

Visualidade, replicabilidade e política nas embalagens de cloroquina nos memes de internet durante a pandemia da COVID-19 no Brasil¹

Flaviano Silva Quaresma²
Universidade Católica de Petrópolis – UCP
UniLaSalle Rio de Janeiro

Resumo

Este trabalho analisa a presença de embalagens de cloroquina em memes de internet que circularam no Twitter (X), entre março e julho de 2020, durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. Adota-se a análise temática com uso do *software* Atlas.ti sobre 3.317 memes coletados por API. As embalagens da EMS e Apsen destacaram-se como signos visuais recorrentes, mobilizados em discursos diversos — apoio, crítica, ironia e desinformação. Buscas no Google Imagens confirmaram sua replicabilidade e permanência. As imagens foram apropriadas como artefatos comunicacionais, operando em regimes de visibilidade e disputa simbólica. Evidencia-se um processo de publicidade expandida, em que as embalagens, amplificadas pelas redes e pela ação das farmacêuticas, atuaram como vetores de significação ideológica e cultural.

Palavra-chave: covid-19; cloroquina; imagens digitais; memes de internet; comunicação.

A partir da provocação “Google, pesquise ‘embalagem de cloroquina!’”, este trabalho investiga como imagens de embalagens de medicamentos — em especial, cloroquina e hidroxiclороquina — foram ressignificadas como elementos simbólicos durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. A análise, derivada de uma pesquisa de doutorado defendida no PPGSC/IMS-UERJ em 2024, propõe que essas embalagens atuaram como dispositivos comunicacionais altamente replicáveis, sobretudo nas redes sociais, convertendo-se em signos com forte valor discursivo e afetivo.

Inscrito no contexto da cultura digital, caracterizada pela intensa circulação e apropriação de imagens em formatos híbridos como os memes, o estudo adotou metodologia qualitativa e exploratória. A coleta foi realizada via API do Twitter (X), reunindo 3.317 memes publicados entre março e julho de 2020. A análise, com suporte do *software* Atlas.ti, utilizou codificação temática e articulou uma abordagem indutiva a referenciais teóricos como Foucault (2010), no campo da biopolítica; Butler (2023),

¹ Trabalho apresentado no GP de Fotografia, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Saúde Coletiva pelo IMS-UERJ, professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Petrópolis (UCP) e da UniLaSalle Rio de Janeiro. E-mail: flavianoq@gmail.com.

com o conceito de “vida precária”; Jenkins *et al.* (2014) e Knobel & Lankshear (2020), sobre cultura da participação e circulação de memes. Adicionalmente, observou-se longitudinalmente a presença dessas imagens nos resultados do Google Imagens em 2020, 2022 e 2024, evidenciando sua permanência na memória imagética da internet.

Entre as embalagens, destacam-se as dos laboratórios EMS (334 ocorrências) e Apsen. Um dado particularmente curioso é a redução da presença da embalagem do Laboratório Chile nas buscas ao longo do tempo, apesar de ter sido uma das primeiras a aparecer nos resultados do Google Imagens. Essa dinâmica sugere que, embora a circulação imagética na internet dependa da disponibilidade e adaptabilidade semiótica, também é influenciada por estratégias de visibilidade implementadas por laboratórios com maior inserção no mercado nacional, como EMS e Apsen. Tais imagens operaram como “assinaturas visuais” da cloroquina, centralizadas na comunicação informal de Jair Bolsonaro e seus apoiadores em defesa do “tratamento precoce”.

A análise demonstra que essas imagens extrapolaram seu uso farmacológico, sendo apropriadas em peças gráficas, produtos personalizados e materiais de campanha, configurando-se como ícones visuais de uma narrativa política. Assim, converteram-se em marcas políticas capazes de reforçar pertencimentos ideológicos ou de serem satirizadas, conforme o contexto de uso. Tal dinâmica se articula ao conceito de publicidade expandida (Machado *et al.*, 2017), em que signos publicitários ultrapassam os limites do marketing tradicional, circulando espontaneamente em diversos ambientes sociais e culturais.

Do ponto de vista teórico, a pesquisa também dialoga com Santaella (2007), ao tratar da transformação das imagens técnicas em unidades simbólicas reconfiguradas pelas lógicas do ciberespaço. A portabilidade e a reprodutibilidade dessas imagens facilitaram sua mutação semântica e sua associação a diferentes linguagens — humor, montagem gráfica e textualidade —, características centrais dos memes contemporâneos. A cloroquina, nesse processo, deixou de ser apenas um medicamento, convertendo-se em metonímia da gestão da pandemia e em marcador da polarização política.

Conclui-se que a ampla disponibilidade *online* das embalagens de cloroquina, especialmente de EMS e Apsen, favoreceu sua apropriação massiva como vetor simbólico nas disputas narrativas sobre saúde, ciência e política. Essa dinâmica

representa um modelo de publicidade expandida, marcado pela propagabilidade algorítmica e pela circulação espontânea de marcas farmacêuticas fora dos canais comerciais convencionais. Por fim, o fenômeno suscita importantes questões legais, ao confrontar diretrizes da RDC 96/2008 da Anvisa, que restringe a promoção de medicamentos sujeitos à prescrição.

Referências

BUTLER, Judith. **Vida precária: os poderes do luto e da violência**. São Paulo: Autêntica, 2023.

FOUCAULT, M. **O nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da convergência: a comunicação e os novos espaços de participação**. São Paulo: Aleph, 2014.

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. **Meme culture: the politics, economies and aesthetics of digital circulation**. New York: Peter Lang, 2020.

MACHADO, A.; SILVA, A. S.; ROCHA, L. F. Imagem técnica e seus circuitos: entre a publicidade expandida e a crítica do espetáculo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 69–89, jul./dez. 2017.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2007.