A EPIDEMIA DE ZIKA VÍRUS PELO OLHAR DA IMPRENSA: ESTUDO DAS IMAGENS PUBLICADAS NOS PERFIS DE MÍDIA NO TWITTER

Johanna Inácia Honorato¹
Fábio Gomes Goveia²

Resumo

Esse trabalho analisa as imagens que circularam nos perfis de mídia dentro da rede social Twitter durante a epidemia de Zika Vírus. Para tanto, coletamos seis milhões de publicações de março de 2015 a fevereiro de 2016, das quais selecionamos as imagens publicadas pelos principais perfis de mídia do Brasil entre 22/11/2015 e 29/02/2016. As 3.308 imagens resultantes foram estudadas a partir de método quali-quantitativo. A análise resultou nas seguintes categorias: Causa/vetor, Vítimas, Autoridades Oficiais e Cura. Concluímos que 1) a imprensa reforça uma narrativa que culpabiliza a população pela epidemia, já que o mosquito é o maior vilão, desconsiderando questões como a falta de saneamento básico e deficiência de políticas públicas, e 2) as principais vítimas - mulheres e bebês - são anônimos resumidos à dor e ao sofrimento enquanto são explorados pelo foto-choque.

Palavras-chave: mídia; twitter; imagem; zika virus

Abstract

This work analyzes the images that circulated during the Zika Virus epidemic in the media profiles within the social network Twitter. To this end, we collected 6 million publications from March 2015 to February 2016, of which we collected images published by the main media profiles in Brazil between 11/22/15 and 2/29/16. The 3,308 resulting images were studied using a quali-quantitative method. The analysis resulted in the following categories: Cause / vector, Victims, Official Authorities and Healing. We conclude that the press reinforces a narrative that blames the population for the epidemic, since the mosquito is the biggest villain, disregarding issues such as the lack of basic sanitation and the lack of public policies, and 2) the main victims - women and babies - they are anonymous reduced to pain and suffering as they are explored by the photo-shock.

Palavras-chave: media; twitter; image; zikavirus

Introdução

A sociedade ocidental contemporânea tem como figura central a presença do visual na construção da cultura (ROSE, 2016). Cultura não é apenas um conjunto de coisas, mas um conjunto de práticas, levando ao “compartilhamento de sentidos” (HALL, 2016).

Estamos cercados por tecnologias que pressupõem a utilização do nosso aparelho

¹ Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, na Universidade Federal do Espírito Santo; johanna.honorato@gmail.com

² Professor no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, na Universidade Federal do Espírito Santo, Orientador; fabio.goveia@ufes.br

visual ou que produzem conteúdo visual, como por exemplo as câmeras fotográficas e filmadoras, e os displays, como televisores, monitores de computador e celulares. A popularização e o barateamento de aparelhos fotográficos juntamente com a facilidade no acesso à internet e o surgimento dos mais variados sites de redes sociais, contribuíram de forma significativa para um aumento na quantidade de imagens produzidas (GOVEIA, CARREIRA, 2014). Todas as experiências humanas agora são passíveis de serem registradas e fotografadas como se houvesse uma necessidade de comprovar que aquilo realmente aconteceu: viagens, eventos familiares, guerras, atos políticos, epidemias.

Fotografias que antes eram reveladas aos poucos e ficavam limitadas aos álbuns familiares agora possuem mais espaço com a popularização das tecnologias digitais de compartilhamento de imagens. Elas são criadas e deletadas em um toque dos dedos, modificadas e melhoradas como em um passe de mágica, armazenadas em “nuvem” e compartilhadas em perfis virtuais de amplo acesso aos nossos “amigos”, seguidores e até mesmo “haters” (HONORATO, 2020).

A “virada pictórica” (MITCHELL, 2017, p. 165) nessa cultura visual (ROSE, 2016) pode ser exemplificada no surgimento de plataformas destinadas unicamente ao compartilhamento de imagens, como o Instagram³, Pinterest⁴ e Flickr⁵. Mesmo outros sites cujo conteúdo não é exclusivamente imagético, como Facebook⁶ e Twitter⁷, a presença de imagens nas postagens também mostra como há essa demanda contemporânea por imagens.

Se outrora as fotografias eram apreciadas durante intervalos de tempo prolongados, uma ou mais vezes, por um pequeno grupo, mais tarde se tornaram quase onipresentes (as mídias impressas e eletrônicas) para milhões de pessoas; hoje podem ser transmitidas ou buscadas online, em escala planetária, pelos meios eletrônicos. Nesse processo, as imagens passaram a ser apreciadas mais rapidamente e, pelo volume e redundância, beiram à saturação. (KOSSOY, 2007, p. 135)

Como no universo fotográfico mencionado por Flusser (1985, p.36), vivemos e baseamos nossas relações sociais em imagens, conhecendo o mundo por meio de uma colagem formada por fotografias vindas dos mais diversos lugares. Por um lado, trocam-se as experiências com o mundo real por experiências mediadas por imagens, mas por outro,

³ <https://www.instagram.com/>

⁴ <https://br.pinterest.com/>

⁵ <https://www.flickr.com/>

⁶ <https://www.facebook.com/>

⁷ <https://twitter.com/>

abrem-se possibilidades de novas experiências que talvez nunca pudessem ser realizadas (BASTOS, MERCEA, GOVEIA, 2021).

As imagens hoje são uma das chaves para se compreender o desenrolar dessa cultura visual contemporânea e se tornam objeto fundamental no estudo de fenômenos sociais, econômicos e históricos. Os tipos de imagens que são compartilhadas sobre um determinado evento moldam a nossa concepção da realidade e a nossa própria visão de mundo. Isso se reflete também nas imagens compartilhadas durante a epidemia de Zika, ocorrida entre 2015 e 2016. O presente trabalho investiga as imagens publicadas por perfis de veículos de comunicação no Twitter durante a emergência sanitária que atingiu principalmente o Brasil.

Estudar as informações difundidas pela mídia se justifica, uma vez que elas atingem um grande número de pessoas e carregam em si um sentido de autoridade, por mais que haja um movimento de descrédito da instituição jornalística (RAMONET 2013; SERRANO, 2013). Ao associar a autoridade da mídia, a penetração que esses perfis midiáticos têm nos diversos grupos sociais online, a aparente realidade fotográfica e os sentidos contidos nas imagens publicadas pode-se perceber uma combinação de fatores capazes de estabelecer o que vemos e conseqüentemente o que pensamos sobre os assuntos veiculados todos os dias.

A epidemia de Zika no Brasil teve início em março de 2015, quando houve o primeiro relato à OMS de uma doença caracterizada por erupção cutânea, com aproximadamente sete mil casos suspeitos nos estados nordestinos. Em maio de 2015 houve a confirmação da presença do Zika adquirido de modo autóctone, isto é, quando a doença é contraída no lugar onde o indivíduo reside. Em outubro, o governo brasileiro reportou um “aumento incomum de casos de microcefalia entre recém-nascidos” declarando em novembro uma emergência sanitária nacional (FORMENTI, 2015).

Em janeiro de 2016, o Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) publicou evidências que apontavam a forte relação entre os casos de microcefalia e a Zika, com traços do vírus sendo encontrados nos fluidos amnióticos e nos cérebros de dois recém-nascidos (BRANSWELL, 2016). Com diversos casos do vírus pela América Latina, o Brasil tornou-se ator principal da narrativa desse novo surto epidêmico, com repercussão nacional e internacional em todas as mídias e redes sociais de alcance global, em especial, no Twitter.

A imprensa teve papel fundamental durante a epidemia, divulgando informações, orientações e difundindo conhecimento sobre a doença. Mas em muitos momentos também evidenciou preconceito e circulou informações imprecisas. Isso ficou evidente ao analisarmos mais de 3 mil imagens, resultantes de quase 7 mil publicações de perfis de mídia no

Twitter entre março de 2015 e fevereiro de 2016. Após a categorização constatamos que quase metade das imagens colocavam o vetor da doença - o mosquito - como figura central, deixando as cenas de vítimas como tema de 22% das publicações.

Metodologia

A metodologia desta pesquisa está em consonância com outros estudos que demonstram a necessidade de aplicar “métodos digitais” (ROGERS, 2015) para uma abordagem mais precisa nas investigações dos fenômenos sociais da cultura contemporânea (GOVEIA et al, 2014; SOUZA et al, 2014; HONORATO, CARREIRA e GOVEIA, 2014).

Esse trabalho analisou as imagens que circularam no Twitter durante a epidemia de Zika, a partir de uma base de dados de 6,25 milhões de tweets com termos relacionados à epidemia - tais como zika, zikavirus, zika vírus, microcefalia -, coletados entre março de 2015 e fevereiro de 2016. Dessas publicações realizamos uma filtragem para obter apenas aquelas realizadas por perfis de mídia com maior número de seguidores no fim de 2015 (Tabela 1). Assim, o recorte analisado foi de 6.923 tweets, que publicaram 3.308 imagens.

Tabela 1 - Lista de Perfis de Mídia com maior número de seguidores no Twitter em 2015.

Nome	Perfil	Seguidores
G1	@g1	7.782.926
VEJA	@veja	6.873.913
Folha de São Paulo	@folha	4.418.907
Jornal O Globo	@jornaloglobo	4.156.566
Portal R7	@portlr7	4.086.079
Estadão	@estadao	3.963.281
TV Record	@tvrecord	3.817.208
Globo News	@globonews	2.236.670
Revista Época	@revistaepoca	1.977.825
UOL Notícias	@uolnoticias	1.897.403
Exame	@exame	1.275.989
Carta Capital	@cartacapital	1.155.577
BBC Brasil	@bbcbrasil	956.236
Valor Econômico	@valor_economico	877.367
Revista ISTOÉ	@revistaistoe	867.207
Bom Dia Brasil	@bomdiabrasil	825.165
UOL	@uol	759.474
Zero Hora	@zerohora	662.791
Bem Estar	@bemestar	514.260
Jornal do Brasil	@jornaldobrasil	499.859
Jornal O Dia	@jornalodia	415.578
RedeTV	@redetv	265.355
SBT Jornalismo	@sbtjornalismo	259.059
Diário de Pernambuco	@diariope	249.951
Correio Braziliense	@correio	189.936
Estado de Minas	@em_com	148.406
EBC Na Rede	@ebcnarede	42.381

Fonte: HONORATO, 2020

Resultados

Após análise quantitativa e qualitativa (MINAYO, 2007; ROSE, 2016) foram identificadas as seguintes categorias: a) Causa/Vetor; b) Vítimas; c) Autoridades Oficiais; e d) Cura. Para chegarmos nestas categorias, aplicamos o método misto, a partir de recomendações de Rogers (2015) e Rose (2016).

A categoria Causa/Vetor engloba majoritariamente conteúdos relacionados ao vetor de transmissão da doença (*Aedes Aegypti*), tanto a imagem do próprio mosquito quanto as ações de combate e prevenção. Já no grupo Vítimas estão os grupos mais afetados pela epidemia, com um tom fortemente voltado para as grávidas e seus bebês em meio aos casos relacionando a microcefalia e ao Zika. As imagens que mostram o caráter médico e farmacêutico da doença estão agrupadas na categoria Cura. Por fim, o conjunto de imagens com personalidades públicas, líderes e políticos resultou na categoria Autoridades Oficiais. As imagens cujo sentido em relação à epidemia não ficou claro foram consideradas como não categorizadas.

Gráfico 1 - Quantidade de imagens por categoria

Fonte: autores, a partir de coleta de dados do Twitter

Das imagens coletadas, 1589 (47,8%) foram rotuladas como Causa/Vetor, seguido de 716 (21,5%) imagens de Vítimas, 453 (13,6%) de “Autoridades oficiais”, 307 (9,3%) de “Cura” e 255 (7,6%) se enquadraram como “Não categorizadas”. Para esse artigo, nossa análise irá focar nos dois primeiros grupos que juntos, atingem cerca de 70% das imagens totais da epidemia.

Análise e discussão

Após a coleta e o processamento dos dados, analisamos o discurso visual da mídia brasileira na cobertura da epidemia de Zika entre 2015 e 2016.

Causa/Vetor

A categoria Causa/Vetor foi a maior categoria, com 1589 imagens, compreendendo quase metade do corpus (48%), e foi caracterizada pelo foco em todas as questões associadas ao vetor de transmissão, o *Aedes Aegypti*. Observamos os seguintes subgrupos: imagens do mosquito, combate ao inseto, condições ambientais e repelente. O mosquito é um dos protagonistas dentro da narrativa imagética da epidemia. Há variedade de ângulos, composições e enquadramentos, com ele aparecendo de diversas formas: sozinho ou em grupo, grudado em mosquiteiros, em fase larval, contraluz, e close mostrando o inseto com seu corpo listrado alimentando-se de sangue.

Figura 1 - Montagem com fotos de mosquitos presentes na coleta de dados

Fonte: Twitter

Por mais que ele seja um inseto pequeno, com no máximo 1 centímetro de comprimento, os perfis de mídia buscam utilizar sempre a sua imagem ampliada, rompendo com a escala real. Isso pode ser entendido como um duplo movimento: serve para manter as

características do mosquito na mente das pessoas, mas também para equipará-lo ao tamanho do perigo que ele representa.

Figura 2 - Exemplos de imagens que retratam o mosquito em close

Fonte: Twitter

Quando exibido em seu tamanho real, raramente está sozinho. Assim, o sentido buscado é a quantidade: os mosquitos existem aos milhares, e quanto mais insetos, maior a possibilidade de espalhamento da doença. Reforça a narrativa da necessidade de luta contínua contra o vetor, mostrando que apesar de pequenos, há muitos deles circulando pelo país.

Figura 3 - Exemplos de imagens que retratam grupos de mosquitos

Fonte: Twitter

O mosquito então se revela como a personificação da enfermidade, o vilão que faz com que a população adoça. A “luta” contra a doença acaba sendo distribuída igualmente entre os cidadãos, colocando em segundo plano questões como a universalização do acesso ao saneamento básico, por exemplo.

Todas as propagandas de combate ao *Aedes aegypti*, você vê um foco muito importante nas pessoas, as pessoas são responsáveis por isso. Não se fala do fracasso de todas as políticas públicas dos últimos 40 anos no Brasil (TODO, 2018. 9min24s - 10min22s)

Figura 4 - Exemplos de imagens que trazem o sentido de combate ao mosquito

Fonte: Twitter

Observamos também a presença dos agentes responsáveis pela fiscalização dos focos do mosquito, trazendo em forma imagética a própria metáfora militar criticada por Sontag (2007). Entra-se em um verdadeiro *modus operandi* de guerra contra o Aedes, no qual os agentes de saúde uniformizados, e até mesmo o Exército de fato, são “convocados” para essa luta, fiscalizando a população.

Figura 5 - Exemplos de imagens de soldados do exército e agentes uniformizados

Fonte: Twitter

A atribuição de culpa fica ainda mais evidente nas imagens que mostram os possíveis focos do mosquito: lixo em lugares indevidos; montes de entulho. O sentido de causa e consequência parece ser costurado nas imagens da mídia: os moradores, geralmente de bairros periféricos e sem infraestrutura, jogam o lixo em lugares proibidos, sendo eles mesmos os próprios causadores das enfermidades que os acometem. Em número menor aparecem imagens que retratam o sentido de descaso dos órgãos públicos, em bairros periféricos e lotes públicos, mostrando a falta do acesso dos moradores ao saneamento básico, com exemplos de esgotos a céu aberto.

Figura 6 - Exemplos de imagens de possíveis focos do mosquito e da falta de saneamento básico

Fonte: Twitter

Em relação às ações de contenção da epidemia e combate ao mosquito, a que é mais destacada dentre as imagens é a nebulização química, chamado popularmente de “fumacê”. Essa é uma prática que visa a eliminação dos mosquitos adultos, não agindo sobre criadouros, sendo uma medida que deve ser utilizada em conjunto com o monitoramento de resistência do mosquito ao inseticida, a redução de focos do inseto, o controle biológico e a educação pública (ROSE, 2001).

Figura 7 - Exemplos de imagens que retratam o uso do “fumacê”

Fonte: Twitter

Também observamos a presença de imagens de repelentes. O uso de produtos para repelir os mosquitos acaba novamente atribuindo a responsabilidade aos cidadãos. Funciona também como uma forma de comunicar a existência de um tratamento preventivo contra a Zika: evitar a picada do mosquito.

Figura 8 - Exemplos de imagens de repelentes

Fonte: Twitter

Vítimas

A segunda categoria com maior quantidade de imagens (716 imagens) retrata o grupo de risco da epidemia de Zika, com destaque a dois sujeitos: mulheres gestantes e recém-nascidos. São imagens fortes que evidenciam a consequência mais cruel da exposição à doença: ao infectar mulheres grávidas, termina por atingir o feto causando má formação cerebral (microcefalia). A partir do conteúdo das imagens e da forma padronizada na qual esses dois tipos - mulher/mãe/gestante e bebê - são retratados, pode-se perceber os sentidos construídos e veiculados pela mídia.

Essa categoria é marcada pela presença da figura feminina, mais especificamente a mulher gestante, que é retratada de diferentes maneiras. Apesar de ser um dos sujeitos principais dentro da epidemia de Zika, a mulher é invisibilizada nas imagens publicadas e, consequentemente, no processo complicado da gravidez durante a epidemia. Das 143 imagens que trazem as mulheres em período gestacional, 113 (aproximadamente 80%) deixam o rosto das mulheres fora do enquadramento, concentrando-se apenas na barriga que abriga o feto.

Figura 9 - Exemplos de imagens de "grávidas sem rosto"

Fonte: Twitter

Por serem imagens publicadas por perfis de mídia, há de se levar em consideração a possibilidade da falta de identificação das mulheres como um meio de preservar suas identidades e não as expor a uma estigmatização em relação à doença. Porém, quando lhes convêm, os perfis publicam imagens das mulheres identificando-as. Ao escolherem mostrar apenas a gravidez, o sentido automaticamente se desloca da complexidade de um sujeito mulher em um estado de gravidez para uma barriga anônima e com potencial de estar enferma.

Figura 10 - Exemplos de imagens de bancos de imagens

Fonte: Twitter

Enquanto isso, em apenas 30 imagens de gestantes (aproximadamente 21%), consegue-se visualizar seus rostos ou, no mínimo, ter um vislumbre de seus corpos para além da gravidez. Atribui-se os rostos àquelas que são, junto de seus filhos, as protagonistas desse lado da epidemia.

Figura 11 - Exemplos de imagens de grávidas cujos rostos são mostrados

Fonte: Twitter

Além dos elementos presentes nas fotos, percebe-se também a própria questão do núcleo familiar. Somente em 33 fotos dessa categoria (aproximadamente 5%) há a presença da figura masculina junto ou da mulher grávida, ou da mãe com o bebê ou somente com o bebê. Já as mães com recém-nascidos aparecem em 209 imagens (aproximadamente 30%).

Figura 12 - Exemplos de imagens com a presença da figura masculina

Fonte: Twitter

Figura 13 - Exemplos de imagens que retratam mulheres/mães com os bebês

Fonte: Twitter.

Os recém-nascidos são as vítimas mais simbólicas da epidemia de Zika. Enquanto fetos, sua gestação é cercada pelo medo da possibilidade de serem afetados pela doença e das consequências que ela representa. A idealização do “filho perfeito” é quebrada (FELIX; FARIAS, 2018) e há um luto dos pais pelo “bebê imaginário” (FELIX; FARIAS, 2018) quando se dá confirmação da Síndrome Congênita do Zika (SCZ). Quando nascidos, a marca mais emblemática se dá no formato menor da cabeça, mas também há imagens com um apelo mais estético que retratam outras partes do corpo como braços, pernas e mãos.

Figura 14 - Exemplos de imagens de bebês com microcefalia

Fonte: Twitter

Autoridades oficiais

O Estado aparece majoritariamente representado na imagem da ex-presidenta Dilma Rousseff e na de seu ministro da Saúde, Marcelo Castro. Ambos são sujeitos que aparecem em momentos de declaração pública, como coletivas de imprensa.

Figura 15 - Exemplos de imagens da ex-presidenta Dilma Rousseff e do ministro Marcelo Castro

Fonte: Twitter

Outra autoridade que ressalta dentre as imagens coletadas é a da Diretora Geral da Organização Mundial da Saúde (OMS) Margaret Chan. A OMS se configura como uma das autoridades no âmbito da saúde, juntamente ao Ministério da Saúde, sendo reconhecida pela imagem de sua diretora-geral e de outros representantes, junto ao símbolo da agência.

Figura 16 - Exemplos de imagens que retratam a presença da Organização Mundial da Saúde

Fonte: Twitter

O ambiente de tomada de decisão, lugar das autoridades, em nenhuma maneira se assemelha visualmente ao ambiente no qual a epidemia se alastra. Com traços clássicos de cobertura jornalística de política, os sujeitos políticos já têm, nas imagens, seus espaços delimitados (coletivas de imprensa, entrevistas, salas de reuniões) inclusive com uma indumentária sóbria (terno e gravata) que é a que culturalmente se espera de alguém que ocupe um cargo de importância. Há um descolamento entre a estética imagética escolhida para o povo e para o governante.

Figura 17 - Exemplos de imagens de cobertura jornalística das autoridades oficiais

Fonte: Twitter

Cura

É a categoria que apresenta menor diversidade temática, concentrando-se na presença dos profissionais da área da saúde em um ambiente visivelmente clínico (laboratórios,

consultórios, salas de exames) e com ferramentas próprias do ambiente laboratorial (tubos de ensaio, amostras de sangue, béqueres e seringas). No total, foram 307 imagens no conjunto “cura” (aproximadamente 9%). Há predominância de imagens de cérebros, típicos de diagnósticos, em consonância com uma das consequências mais graves da Zika que é a ocorrência de microcefalia.

Figura 18 - Exemplos de imagens da categoria Cura

Fonte: Twitter

Discussão

Utilizando a metáfora teatral de Rosemberg (1992), as imagens mostraram que os perfis de mídia construíram uma narrativa durante a emergência sanitária do Zika Vírus na qual o grande protagonista foi o *Aedes Aegypti*. Se o mosquito é o vilão, que transmite o vírus, a própria população se vê culpabilizada pelo seu adoecimento ao julgar pelas imagens das cidades e seus lixões, das ruas com entulhos e com caixas d’água destampadas.

As campanhas de combate ao mosquito aparecem com muita frequência nas imagens inferindo, além da dualidade do “nós -- país -- contra o mosquito”, que o inseto só se reproduz porque a própria população não se preocupa. Em contraposição, pouco se é retratado em relação à falta de saneamento básico na maioria das regiões mais afetadas ou até mesmo imagens que mostrem as ações dos governos nesse tema. A sujeira dos bairros acaba sendo reproduzida como uma “falta de conscientização” dos próprios moradores dos lugares.

O uso de imagens do inseto, apesar de ser uma característica, não é uma marca exclusiva da epidemia de Zika. O *Aedes Aegypti* é um vetor bastante conhecido nos noticiários brasileiros, sendo responsável pela transmissão de diversas outras doenças, como a Febre Amarela, a Dengue e a Chikungunya. Logo, ao evocar a imagem do mosquito, o que a imprensa mostra não é apenas um inseto que transmite uma determinada doença. Ela traz à memória um histórico de lutas e problemas de longa data em todo o território brasileiro. Há um acúmulo de significados no mosquito que não são esquecidos, e que afloram dependendo de qual doença a mídia busca se referir.

O Estado aparece nas imagens dos agentes de saúde e de soldados do Exército na fiscalização das residências. Ao enquadrar elementos militares nas imagens divulgadas, a mídia legitima a necessidade de uma mobilização excessiva, contribuindo para a culpabilização do aumento do número dos mosquitos à falta de cuidado da população, além da estigmatização daquele que acaba adoecendo (SONTAG, 2007). Mesmo que isso signifique a falta do Estado em garantir a limpeza urbana, o sentido dado acaba por recair sobre as práticas da população. O cidadão que vive em condições adversas acaba, assim, duplamente punido: é alvo privilegiado das doenças e ainda acaba sendo culpado pela epidemia.

O Estado também pode ser implicitamente referenciado com as imagens de pulverização de inseticida por meio do “fumacê”. Por mais que essa seja uma medida paliativa (ROSE, 2001), seu papel de destaque na luta contra o mosquito acaba inflado, se fixando também no imaginário da população.

O aparecimento das imagens do fumacê revela o sentido de essa ser a ação mais facilmente rememorada pela população como parte da luta contra o mosquito. Entretanto, o seu destaque, em detrimento da visibilidade de outras ações de longo prazo por parte da mídia como obras de saneamento ou mesmo cartilhas educativas, auxilia na transmissão de um falso sentido de segurança e de solução do problema.

A atribuição de responsabilidades aos cidadãos também é percebida com a circulação de imagens dos repelentes. A imagem do repelente atribui mais uma camada de culpa aos brasileiros que, além de serem os próprios responsáveis pelo surgimento de focos do mosquito, não adotaram as proteções necessárias para não serem contaminados. Novamente uma dupla penalização.

Um conjunto de imagens que contrasta com a tríade mosquito-combate-sujeira é o bloco de imagens que ilustram as autoridades e os pesquisadores da cura. Enquanto os primeiros se exibem em campo, em cenas urbanas e no campo de confronto ao vetor, os outros

são pessoas que sempre estão bem vestidas, com direito a fala e merecem reverência da imprensa. A mídia confirma a diferença de tratamento visual dos diferentes atores envolvidos na epidemia. Nessas imagens há um descolamento da realidade da doença e a realidade clínica da medicina.

Os sujeitos que aparecem são responsáveis pelo Ministério da Saúde, pela Organização Mundial da Saúde, e também médicos e pesquisadores da área da saúde, “experts” (LAGE, 2001, p.30). Estes são consultados pelas mídias para explicar de forma técnica como a doença se desenvolve e os efeitos que ela traz ao corpo humano, apresentar os planos de combate e as estratégias das entidades sanitárias, bem como mostrar o andamento dos testes e das pesquisas para o desenvolvimento de uma vacina.

Por fim, o bloco mais sensível de imagens que circularam pelos veículos de imprensa no Brasil mostram os dois grupos mais vulneráveis ao Zika Vírus: mães e bebês. O padrão imagético que expõe muitas vezes a barriga grávida como metonímia para mulher, acaba reforçando a sobreposição do ser mãe em relação ao ser mulher e, de certa forma, estabelecendo um padrão nas gravidezes mostradas. Reserva-se um lugar sacralizado às mães (LARA, 2016), mas ignora-se a complexidade de cada mulher com seus medos, defeitos, problemas, histórias. Enquanto isso, a figura paterna, ausente nas imagens que coletamos, também se vê ignorada nessa nova dinâmica familiar.

Vê-se o papel da mãe, do lar e provedora, que acompanha a criança e sacrifica sua vida por seu filho, e não se enxerga o pai, que implicitamente não aparece nas imagens pois tem a função de prover o sustento da família. Ou por ter abandonado essa mesma família por conta do diagnóstico de Zika: A “ausência marcante” da figura masculina perpetua o modus operandi de uma sociedade patriarcal que ainda entrega à mulher a função do lar e da criação dos filhos.

As mulheres-mães se resumem às suas barrigas grávidas enquanto seus rostos são deixados para fora do enquadramento das imagens. Toda importância está em sua gestação e no risco de seu filho nascer com microcefalia. Exclui-se o sentimento da expressão de cada mulher, padronizam-se todas em uma mesma condição.

Junto de sua mãe, o bebê também é protagonista-vítima da epidemia, com a doença mostrando sua face mais cruel. É um bebê. E os bebês choram. Mas tudo se torna mais dramático com a medição do diâmetro de suas cabeças. Eles são o símbolo da dor e da injustiça de uma doença que não poupa os pequenos.

A quantidade de imagens de bebês com a Síndrome Congênita de Zika publicadas pe-

los perfis busca atrair a atenção na linha do foto-choque (MACHADO, 1984; SONTAG, 1981). Apesar dos perfis de mídia terem um papel importante na construção imagética da epidemia, o fazem sem se esquecer dos critérios de noticiabilidade. Podemos evidenciar que a imagem que representa a epidemia e que explicita o valor-notícia da situação é a do recém-nascido microcefálico e seu sofrimento.

Considerações finais

Em meio à cultura visual de uma sociedade em rede interconectada, como dito por Rose (2016) e Castells (2018), essas imagens publicadas nas redes sociais fazem parte da construção das narrativas e dos sentidos dos acontecimentos. Os veículos de comunicação também usam seus perfis nas redes sociais na tentativa de recuperarem o protagonismo. Resgatando e decifrando as imagens que foram publicadas nos perfis de mídia no Twitter em relação à epidemia de Zika, foi possível compreender quais os sentidos que foram construídos e disseminados.

Percebe-se que há uma certa padronização nas narrativas visuais sobre a epidemia. A condição de algumas imagens, oriundas de banco de imagens, também indica uma certa aceitação por imagens que sejam constantemente recicladas e recontextualizadas. Essas “próteses fotográficas” são esvaziadas de seus conteúdos originais, suas histórias, criando “ficções documentais” (KOSSOY, 2007, p.136-137). A imagem do mosquito esvaziada se torna coringa e se encaixa nos mais variados tipos de notícias e o mesmo acontece com as barrigas anônimas das gestantes.

As publicações de imagens com variações do mosquito, assim como as formas de combate e as ações de enfrentamento, terminam por atestar que os veículos não responsabilizam o Estado diante da emergência sanitária. As condições de vida em situações precárias, a falta de saneamento básico e um planejamento com medidas eficazes de tratamento da nova doença não se consolidam no imaginário social.

Por outro lado, os dois principais personagens da epidemia - as grávidas e os bebês com microcefalia - vivem dramas. E é justamente essa situação que os veículos de imprensa potencializam. Contudo, isso termina por criar um certo tipo de anestesiamento diante da tragédia. Ao publicarem essas imagens, os perfis midiáticos estão construindo a história e a memória da epidemia de Zika. E como alertou Sontag (2003): “O problema não é que as pessoas lembrem por meio de fotos, mas que só se lembrem das fotos” (p.75).

A divulgação de imagens da epidemia de Zika na imprensa brasileira nos permite entender o percurso da circulação de representações visuais de momentos críticos. Por um lado, há o interesse pelo fato jornalístico, pela divulgação de informações relevantes. Por outro, verificamos a replicação de padrões que expõem arquétipos pictóricos (MACHADO, 1984) que reforçam padrões sociais, provocam exclusão e invisibilidade de populações vulneráveis, estimulam a pasteurização do olhar e reduzem a capacidade crítica dos espectadores. O risco do anestesiamiento diante das imagens da epidemia de Zika é um alerta que fica mais evidente com os resultados obtidos por este trabalho.

Referências bibliográficas

BASTOS, M., MERCEA, D., GOVEIA, F. Guy next door and implausibly attractive young women: The visual frames of social media propaganda. In *New Media & Society*. 2021. (on line). Disponível em <https://doi.org/10.1177/14614448211026580>. Acesso em 01 jul. 2021.

BRANSWELL, H. Zika virus likely tied to Brazil's surge in babies born with small heads, CDC says. *STAT*, 2016. Disponível em: <https://www.statnews.com/2016/01/13/zika-brazil-cdc-testing/>. Acesso em: 12 de mai. de 2019

CASTELLS, M. A sociedade em rede. Tradução de Roneide Venancio Majer. 19ª ed, revista e ampliada. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz & Terra, 2018.

FELIX, V. P. da S. R.; FARIAS, A. M. de. Microcefalia e dinâmica familiar: a percepção do pai frente à deficiência do filho. *Cad. Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 34, n. 12, e00220316, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2018001205012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 17 abr. 2020. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00220316>.

FLUSSER, V. *Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Hucitec, 1985. 92p.

FORMENTI, L. Surto de microcefalia em bebês faz país decretar emergência sanitária nacional. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 11 de nov. de 2015. Disponível em: <<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,governo-decreta-emergencia-sanitaria-apos-surto-de-nascimentos-de-bebe-com-microcefalia-em-pe,10000001719>>. Acesso em: 12 de mai. de 2019.

GOVEIA, F.; CARREIRA, L.; HERKENHOFF, G.; CIARELLI, P. M., (2014). *Imagens das ruas e das redes: análise das jornadas de junho a partir da hashtag #VemPraRua*. 23º Compós, Belém. HALL, S. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

HONORATO, J., CARREIRA, L., GOVEIA, F. Análise de Big Data pelos Parâmetros de Características Visuais. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE. 19., 2014, Vila Velha. *Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*. Vila Velha: Intercom, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-1279-1.pdf>. Acesso em: 14 de jan. de 2019

HONORATO, J. Retratos de uma doença: estudo das imagens da epidemia de Zika a partir dos perfis de mídia no Twitter. 2020. 127 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2020.

KOSSOY, B. Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007. ISBN 9788574803364

LAGE, N. Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa. Rio de Janeiro. Record, 2001.

LARA, B. de et al. #Meu Amigo Secreto - Feminismo além das redes / [Não me Kahlo]. 1.ed. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016

MACHADO, A. A ilusão especular: introdução a fotografia. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MINAYO, M. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

MITCHELL, W. J. T. O que as imagens realmente querem? In: ALLOA, E (Org.). Pensar a imagem. Tradução coordenada por Carla Rodrigues. Belo Horizonte: Autêntica, 2017

RAMONET, I. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, D. (org); RAMONET, I.;

SERRANO, P. Mídia, poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo, 2013, p.85-102.

ROGERS, R. O fim do virtual: os métodos digitais. In: Revista Lumina. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Universidade Federal do Juiz de Fora. v. 10, n. 3, 2016.

ROSE, G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. London: Sage 2016

ROSE, R. I. Pesticides and public health: integrated methods of mosquito management. Emerging Infectious Diseases, [S.l.], 2001, Vol. 7, No.1, 17-23, Janeiro-Fevereiro 2001

_____. Sobre a fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 1981. 223 p. ISBN 8535904964 (broch.).

SONTAG, S. Diante da dor dos outros. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. 107 p. ISBN 8535903984 (broch.)

_____. Doença como metáfora, AIDS e suas metáforas. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SOUZA, T.; GOVEIA, F.; CARREIRA, L.; HONORATO, J.; CYPRIANO, L.; HAACKE, V.; LEITE, W. Cores da Copa: ferramentas de visualização e análise das imagens compartilhadas no Twitter durante a Copa do Mundo de 2014. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER. 8, 2014, São Paulo. Anais eletrônicos do VIII Simpósio Nacional da ABCiber. São Paulo: 2014. Disponível em: http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/tasso_gasparini_de_souza_113.pdf. Acesso em: 14 de jan. de 2019

ROSENBERG, C. Explaining Epidemics and other studies in the history of medicine. Cambridge: Cambridge Press University. 1992