

#ACULPANÃOÉDOMACACO: ATORES, VOZES E SENTIDOS DA CAMPANHA EM DEFESA DOS MACACOS NO FACEBOOK, NO CONTEXTO DA FEBRE AMARELA EM 2018.

João Verani Protasio (João Verani Protasio) (/proceedings/100058/authors/344209)<sup>1</sup>; Roseanne Rocha Miranda (Roseanne Rocha Miranda) (/proceedings/100058/authors/345218)<sup>2</sup>; Monique Santos Ribeiro (Monique Santos Ribeiro) (/proceedings/100058/authors/344210)<sup>3</sup>; Inesita Soares de Araújo (Inesita Soares de Araújo) (/proceedings/100058/authors/344211)<sup>3</sup>

#102336

panaoedomacaco--atores--vozes-e-sentidos-da-campanha-em-defesa-dos-macacos-no-facebook--no-contexto-da-febre-amarel)

### Apresentação/Introdução

Um dos temas que chamou atenção tanto no campo da saúde quanto nos meios de comunicação no início de 2018 foi a febre amarela. A doença, que tem como transmissores mosquitos silvestres, atinge primeiro os macacos, muitas vezes de forma letal. Além das mortes pela doença, foram encontradas centenas de macacos vítimas de maus-tratos, o que gerou uma campanha nas redes sociais em defesa dos primatas.

### Objetivos

Este trabalho integra uma pesquisa mais ampla sobre a dimensão comunicacional da febre amarela e objetivou circunscrever atores, vozes e sentidos possíveis nos textos da campanha de combate a violência contra os macacos.

### Metodologia

A pesquisa situa-se no Observatório Saúde nas Mídias, que monitora, analisa e circula pesquisas sobre sentidos da saúde nas diversas mídias. Partimos do pressuposto que todo discurso é uma prática social, sendo a palavra arena de embates ideológicos e de visões de mundo e que pela comunicação se disputa a construção da realidade, através dos modos de falar, argumentar e produzir evidências de verdade. Buscando-se uma aproximação à questão da adequação do aparato comunicacional às necessidades de informação da população, foram monitoradas as publicações na rede social Facebook da campanha #ACulpaNãoÉDoMacaco, tendo a própria hashtag como ferramenta de busca, durante o mês de janeiro de 2018.

### Resultados

A campanha começa ainda em 2017, mas toma proporções maiores em 2018, gerando eco em variadas instituições governamentais, figuras públicas e organizações em defesa dos animais e do meio ambiente, além da população em geral. Foram identificados quatro enfoques discursivos nas postagens: penal, epidemiológico, ambientalista e moral. Entre os recursos argumentativos, os mais comuns foram o humor, o risco e o apelo à sensibilidade. Já na análise sobre as razões do ato de violência, foram denunciadas a desinformação e a ignorância. As duas primeiras categorias tinham variações de acordo com os atores, mas a terceira foi comum, além de não haver discurso antagônico.

### Conclusões/Considerações

A pluralidade de discursos concorrentes constroem sentidos múltiplos e demonstra o engajamento da sociedade no tema, favorecido pelas redes sociais. Constata-se que o Facebook foi espaço da defesa dos macacos, nada havendo que sugerisse o contrário. Os discursos antagônicos, neste caso, circulam por outras vias, o que é uma indicação para os responsáveis pela comunicação no campo da saúde.

### **Tipo de Apresentação**

Comunicação Oral Curta

## **Instituições**

<sup>1</sup> Fundação Oswaldo Cruz/PIBIC ;

<sup>2</sup> FIOCRUZ PIBIC ;

<sup>3</sup> Fundação Oswaldo Cruz

## **Eixo Temático**

Comunicação e Saúde

## **Como citar este trabalho?**