10 mar. 2020] Disponível em: <https://www.unasus.unifesp.br/biblioteca_virtual/pab/7/unidades_conteudos/unidade05/unidade05.pdf>.
5. Bernardino-Costa J., Grosfoguel R. (2016). Decolonialidade e perspectiva negra. *Sociedade e Estado*, 31(1), 15-24. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69922016000100015&script=sci_arttext>.
6. Tolentino ÁB (2018). Educação Patrimonial Decolonial: perspectivas e entraves nas práticas de patrimonialização federal. *Sillogés*, 1(1), 41-60. Disponível em: <<http://historiasocialecomparada.org/revistas/index.php/silloges/article/view/12>>.
7. Nascimento Ad. O Genocídio do Negro Brasileiro. Processo de um Racismo Mascarado. Rio de Janeiro. EDITORA PAZ E TERRA S/A, 1978.
8. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [internet]. Tabela 3175. População Tempus, actas de saúde colet, Brasília, 14(2), 87-102, jun, 2020. Epub abr 2021 ISSN 1982-8829

Residente por Raça ou Cor, segundo a situação de domicílio, o sexo e idade. [acesso em 13 mar 2020]. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/3175#resultado>>.

9. Silva NIRd. Racismo na Mídia e a Representatividade (ou não) de MV BILL. Rio de Janeiro. Trabalho de Conclusão de Curso [Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo] - Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2013.

10. Zanini D. “Etnografia em mídias sociais.” Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão (2016): 163-186.

11. Corrêa MV, Rozados HBF. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação; 2017.

12. Thomas I, Hughes E, Dewey J, Mead GH, Blumer H, Warner WL&Goffman E. INTERAÇÕES DIGITAIS: USOS SOCIAIS DA INTERNET EM PERSPECTIVA ETNOGRÁFICA. Disponível em: <http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2014/relatorios_pdf/ccs/COM/COM-Gabriela%20Gomes.pdf>.

13. Viana JMS. Racismo e materiais de divulgação institucionais: uma discussão que passa pela escola. 4 de março de 2016 [citado 10 de junho de 2020]; Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/33181>.

14. Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Série Estudos e análises: Informação Demográfica e Socioeconômica. Ministério do Planejamento. Rio de Janeiro. [Acesso em: março 2020.] 2013. Disponível em:<<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63405.pdf>>.

15. Carneiro S. Mulheres em movimento. Estudos avançados, vol.17, no.49. São Paulo, 2003.

16. Martine J. A Imagem e a Teoria Semiótica. In: _____. Introdução à Análise da Imagem. Título original: Introduction à l’analyse de l’image. Paris: Éditions Nathan, 1994. Tradução: José Eduardo Rodil. Lisboa, Ed. 70. 2007.

17. Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa. Departamento de Apoio à Gestão Participativa e ao Controle Social. Política Nacional de Saúde Integral da População Negra : uma política para o SUS / Ministério da Saúde, Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa, Departamento de Apoio à Gestão Participativa e ao Controle Social. – 3. ed. – Brasília : Editora do Ministério da Saúde, 2017.

18. Brasil. Decreto No 4.886, DE 20 DE NOVEMBRO DE 2003. Política Nacional

de Promoção da Igualdade Racial - PNPIR [internet]. 2003. [citado 10 nov. 2019]Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4886.htm>.

Artigo recebido em março de 2020

Artigo aprovado em junho de 2020

Artigo publicado em fevereiro de 2021