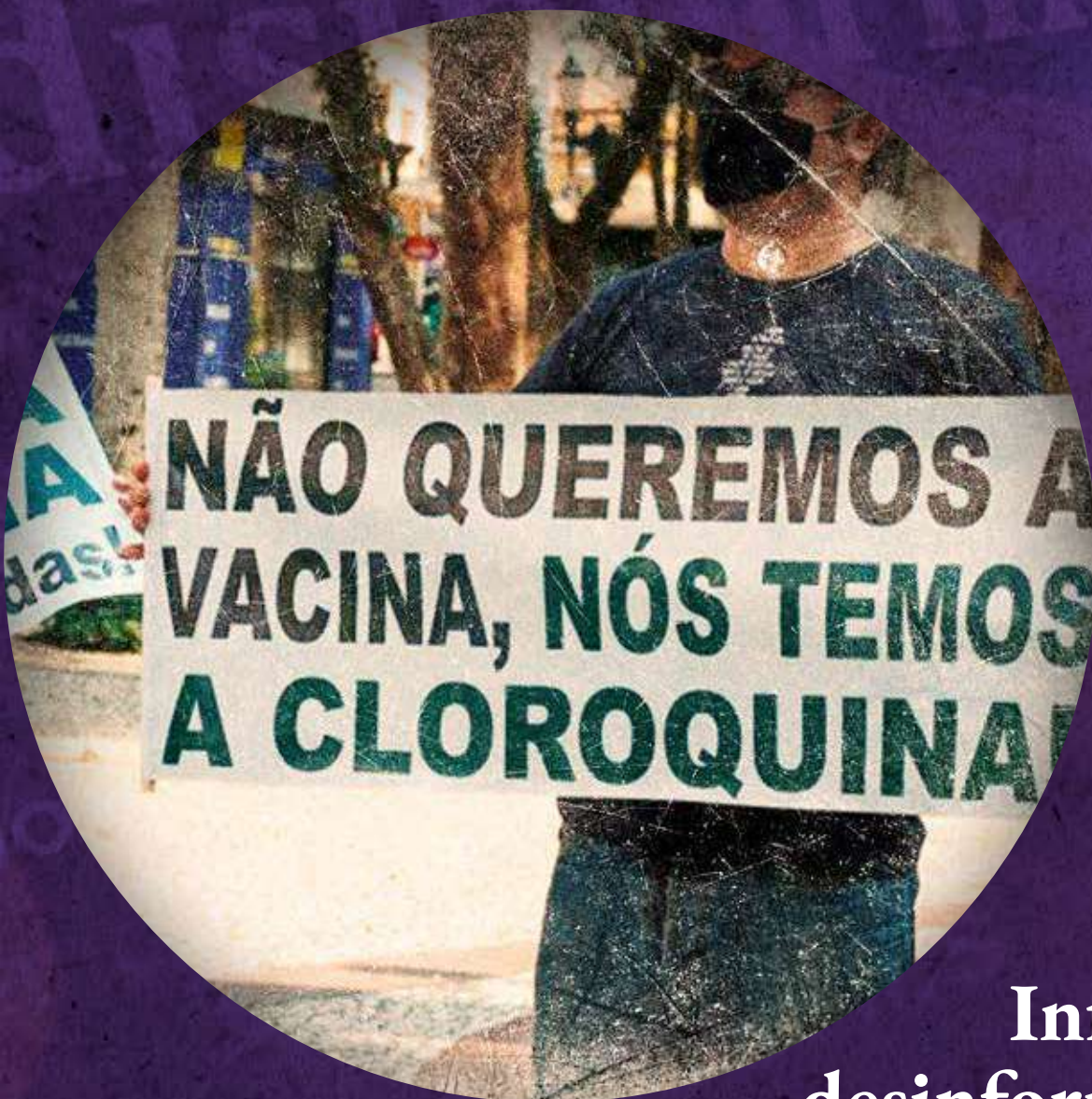




COMUNICAÇÃO
MIDIÁTICA.



Dossiê
Infodemia e
desinformação em
contextos de crise

unesp 

PPG
Com
unesp Programa de
Pós-graduação
em Comunicação

NÚMERO VOL. 19
1
jan.-jun.
2024



v. 19, n. 1, jan.-jul., 2024

Publicação científica digital semestral editada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP).

MISSÃO

A Revista Comunicação Midiática tem como missão contribuir para a reflexão e o debate em torno dos diferentes aspectos que envolvem a comunicação midiática na contemporaneidade, tendo em vista abordagens epistemológicas, conceituais, histórico-sociais, culturais, tecnológicas, políticas e de linguagem.

www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/index
comunicacaomidiatica@faac.unesp.br
(+55) 14 3103-6057 / (+55) 14 3103-6157

Seção de Pós-Graduação - FAAC/UNESP
Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, no 14-01, Vargem Limpa CEP 17.033-360
Bauru - São Paulo – Brasil

FICHA CATALOGRÁFICA

Revista Comunicação Midiática: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação / Universidade Estadual Paulista – Volume 19, Número 1, jan./jun. 2024, Bauru/SP – UNESP

Semestral ISSN 2236-8000

1. Comunicação Midiática – Periódicos. 2. Ciências da Comunicação. 3. Comunicação Social. 4. Cultura e Mídia. 5. Linguagens Midiáticas. 6. Políticas de Comunicação. 7. Programa de Pós- Graduação em Comunicação.

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte da Publicação
(CIP)Biblioteca Central do Campus da UNESP – Bauru/SP

EQUIPE EDITORIAL

Editora

Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Assistentes editoriais

Adriel Henrique Francisco Cassini, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Carolina Bortoleto Firmino, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Revisão

Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Adriel Henrique Francisco Cassini, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Carolina Bortoleto Firmino, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Projeto gráfico

Bernardo Fontaniello, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

CONSELHO CIENTÍFICO

Alexandre Barbalho

Universidade Federal do Ceará (Fortaleza-CE, Brasil)

Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Ângela Salgueiro Marques

Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte-MG, Brasil)

Bettina Andrea Martino

Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina)

Branco Di Fátima

Universidade da Beira-Interior (Covilhã, Portugal)

Carlos del Valle Rojas

Universidade de la Frontera (Temuco, Chile)

César Siqueira Bolaño

Universidade Federal de Sergipe (São Cristóvão-SE, Brasil)

Christa Berger

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo-RS, Brasil)

Danilo Rothberg

Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Fernando Torres Andacht

Universidad de la República (Montevideo, Uruguai)

Francisco Sierra Caballero

Universidad de Sevilla (Sevilla, Espanha)

Graça Caldas

Universidade Estadual de Campinas (Campinas-SP, Brasil)

Jorge Alberto Hidalgo Toledo

Universidad Anahuac (Ciudad de México, México)
Laan Mendes de Barros
Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Leonel Simila
Escola Superior de Jornalismo (Maputo, Moçambique)
Luciano Guimarães
Universidade de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)
Luisa Ochoa Chaves
Universidad de Costa Rica (Alajuela, Costa Rica)
Maria Guillermina Franco Alvarez
Universidad Carlos III de Madrid (Madrid, Espanha)
María Milagros Molina Guiñazú
Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina)
Mauro de Souza Ventura
Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Raquel Paiva
Universidade Federal do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro-RJ, Brasil)
Raquel Ritter Longhi
Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis-SC, Brasil)
Rogério Luiz Covaleski
Universidade Federal de Pernambuco (Recife-PE, Brasil)
Silvia Alvarez Curbelo
Universidad de Puerto Rico (San Juan, Puerto Rico)
Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins (Palmas-TO, Brasil)
Tomás José Jane
Escola Superior de Jornalismo (Maputo, Moçambique)
Yvana Fechine
Universidade Federal de Pernambuco (Recife-PE, Brasil)

CONSELHO CONSULTIVO – PARECERISTAS

Ana Carolina Monari, Fundação Oswaldo Cruz (Manguinhos-RJ, Brasil)
Carlo José Napolitano, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Carolina Dantas Figueiredo, Universidade Federal de Pernambuco X (Recife-PE, Brasil)
Denis Porto Renó, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Eliza Bacheга Casadei, Escola Superior de Propaganda e Marketing (São Paulo-SP, Brasil)
Érica Cristina de Souza Franzon, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Felipe Simão Pontes, Universidade Estadual de Ponta Grossa (Ponta Grossa-PR, Brasil)
Fellipe Sá Brasileiro, Universidade Federal da Paraíba (João Pessoa-PB, Brasil)
Fernanda Elouise Budag, Universidade Federal de Santa Maria (Santa Maria-RS, Brasil)

Ivan Paganotti, Universidade Metodista de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)
Jéssica de Cássia Rossi, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Jones Machado, Universidade Federal de Santa Maria (Santa Maria-RS, Brasil)
Kárita Emanuelle Ribeiro Sena, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Márcia Gomes, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (Campo Grande-MS, Brasil)
Marco López-Paredes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Quito, Equador)
Michelle Roxo de Oliveira, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Nirave Reigota Caram, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Paula Falcão de Souza, Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro-RJ, Brasil)
Paulo Cajazeira, Universidade Federal de Pelotas (Pelotas-RS, Brasil)
Rita de Cássia R. Paulino, Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis-SC, Brasil)
Roseane Andrelo, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Samilo Takara, Universidade Federal de Rondônia (Porto Velho-RO, Brasil)
Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa (Ponta Grossa-PR, Brasil)
Vinícius Nascimento, Universidade Federal de São Carlos (São Carlos-SP, Brasil)
Vivianne Lindsay Cardoso, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO



Reitor: Pasqual Barretti
Vice-Reitora: Maysa Furlan
Chefe de Gabinete: Cesar Martins
Pró-Reitora de Graduação: Celia Maria Giacheti
Pró-Reitora de Pós-Graduação: Maria Valnice Boldrin
Pró-Reitor de Pesquisa: Edson Cocchieri Botelho
Pró-Reitor de Extensão Universitária e Cultura: Raul Borges Guimarães
Pró-Reitor de Planejamento Estratégico e Gestão: Estevão Tomomitsu Kimpara
Secretário-Geral: Erivaldo Antonio da Silva

Diretora: Fernanda Henriques
Vice-diretor: Juarez Tadeu de Paula Xavier



Coordenador: Laan Mendes de Barros
Vice-Coordenadora: Caroline Kraus Luvizotto

Conselho do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Titulares

Caroline Kraus Luvizotto
José Carlos Marques
Laan Mendes de Barros
Roseane Andrelo

Suplentes

Arlindo Rebechi Junior
Carlo José Napolitano
Raquel Cabral

Representantes discentes

Leonardo da Silva Maciel
Adriel Henrique Francisco Cassini



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.19, n.1, p.7-10, jan.-jun. 2024

Apresentação

Desinformação em contextos de crise: oportunismos, estratégias e poder

Para muito além do espalhamento de informações falsas, o que está em jogo, quando se trata de desinformação em contextos de crise, são estratégias pela disputa de poder político e econômico. Por meio de ações aparentemente descoordenadas, manipula-se a opinião pública ao ponto de se colocar em risco vidas, como ocorrera com a descredibilização da Ciência durante a pandemia de covid-19, altamente politizada no Brasil.

Mais recentemente, com as inundações no Rio Grande do Sul, em maio, outro tipo de crise – climática – nos colocou de novo diante de narrativas fantasiosas engendradas por sujeitos interessados na manutenção de poder, principalmente econômico, como demonstra o artigo de Thiago de Jesus-Silva e Helena Martins, “Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas sobre a crise climática”. Os autores chegam à conclusão de que muitas peças de desinformação atribuíram os acontecimentos trágicos do sul do País a causas meramente naturais, rechaçando o aquecimento global e, assim, eximindo o poder público e setores economicamente poderosos, como o agronegócio ou a extração de minerais e combustíveis fósseis, de quaisquer contribuições para com o desequilíbrio ambiental.

Em “Comunicação Pública e Desinformação: mitigação de danos à Democracia em meio a eventos climáticos extremos”, de Sara Feitosa, discute-se como o desastre no Rio Grande do Sul foi acompanhado por uma crise de desinformação, com diversas falhas por parte da comunicação pública, além de sugerir boas práticas para situações do tipo, nas quais

esforços conjuntos – de universidades, pesquisadores e instituições – para abordagens coletivas, cooperativas e sistêmicas são essenciais para combater a desinformação.

Tal qual abutres diante da carnificina, o oportunismo político tem nos contextos de conflito, crise e infodemia o cenário perfeito para plantar inverdades e teorias conspiratórias. Para confundir a população. É o que demonstra o estudo de Juliana Marques, Edvaldo Alves e Fellipe Sá Brasileiro, que analisou práticas desinformativas utilizadas por Jair Bolsonaro durante a pandemia de covid-19. Na análise empírica do trabalho, pode-se perceber uma evidente manipulação informacional que almeja benefícios particulares em detrimento à manutenção da saúde coletiva.

Não à toa, nesta edição, a maior parte dos artigos se concentra em episódios de desinformação ou estudos de casos relacionados ao governo de Jair Bolsonaro (2018-2022). Em “Negacionismo à brasileira: os impactos da desordem informacional para o fenômeno da (des)infodemia no Brasil durante a pandemia da Covid-19”, de Olga Santana e Marcos Do Prado, evidencia-se como a desinformação é utilizada de forma estratégica, com finalidades políticas que contradizem a Democracia, muitas vezes determinando políticas públicas a partir de um viés ideológico.

Infelizmente, não apenas desinformação sobre saúde fora altamente propagada e estimulada no último mandato presidencial. Em “Infodemia de colonialidades: Bolsonaro e seus discursos de ódio de cunho racial”, de Elaide Martins e Luiz Cláudio Fernandes, o enfoque são as falas repletas de preconceitos e ofensas proferidas por Bolsonaro. Para os autores, os discursos do ex-presidente reafirmam lógicas colonialistas que subjagam povos originários, nordestinos e negros.

Apesar do período obscuro vivenciado por toda a população brasileira em relação à desordem informacional durante a pandemia e em todo o mandato presidencial anterior, a pesquisa de Luana Müller evidencia que houve, também, mediações diversas das puramente conspiratórias e comprometidas com o poder político/econômico. Em “Vitória da ciência e da saúde pública sobre a desinformação: análise de imaginários no X (antigo Twitter) no início da vacinação contra a Covid-19”, a autora mostra como parte dos usuários, em janeiro de 2021, exaltaram a Ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), sobrepondo-se e silenciando embates ideológicos, desinformação e negacionismo. Era o início da esperança pelo fim da pandemia.

Neste dossiê temático, análises sobre a imprensa também estão presentes. Ivan Paganotti e Raphael Sanches, por exemplo, debruçaram-se sobre a cobertura televisiva acerca do plano sanitário emitido pelo Ministério da Saúde, no contexto pandêmico, a fim de compreender as diferenciações na apresentação dos telejornais de maior audiência no País (Globo e Record), correlacionando os resultados ao alinhamento político (ou a ausência deste) de cada emissora.

Já o texto de Tiago Mainieri e Rafael Marques, “Desinformação e vacina: ‘O Lado Obscuro das Vacinas’”, vem expor situações nas quais os interesses por trás da desinformação não são totalmente conhecidos – ou mesmo, claramente orquestrados. A pesquisa, de teor netnográfico, é circunscrita a período anterior à pandemia: o ano de 2019, e apresenta a complexidade da cadeia da desinformação que se desenrola em agrupamentos digitais antivacina. Em uma era de pós-verdade, acreditar ou não na efetividade e no risco que as vacinas oferecem são discussões que ocorrem de maneira emergente, no mundo todo, e muitas vezes, como demonstra o estudo, se baseiam em produções oriundas da própria imprensa (sejam elas manipuladas ou não).

Fechando este dossiê, o artigo “Integridade da informação: um possível novo conceito para o estudo da desinformação”, de Carlos Alberto Araújo, analisa o que considera como uma conceituação em potencial a fim de abarcar conceitos distintos relacionados à desinformação, apontando diferenciações e disparidades epistêmicas dos mesmos.

Três artigos de temática livre fazem parte desta edição: “O fazer jornalismo e a Inteligência Artificial: usos do Chat GPT na produção de notícias”, de Vinícius Sabino, Macri Colombo e Ulysses Varela; “Abra a felicidade com menos marketing: consumos midiaticizados e configurações comunicativas de empresas de refrigerantes”, de Lucas Teixeira; e “Para onde fomos, para onde vamos: sentidos dos discursos ambientais do Brasil na Assembleia Geral da ONU (1985-2022)”, de Antonio Rossi e Paolo Demuru.

Na seção de resenhas, Isadora Prestes e Leonardo Maciel contribuem com a leitura crítica do livro “Identidade e Diferença”, de Tomaz Tadeu da Silva; e Juliana Lins e Ana Carolina Maranhão apresentam a resenha de “Desinformação: o mal do século”, de Thaís Mendonça Jorge.

Por fim, há também a entrevista de minha autoria com João Canavilhas, professor da Universidade Beira-Interior (Covilhã), e um dos pesquisadores mais citados no Brasil

sobre webjornalismo. Falamos sobre desinformação, os contrapontos do jornalismo profissional e a necessidade de se pensar em um modelo de negócio 360° para o jornalismo.

Espero que você aprecie a leitura desta edição!

Liliane de Lucena ITO

Editora da Revista Comunicação Midiática

Doutora em Comunicação e docente do
Departamento de Comunicação Social e do
Programa de Pós-graduação em Comunicação
pela Universidade Estadual Paulista (UNESP)
E-mail: liliane.ito@unesp.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 11-34, jan-jul, 2024

Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas sobre a crise climática

Rio Grande do Sul and the disinformation ecosystem: narratives on the climate crisis

Rio Grande do Sul y el ecosistema de desinformación: narrativas sobre la crisis climática

Thiago Henrique de **JESUS-SILVA**

Doutorando em Comunicação
Universidade Federal do Ceará (UFC)
E-mail: thiago.silva@ufpi.edu.br

Helena **MARTINS**

Doutora em Comunicação
Universidade Federal do Ceará (UFC)
E-mail: helena.martins@ufc.br

Enviado em: 04.jun. 2024

Aceito em: 30.jun. 2024

RESUMO

Este estudo exploratório analisa o conteúdo desinformativo que circulou, no Brasil, acerca da tragédia climática do Rio Grande do Sul, em maio de 2024. Para isso, utiliza o modelo do ecossistema da desinformação de Wardle (2017). Seguindo essa proposta teórica, identifica as principais narrativas desinformativas, os agentes propagadores de desinformação e os canais de disseminação mais utilizados. O primeiro aspecto é detalhado também a partir da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2011). O *corpus* é composto por 39 conteúdos checados pelas agências de fact-checking Agência Lupa e Aos Fatos. A pesquisa discute a relação entre crise e desinformação. Revela que, no caso do Rio Grande do Sul, há predominância de narrativas que minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas, frequentemente associadas a interesses políticos e econômicos.

Palavras-chave: *Análise de conteúdo; Crise climática; Ecossistema da desinformação.*

RESUMEN

Este estudio exploratorio analiza el contenido desinformativo que circuló en Brasil sobre la tragedia climática en Rio Grande do Sul en mayo de 2024. Para ello, utiliza el modelo del ecosistema de desinformación de Wardle (2017). Siguiendo esta propuesta metodológica, identifica las principales narrativas desinformativas, los agentes propagadores de desinformación y los canales de difusión más utilizados. El primer aspecto también se detalla a través del Análisis de Contenido, según Bardin (2011). El corpus está compuesto por 39 contenidos verificados por las agencias de verificación de hechos Agência Lupa y Aos Fatos. La investigación discute la relación entre crisis y desinformación. Revela que, en el caso de Rio Grande do Sul, hay una predominancia de narrativas que minimizan o niegan la ocurrencia del cambio climático, frecuentemente asociadas con intereses políticos y económicos.

Palabras-clave: *Análisis de contenido, Crisis climática, Ecosistema de la desinformación.*

ABSTRACT

This exploratory study analyzes the disinformation content that circulated in Brazil regarding the climatic tragedy in Rio Grande do Sul in May 2024. For this purpose, it uses Wardle's (2017) disinformation ecosystem model. Following this methodological proposal, it identifies the main disinformation narratives, the agents propagating disinformation, and the most commonly used dissemination channels. The first aspect is also detailed through Content Analysis, according to Bardin (2011). The corpus consists of 39 contents checked by fact-checking agencies Agência Lupa and Aos Fatos. The research discusses the relationship between crisis and disinformation. It reveals that, in the case of Rio Grande do Sul, there is a predominance of narratives that minimize or deny the occurrence of climate change, often associated with political and economic interests.

Keywords: *Content analysis; Climate crisis; Disinformation ecosystem.*

Introdução

Em maio de 2024, o estado do Rio Grande do Sul (RS) enfrentou intensas chuvas que resultaram no alagamento de 469 municípios, cerca de 85% do território gaúcho. Segundo o governador do estado Eduardo Leite (Rodrigues, 2024), essa enchente foi considerada a maior tragédia climática da história do RS. Até o dia 01 de junho de 2024, às 9h, o balanço da Defesa Civil do RS registrava mais de 580 mil pessoas desalojadas e mais de 2,3 milhões de afetados.

A crise ambiental e social no RS foi alvo de uma intensa campanha de desinformação, por exemplo, desacreditando os fatos e as respostas oficiais, que dificultou os esforços de resposta e mitigação. Essa situação levou a Advocacia Geral da União (AGU) e as plataformas digitais a assinarem um acordo para combater a divulgação de informações falsas relacionadas às enchentes (Rosa, 2024). A Secretaria de Comunicação Social da Presidência (Secom) estabeleceu o Núcleo de Combate à Desinformação, visando verificar e refutar conteúdos enganosos. Instituições de pesquisa e agências de checagem também alertaram sobre a ocorrência de campanhas de desinformação.

“A desinformação consiste em uma expressão da disputa política que se desenvolve centralmente a partir de uma nova estrutura de mediação social em torno da internet plataformizada, afeita à etapa atual do capitalismo, marcada por crises constantes” (Martins, 2024, p. 332). Como tal, é produzida de forma intencional, a partir de estratégias diversas, que se expressam também em diferentes tipos de conteúdos manipulativos. Embora esse tipo de situação ocorra na mídia tradicional, as campanhas desinformativas ganham particularidades nos ambientes digitais, nos quais “as tecnologias que dão suporte a elas permitem rápida difusão de conteúdos, maior volume, automatização de processos e opacidade em seus fluxos (Martins, 2024, p. 340).

Em relação à questão climática, essa disputa tem se dado de forma acentuada, levando à especificação do conceito de desinformação climática. A coalizão *Climate Action Against Disinformation* (CAAD) define o termo em três aspectos principais. Primeiro, a minimização dos fatos científicos: trata-se de conteúdo que tenta diminuir a importância ou negar a existência das mudanças climáticas e seus impactos, ou que nega a clara influência humana nas mudanças climáticas. Segundo a deturpação de dados científicos: inclui a apresentação distorcida de dados científicos, seja por omissão ou seleção parcial de

informações, visando enfraquecer a confiança na ciência climática, nas instituições dedicadas ao clima, nos especialistas e nas soluções propostas para enfrentar as mudanças climáticas. Terceiro, a promoção enganosa de esforços: refere-se à propaganda falsa de esforços apresentados como apoiadores das metas climáticas, mas que, na realidade, contribuem para o aquecimento global ou contradizem o consenso científico sobre as estratégias de mitigação, ou adaptação às mudanças climáticas.

Procedimentos metodológicos

Diante desse quadro, este artigo explora as formas de desinformação sobre a crise climática no RS, utilizando o modelo do ecossistema da desinformação proposto por Wardle (2017), que auxilia na identificação das estratégias e dos conteúdos desinformativos. Este modelo categoriza a desinformação em sete tipos principais: conexão falsa, falso contexto, manipulação de contexto, sátira ou paródia, conteúdo enganoso, conteúdo fabricado e conteúdo impostor. Especificamente, o artigo visa identificar as principais narrativas desinformativas presentes no contexto gaúcho, os agentes responsáveis por propagar essas desinformações e as plataformas de disseminação mais utilizadas.

O *corpus* é composto por 39 conteúdos desinformativos verificados pelas agências Lupa e Aos Fatos, referentes à enchente ocorrida no RS em maio de 2024. Os dados checados e selecionados são do período de 03 a 27/05/2024. Utilizamos, portanto, uma lista de conteúdos já identificados como desinformativos, amostra que consideramos suficiente para a investigação proposta. Essa opção se dá também pelo interesse principal de desenvolver uma abordagem qualitativa dos materiais. Nesta etapa, a análise do *corpus* foi conduzida seguindo a metodologia da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2011), que proporciona uma abordagem sistemática e interpretativa das formas de desinformação sobre a crise climática no RS. Esse tipo de análise busca obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores e conhecimentos relativos às condições de variáveis inferidas na mensagem (Bardin, 2011, p. 31).

A análise compreende em três etapas: uma pré-análise inicial envolvendo a leitura dos materiais para familiarização e identificação das principais temáticas; a exploração do material por meio da aplicação de um sistema de codificação baseado nas categorias propostas por Wardle (2017), que incluem tipo de desinformação, narrativa principal, agentes propagadores

e canais de disseminação; e o tratamento dos resultados, que envolveu a organização dos dados codificados em tabelas para facilitar a análise dos padrões e tendências identificados.

A seleção dos 39 conteúdos verificáveis foi conduzida com base em critérios específicos. Em primeiro lugar, considerou-se a relevância, priorizando apenas os materiais diretamente relacionados à enchente de maio de 2024 em RS. Além disso, a autenticidade desempenhou um papel fundamental, com a inclusão exclusiva de conteúdos que passaram por um processo rigoroso de verificação pelas agências Lupa e Aos Fatos. Por fim, o critério de impacto foi considerado, com prioridade para os conteúdos que apresentaram maior potencial de influência na opinião pública e na percepção sobre a crise climática, como maior alcance.

Com esse estudo, objetivamos contribuir para a identificação de padrões de desinformação e a compreensão das motivações por trás delas são essenciais para desenvolver intervenções que promovam a veracidade da informação e fortaleçam a resiliência da sociedade frente à desinformação climática.

Agronegócio, desinformação climática e plataformas digitais: tensionando questões políticas e econômicas

No sistema capitalista, a informação é objeto de disputa histórica. Bolaño (2000) aponta que ela assume um viés de classe já na esfera da produção, quando é organizada de forma hierarquizada e burocratizada. A conformação dos grandes sistemas de comunicação, diz o autor, torna a informação propriamente uma mercadoria, sem que seu conteúdo de classe seja perdido. A informação, portanto, é sempre objeto de tensão, que se revela, segundo Mastrini e Bolaño (1999) e Bolaño (2022), também nas políticas de comunicação e cultura, que refletem frequentemente os interesses das elites econômicas.

Nesse sentido, não se trata de hierarquizar as dimensões econômica e ideológica, mas entendê-las em relação, reconhecendo que as ideias têm uma base material. Para Eagleton (2019), a ideologia é um dos principais instrumentos de instauração e manutenção da hegemonia. Ele argumenta que a ideologia é importante porque molda a maneira como as pessoas pensam e interpretam o mundo, e isso, por sua vez, afeta suas ações e decisões. A ideologia funciona como um filtro através do qual os indivíduos interpretam a realidade, tornando-se uma ferramenta poderosa para aqueles que buscam exercer controle social e político. Assim, a ideologia pode ser usada para conseguir o consentimento das pessoas para

as práticas hegemônicas e para justificar a desigualdade e a opressão. A desinformação climática, nesse sentido, pode ser vista como uma extensão desse processo ideológico, onde informações enganosas são deliberadamente disseminadas para moldar percepções públicas e manipular comportamentos.

Esses interesses estão presentes na forma como as próprias plataformas digitais organizam a circulação da informação, por exemplo, quando a submete ao crivo mercantil do pagamento de impulsionamento (Martins, 2024), bem como nos conteúdos que os diversos grupos produzem e que publicizam a partir delas. Observando esse mecanismo de impulsionamento em torno de conteúdos sobre a questão ambiental, o Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais (Netlab), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), revelou que a Frente Ampla Ruralista (FPA, que reúne parlamentares ruralistas) publicou anúncios em plataformas digitais ao longo de 2023, com conteúdo desinformativo, descontextualizado, distorcido e/ou que minimizava os impactos negativos do setor, visando promover sua agenda política no legislativo (Girardi; Oliveira, 2024). Dos 207 posts patrocinados nas plataformas da FPA, quase metade (94 anúncios, 45%) continha informações que eram categorizadas como desinformativas. Essas publicações enfatizavam frequentemente a necessidade de flexibilizar regulamentações ambientais, minimizavam a responsabilidade do agronegócio no aquecimento global e tentavam distrair o público com argumentos infundados sobre a crise climática.

O agronegócio é uma das principais forças econômicas no RS, e suas práticas são frequentemente associadas a impactos ambientais, como desmatamento, uso intensivo de agrotóxicos e emissão de gases de efeito estufa. Para proteger seus interesses, grandes corporações do agronegócio têm um incentivo claro para patrocinar campanhas de desinformação que negam ou minimizam a crise climática. Oreskes e Conway (2010) apontam que essas corporações muitas vezes empregam estratégias similares às usadas pela indústria do tabaco no passado, financiando pesquisas duvidosas e promovendo narrativas que criam incerteza sobre a ciência climática. Segundo os autores, a disseminação de narrativas que negam ou minimizam a crise climática serve para manter o *status quo* e evitar a adoção de políticas que possam restringir práticas agrícolas insustentáveis.

No caso do agronegócio, seu crescimento no Brasil acompanhou também o da própria Indústria Cultural no Brasil, com o qual mantém aliança histórica, conforme Chã (2019), que detalha que o agro investiu em sua afirmação simbólica, ao mesmo tempo, em que referendou a mercantilização da cultura, por exemplo, por meio do incentivo a duplas

sertanejas comerciais. Como destaca Ortiz (2006), a globalização e a concentração de poder nas mãos de grandes corporações têm um impacto profundo nas culturas locais e nas políticas públicas, frequentemente em detrimento do bem comum. Portugal e Amorim (2021) ressaltam que a interligação entre desinformação e interesses econômicos é uma realidade cada vez mais presente, particularmente no contexto do agronegócio e das mudanças climáticas.

Agora, esse setor vale-se das características próprias das plataformas digitais para promover campanhas de comunicação, como o uso de dados pessoais e a segmentação da audiência, com vistas à disputa da atenção do usuário. As empresas coletam e exploram esses dados para alimentar algoritmos que priorizam o engajamento dos usuários, independentemente da veracidade do conteúdo. Além disso, a distribuição dos conteúdos se dá por meio de sistemas baseados em algoritmos, que são muitas vezes opacos e enviesados. Como os usuários recebem conteúdos com os quais já são identificados, as plataformas tendem a amplificar informações que confirmam as visões preexistentes dos usuários. Como resultado, criam-se bolhas de informação, tornando os indivíduos mais propensos a acreditar e disseminar desinformação.

A desinformação, nesse cenário, virou um negócio lucrativo. Santos Junior (2023, 2024) afirma que o financiamento da desinformação é facilitado por meio de sistemas de publicidade programática, tanto por empresas como a Google e a MGID. A publicidade programática é um modelo automatizado de colocação de anúncios em páginas da web, onde os espaços publicitários são comprados e vendidos em tempo real por meio de plataformas digitais.

Dados de Bozarth e Budak (2021) indicam que a DoubleClick, adquirida pela Google em 2007, é uma fonte principal de receita para diversos portais, o que sugere sua forte presença na monetização de sites que propagam desinformação. Cerca de 61% da receita da desinformação provém dos dez maiores servidores de anúncios, destacando a concentração de lucro nesse setor. O levantamento do *Global Index of Disinformation* (2019) mostra que a Google é a maior fonte de receita para sites de desinformação, prevendo uma receita significativa para milhares de sites. A presença de sistemas de publicidade programática em canais de desinformação levanta questões sobre a responsabilidade dessas plataformas na veiculação de anúncios em sites que propagam informações falsas.

Os produtores de desinformação se aproveitam desse ambiente para atrair usuários para seus conteúdos sensacionalistas e controversos. Além disso, os algoritmos de

recomendação desempenham um papel importante nesse contexto, direcionando os usuários para conteúdos com base em seus interesses e comportamentos passados. Isso pode amplificar a desinformação ao recomendar conteúdos sensacionalistas ou polarizadores, que têm maior probabilidade de gerar engajamento e manter os usuários nas plataformas por mais tempo. Essa combinação da publicidade programática com a economia de atenção e os algoritmos de recomendação cria um ciclo de retroalimentação, onde a desinformação é promovida para atrair a atenção do público, impulsionada por algoritmos que recomendam conteúdos polarizadores e sensacionalistas, e financiada por meio de anúncios programáticos que geram receita com o aumento do engajamento.

Uma investigação conduzida pela *Climate Action Against Disinformation* (CAAD) afirma que o YouTube está lucrando com uma nova onda de negacionismo climático. O relatório identificou uma série de anúncios de empresas como Samsung e Decathlon em vídeos que negam ou minimizam a mudança climática. Esses vídeos têm milhões de visualizações e são responsáveis por gerar receita publicitária para a empresa. A pesquisa indica que mais de 100 anunciantes internacionais teriam sido vistos em vídeos que promovem desinformação climática, incluindo marcas como Apple, Uber e Adobe (Groom, 2024).

Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas em disputas

O presente estudo argumenta que a disseminação de desinformação durante catástrofes climáticas, como a tragédia das chuvas no RS, é influenciada por uma interseção complexa de fatores sociopolíticos, econômicos e tecnológicos. Primeiramente, as narrativas de desinformação durante esses eventos são frequentemente impulsionadas por interesses políticos claros, que visam manipular percepções públicas e minar a confiança nas instituições democráticas. Como destacado por Pontin (Moura, 2024), a extrema-direita, por exemplo, aproveita-se do descontentamento e da desconfiança preexistentes em relação ao governo para promover narrativas de sabotagem estatal, gerando polarização e deslegitimação das autoridades.

Além disso, a disseminação de desinformação durante crises climáticas é facilitada pelo ambiente digital, onde algoritmos de recomendação e segmentação de audiência das plataformas contribuem para a criação de bolhas de informação. Como salientado por Castelfranchi (Moura, 2024), D’Ancona (2018), Keyes (2018) e Segurado (2021), esses algoritmos amplificam o viés de confirmação, levando os usuários a consumirem e confiarem

em conteúdos que reforçam suas crenças preexistentes, mesmo que sejam falsos. Isso cria um ciclo perigoso em que informações falsas são amplamente difundidas entre grupos ideologicamente alinhados, exacerbando a polarização e minando o debate público fundamentado em evidências científicas.

A análise conduzida por Silva *et al.* (2024) destaca ainda que a disseminação de desinformação durante a tragédia climática no RS está intrinsecamente ligada à polarização política e à descredibilização do governo. O aumento significativo de informações falsas nas plataformas durante o evento ressalta a urgência de lidar com esse fenômeno, especialmente considerando seu impacto negativo na percepção pública sobre as políticas ambientais e na capacidade de resposta a futuras crises climáticas.

Durante crises como a enchente no RS, a rápida propagação de informações falsas mediante redes sociais e outros canais digitais encontra terreno fértil em comunidades que já são céticas em relação ao governo. A desinformação, nesse contexto, não apenas desvia a atenção das verdadeiras causas e consequências dos desastres climáticos, mas também solapa os esforços de resposta e mitigação, dificultando a implementação de políticas públicas eficazes.

Wardle (2017) propõe um modelo de ecossistema da desinformação, no qual categoriza sete tipos principais de desinformação, como ilustrada na Figura 1:

Figura 1. Ecossistema da desinformação



Fonte: elaborada pelos autores (2024), conforme Wardle (2017)

O ecossistema da desinformação, conforme descrito por Wardle (2017), oferece uma perspectiva crítica sobre o ambiente intrincado e interconectado em que a desinformação surge, se dissemina e ganha força. Esse conceito destaca como diferentes elementos, incluindo produtores, disseminadores e consumidores de informações falsas ou enganosas, interagem em uma rede complexa. As plataformas digitais desempenham um papel crucial ao servir como veículos para a circulação dessas informações, facilitando sua rápida propagação e amplificação.

Partindo da elaboração da autora, como ilustrado na Figura 1, este estudo busca analisar a desinformação no contexto da crise climática no RS. Para isso, é utilizado um *corpus* de 39 conteúdos desinformativos, durante o período de 03 a 27/05/2024, verificados pela Lupa (2024) e Aos Fatos (2024) selecionados com base em critérios de relevância, autenticidade e impacto. Esses critérios permitiram identificar as peças mais representativas e influentes da desinformação. A Tabela 1 mostra a divisão desses conteúdos, considerando a classificação conforme as categorias explicitadas na Figura 1.

Tabela 1. Classificação das desinformações

Título das checagens	Classificação conforme o ecossistema da desinformação (Wardle, 2017)	Plataformas digitais	Propagadores de desinformação	Links das checagens
Falso que SBT apagou reportagem sobre caminhões com doações no RS	Conteúdo Impostor	Facebook, X e Tik Tok	usuário anônimo	https://abrir.link/nWbkkK
Não há orientação oficial para vítimas das enchentes no RS se cadastrarem na Defesa Civil	Conteúdo Impostor	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/akctH
Vídeo de resgate de criança na Turquia, não no RS	Falso Contexto	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/aREYa
Vídeo de resgate por carregadeira na enchente na China, não no RS	Falso Contexto	X	usuário anônimo	https://abrir.link/RpIxc

É falsa a imagem viral de homem resgatando bebê em rua alagada no RS	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/YKCqR
Vídeo de resgate de criança por civis em enxurrada foi gravado na Turquia, não no RS	Falsa Conexão	YouTube, Instagram e Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/aREYa
É falsa a imagem viral que mostra helicóptero da Havan em resgate no RS	Falsa Conexão	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/kzObI
Foto de Eduardo Leite em show de Ivete Sangalo enquanto RS sofria com enchente é de 2023	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/purJj
Vídeo de Lula sendo vaiado no RS é antigo e foi gravado em março	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/jDqyY
Vídeo de caixões na Turquia não é no RS	Falso Contexto	Kwai	usuário anônimo	https://abrir.link/ndQNY
Vídeo de "Fora Globo" em MG não é no RS	Falso Contexto	Kwai	usuário anônimo	https://abrir.link/NqqMk
Falso que governo federal doou produtos usados para vítimas de enchentes no RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/aRdrQ
Falso que enchentes no RS foram causadas pela abertura de comportas de barragens no rio Taquari	Falso Contexto	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/NmVTi
É falso que ministro Paulo Pimenta não	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ToyL

bebeu água de purificador enviado ao RS				B
É falso que 2 mil corpos foram congelados em frigorífico de Canoas	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/cMPDi
É falso vídeo dizendo que Bolsonaro doou R\$ 17 milhões ao RS	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/BIVPU
É falso que governo federal não quer que Portugal envie doações para o RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/Fnhr a
É falso que Israel enviou 40 aeronaves para o RS	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ZKgdz
É falso que as doações no galpão da Defesa Civil não estão sendo distribuídas no RS	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ZKgdz
É falso que Luciano Hang enviou mais helicópteros ao RS que a Força Aérea Brasileira	Conteúdo Enganoso	Tik Tok	Bruno Souza (político)	https://abrir.link/wkOKI
É falso que governo Lula patrocinou show da Madonna e deixou de enviar recursos para as vítimas das tragédias no RS	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/roRil
É falso que governo gaúcho está fiscalizando documentação de jet skis e barcos que atuam em resgates	Conteúdo Fabricado	Instagram	Nego Di (influenciador digital)	https://abrir.link/Jobqt
Caminhões com doações não estão	Conteúdo Fabricado	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/GrLf

sendo retirados em postos fiscais do RS				O
É falso que 300 corpos foram encontrados em Canoas durante evacuação	Conteúdo Fabricado	Tik Tok	usuário anônimo	https://abrir.link/HBFxI
É falso que nove pacientes morreram em UTI em Canoas durante inundação	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/mdJrK
É falso que águas da chuva atingiram topo do muro do Cais Mauá	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/fezBQ
Bolsonaro nega ajuda ao RS por não ter sido eleito	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/UfoYh
Falta contexto ao post sobre deputados gaúchos que votaram contra anistia da dívida do Estado	Falso Contexto	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/OyJUu
Daniela Lima não disse que é falso que voluntários estão salvando o RS	Falsa Conexão	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/gaoZF
É falso áudio alarmando sobre apagão em Porto Alegre e região Metropolitana	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/AQG Pn
É antigo vídeo que mostra gado sendo carregado pela correnteza em enchente no RS	Falsa Conexão	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/rSPvg
É falso que helicópteros enviados pelo governo federal ao RS não fizeram	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/QWk oX

resgates por não terem ‘teto para voar’				
É falso que Starlink é a única rede de internet disponível para auxiliar resgates no RS	Falsa Conexão	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/gcGOd
É falso que bombeiros estavam escondendo jet skis em Nova Santa Rita	Conteúdo Enganoso	X	usuário anônimo	https://abrir.link/SDY Cn
É falso que água que chega às torneiras no RS esteja imprópria para consumo	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/DfJQS
Não é do Rio Grande do Sul vídeo que mostra enxurrada invadindo casa. Imagens foram registradas em Goiás	Falso Contexto	Threads	usuário anônimo	https://abrir.link/gKEYY
É falso que vídeo mostre abertura de comportas no RS; imagens são antigas	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/jSkfH
É falso que o governo Lula adquiriu “arroz de plástico chinês”	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/hEJSi
Exército não montou tendas para atender equipe do Jornal Nacional no RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/UTLf

Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Os dados analisados revelam uma predominância de desinformações categorizadas, conforme a definição de Wardle (2017), como conteúdo enganoso, falso contexto e conteúdo fabricado. Esses conteúdos apresentam uma peculiaridade: o uso de elementos factuais que, embora existentes, são descontextualizados para dar suporte a narrativas enganosas. Esse fenômeno evidencia que a desinformação não é simplesmente uma mentira, mas sim uma propaganda elaborada que pode incorporar elementos de verdade para se legitimar.

A mescla de verdades parciais com falsidades torna a desinformação uma ferramenta eficaz para aqueles que buscam manipular a opinião pública e manter relações de poder, o que nos leva a compreendê-la como uma forma essencialmente ideológica. Como destacou o teórico da comunicação Thompson (2011), a ideologia está frequentemente ligada a formas de distorcer a realidade para servir a interesses específicos. No contexto da desinformação, isso se traduz na criação de narrativas que, embora baseadas em fragmentos de verdade, servem para perpetuar agendas ideológicas ou políticas.

Ao distorcer a realidade, a desinformação contribui para a manutenção de relações de poder estabelecidas, justificando a desigualdade e a opressão. Por exemplo, narrativas que minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas podem servir aos interesses de grupos políticos, ou econômicos que se beneficiam da falta de regulamentação ambiental. Essas narrativas enganosas são utilizadas para obter o consentimento público para práticas que perpetuam a degradação ambiental e a injustiça social, exemplificando a função hegemônica da ideologia conforme discutida por Eagleton (2019).

A desinformação é, portanto, uma ferramenta ideológica poderosa, empregada para moldar percepções públicas e influenciar opiniões de maneira a favorecer determinados interesses políticos e econômicos. Ela não apenas desinforma, mas também polariza a sociedade, dificultando o consenso e a implementação de políticas públicas eficazes. A análise dos dados revela que a desinformação é disseminada por atores com objetivos específicos, que se beneficiam da confusão e da divisão geradas por essas narrativas.

Essas narrativas desinformativas utilizam dados reais, como estatísticas climáticas ou declarações oficiais, retirados de seu contexto original e apresentados de maneira distorcida. Por exemplo, dados climáticos podem ser usados para sugerir que eventos extremos são normais e não relacionados às mudanças climáticas, ou imagens de desastres podem ser manipuladas para criar uma falsa impressão de incompetência governamental.

A análise revela que muitas das narrativas desinformativas minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas. Essas narrativas são frequentemente associadas a interesses políticos e econômicos, especialmente ligados ao agronegócio, que busca evitar regulamentações ambientais mais rigorosas. Além de desviar a atenção das verdadeiras causas da crise climática, essas narrativas exploram momentos de calamidade para ressuscitar linhas de pensamento que estavam submersas por conta de contextos políticos adversos. Ao se

aproveitarem de crises, essas narrativas ganham força, pois encontram uma população vulnerável e mais suscetível a acreditar em teorias que desafiam as explicações oficiais.

No contexto do RS, essa desinformação climática serve a interesses específicos ao criar um ambiente onde regulamentações ambientais são vistas como desnecessárias ou excessivas. Narrativas que negam ou minimizam a crise climática não apenas desafiam a ciência estabelecida, mas também promovem a ideia de que medidas de mitigação são dispensáveis. Isso favorece grupos econômicos que lucram com a ausência de regulamentações mais rígidas, permitindo a continuidade de práticas ambientais prejudiciais sem a interferência governamental.

A utilização da desinformação como uma ferramenta ideológica é especialmente eficaz em momentos de crise, quando a população está mais vulnerável e em busca de respostas rápidas e reconfortantes. As narrativas desinformativas se aproveitam dessa busca para introduzir explicações simplistas que desafiam a complexidade da ciência climática. Ao fazer isso, esses discursos não apenas desinformam, mas também polarizam ainda mais a opinião pública, criando um ambiente onde a desconfiança nas instituições e na ciência pode florescer.

Propagadores de desinformação

Um dos aspectos apontados por Wardle (2017) como necessário para compreender a circulação da desinformação é sua origem de propagação. O levantamento de Marzullo e Caetano (2024) destaca a amplificação de narrativas falsas por políticos e celebridades, atingindo 13,46 milhões de visualizações nas plataformas. Isso evidencia a capacidade de alcance dessas figuras públicas e a influência significativa que possuem sobre a população. A propagação de desinformação por esses agentes é uma estratégia eficaz para manipular a opinião pública e desviar a atenção dos fatos científicos, exacerbando a confusão e a desinformação.

Os influenciadores digitais, conforme Netlab (2024), desempenham um papel central na moldagem das opiniões públicas. Ao utilizar a compaixão gerada pelo desastre ambiental no RS para se autopromover e espalhar desinformação, influenciadores e políticos de extrema-direita estão manipulando emoções para fortalecer suas agendas políticas e desacreditar o governo. A atuação de agentes da extrema-direita como a produtora Brasil

Paralelo, Revista Oeste e Ricardo Felício, que promovem conspirações e negacionismo ambiental, exemplifica como a desinformação é utilizada de maneira coordenada e estratégica. O estudo alega que esses agentes desinformadores disseminam suas narrativas por meio das plataformas digitais. Essa operação multiplataforma também ocorre por meio de conteúdo pago nas publicidades do Meta Ads, que amplificam os discursos desinformativos (Neltlab, 2024).

A análise do *corpus*, no entanto, revela que os principais agentes propagadores de desinformação sobre a crise climática no RS incluem usuários anônimos, sendo 37 entre os 39 conteúdos desinformativos ilustrados na Tabela 1. Além disso, dois conteúdos foram propagados pelo político Bruno Souza e o influenciador digital Nego Di, respectivamente. Esses atores utilizam suas plataformas para espalhar informações falsas ou enganosas, ampliando a confusão pública e manipulando a opinião pública em momentos de vulnerabilidade. A atuação desses agentes é particularmente notável em períodos críticos, eventos climáticos extremos, eleições.

Este fato é significativo e pode ser interpretado que a falta de responsabilidade e consequências é um fator crucial. Usuários anônimos podem espalhar informações falsas sem medo de repercussões legais ou sociais. Essa ausência de responsabilidade permite que indivíduos publiquem desinformação deliberadamente sem sofrer as consequências.

Além disso, a dificuldade na rastreabilidade é uma questão importante. Identificar e rastrear a origem da desinformação se dificulta quando os responsáveis são anônimos, o que complica a aplicação de medidas legais ou administrativas contra os disseminadores. Outro aspecto a considerar é a confiança e credibilidade. Usuários anônimos podem criar conteúdos que parecem confiáveis, mas que, na verdade, são falsos, manipulando a percepção pública. Embora a ausência de uma identidade verificada possa reduzir a credibilidade das informações, muitas vezes isso não é suficiente para impedir a disseminação.

Esses dados corroboram para o argumento de que a desinformação no contexto da crise climática do RS é amplamente disseminada por usuários anônimos que utilizam as plataformas digitais para alcançar um público vasto. As narrativas enganosas, que incluem negação da mudança climática, minimização dos impactos climáticos e atribuição de causas naturais, são promovidas por agentes com interesses políticos e econômicos específicos.

Canal de disseminação

Os conteúdos foram selecionados pelas agências Lupa e Aos Fatos, utilizando um processo que combina monitoramento próprio e envios de usuários da internet. Essa metodologia garante que os dados analisados sejam representativos das principais fontes de desinformação em circulação. Apesar de o *corpus* ser formado a partir dessa seleção específica, ainda é possível aprofundar a discussão sobre os canais de disseminação de desinformação considerando os 39 conteúdos selecionados.

O estudo indica que as plataformas, como WhatsApp, Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), Kwai, Tik Tok e Threads, desempenham um papel significativo na difusão das desinformações. O fato de que o WhatsApp, uma plataforma de mensagens privadas, figurar como a mais mencionada sugere que ela é frequentemente utilizada como um canal para compartilhar informações falsas sem o escrutínio público que outras plataformas podem ter.

Pereira e Coutinho (2022, p. 22) ressaltam para “a de que o WhatsApp se coloca como uma rede social mais fácil de se propagar conteúdos sem fiscalização, se tornando um “inimigo” difícil de ser combatido”. É visto que o WhatsApp permite a viralização rápida de mensagens, fotos e vídeos, superando os filtros de bolhas porque cada usuário constrói sua própria rede, formada por pessoas que, em geral, compartilham interesses comuns em torno do tema do grupo ou possuem relação de proximidade, o que inicialmente aumenta a confiança nos conteúdos.

Diferentemente de outras plataformas, onde é possível excluir conteúdos que violem regras ou disseminem desinformação, no WhatsApp, conforme Pereira e Coutinho (2022), os conteúdos são protegidos por criptografia. Isso dificulta identificar quem iniciou a propagação de uma notícia falsa e dificulta desmentir informações falsas para todos os usuários que as receberam. Esse ambiente facilitou a desinformação sobre máscaras, vacinas, isolamento social, termômetros e outras questões durante a pandemia, levando muitos usuários a acreditarem em conteúdos enganosos. Por outro lado, o presente artigo também compreende que a criptografia impede o uso de dados pelo WhatsApp e a segmentação de mensagens, por exemplo. Além de ser uma reivindicação histórica em torno da privacidade e da proteção de dados.

Além disso, a menção do Facebook e plataformas de vídeo como TikTok e Kwai, indica que a desinformação está presente em uma variedade de plataformas online, não se limitando apenas às redes sociais tradicionais. Isso ressalta a necessidade de uma abordagem abrangente na luta contra a desinformação, que leve em consideração uma variedade de plataformas e métodos de compartilhamento de conteúdo.

Conclusão

O presente estudo, que analisou a disseminação de desinformação durante a crise climática no RS em maio de 2024, revela a complexidade e o impacto profundo desse fenômeno na sociedade contemporânea. Utilizando métodos de análise de conteúdo e categorização conforme o ecossistema de desinformação proposto por Wardle (2017), a pesquisa identificou 39 conteúdos desinformativos verificados pela Lupa e Aos Fatos.

O presente estudo revela que os temas recorrentes na disseminação de desinformação sobre a crise climática no RS incluem a negação da mudança climática, a minimização dos impactos climáticos e a atribuição das causas dos eventos climáticos a fatores naturais, ao invés de ações humanas. Esses temas são frequentemente promovidos por usuários anônimos nas plataformas digitais, como WhatsApp, Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), Kwai, Tik Tok e Threads.

A relação desses temas com grupos econômicos é significativa. Narrativas que negam a mudança climática ou minimizam seus impactos muitas vezes estão alinhadas com os interesses de certos setores econômicos que se beneficiam da manutenção do *status quo* em termos de políticas ambientais. Por exemplo, indústrias que dependem fortemente de combustíveis fósseis, como o petróleo e o gás, podem ter interesse em promover a ideia de que a mudança climática não é uma ameaça real ou urgente. Da mesma forma, setores que podem ser afetados por regulamentações ambientais mais rígidas, como a agroindústria e a mineração, também podem apoiar narrativas que minimizam os impactos ambientais de suas atividades.

Esses temas também se relacionam com o agronegócio. O agronegócio é uma das principais forças econômicas no RS e suas práticas são frequentemente associadas a impactos ambientais como desmatamento, uso intensivo de agrotóxicos e emissão de gases de efeito estufa. Para proteger seus interesses, grandes corporações do agronegócio têm um incentivo

claro para patrocinar campanhas de desinformação que negam ou minimizam a crise climática. Estas corporações frequentemente empregam estratégias similares às usadas pela indústria do tabaco no passado, financiando pesquisas duvidosas e promovendo narrativas que criam incerteza sobre a ciência climática.

A investigação destacou que a maioria das desinformações se enquadra nas categorias de "conteúdo enganoso" e "falso contexto". Esses tipos de desinformação utilizam elementos factuais descontextualizados ou misturados com falsidades, criando narrativas enganosas que são difíceis de contestar rapidamente. Isso evidencia a sofisticação das estratégias de desinformação, que visam não apenas confundir, mas manipular deliberadamente a opinião pública.

A ausência de conteúdos desinformativos classificados como sátira ou paródia sugere que a maioria das informações falsas identificadas não está sendo apresentada de forma claramente humorística ou satírica. Isso implica que os criadores de desinformação estão adotando uma abordagem mais direta e séria na disseminação de informações falsas, buscando enganar os usuários sem deixar espaço para dúvidas quanto à veracidade das informações. Além disso, a falta de conteúdos classificados como manipulação de contexto indica que as informações falsas identificadas não estão sendo apresentadas para distorcer a realidade através da manipulação de elementos factuais. Isso sugere que os criadores de desinformação estão optando por estratégias mais simples e diretas para enganar o público, sem recorrer a técnicas mais sofisticadas de manipulação de informações.

Os principais disseminadores dessas desinformações foram identificados usuários anônimos, que utilizam diversas plataformas para a circulação de conteúdo desinformativo. Nessa amostra, a origem mais frequente foi o WhatsApp. A natureza privada e criptografada desta plataforma e sua relação com a propagação de informações falsas é uma questão que deve ser objeto de estudos posteriores.

A desinformação sobre a crise climática no RS, conforme evidenciado pelos dados analisados, utiliza frequentemente dados reais apresentados descontextualizada para legitimar narrativas enganosas. Esse uso de elementos factuais confere uma aparência de legitimidade ao conteúdo desinformativo, tornando-o mais persuasivo e difícil de contestar. Isso exemplifica como a desinformação funciona como uma forma de propaganda ideológica,

conforme descrito por Eagleton (2019), moldando a compreensão pública de eventos e políticas climáticas de uma maneira que serve a interesses específicos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, M. Publicidade das big techs sob o olhar crítico da Economia Política da Desinformação. **Lumina**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 76–91, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/38155>. Acesso em: mai. 2024.

AOS FATOS, Veja tudo o que já desmentimos sobre as enchentes no Rio Grande do Sul. **Aos Fatos**, 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/informacoes-falsas-enchentes-rs/>. Acesso em: 28. mai. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLAÑO, C. R. S. Economia Política, Globalização e Comunicação. **Novos Rumos**, [S. l.], n. 25, 2022. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/novosrumos/article/view/2047>. Acesso em: 21. mai. 2024.

BOZARTH, L.; BUDAK, C. Market Forces: Quantifying the Role of Top Credible Ad Servers in the Fake News Ecosystem. In: **ICWSM**. p. 83-94, 2021.

CLIMATE ACTION AGAINST DISINFORMATION. The impacts of climate disinformation on public perception. **CAAD**, 2022. Disponível em: <https://caad.info/wp-content/uploads/2022/11/The-Impacts-of-Climate-Disinformation-on-Public-Perception.pdf>. Acesso em: 20. mai. 2024.

CHÃ. A. M. **Agronegócio e indústria cultural**. São Paulo: Expressão Popular Editora, 2018.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Faro Editorial, 2018.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

GIRARDI, G.; OLIVEIRA, R. Bancada ruralista adota “discurso tóxico” em anúncios nas redes sociais, revela estudo. **Agência Pública**, 2024. Disponível em: <https://apublica.org/2024/01/bancada-ruralista-adota-discurso-toxico-em-anuncios-nas-redes-sociais-revela-estudo/>. Acesso em: 20. mai. 2024.

GLOBAL DISINFORMATION INDEX. **The quarter billion dollar question**: how is disinformation gaming Ad Tech?, 2019. Disponível em: <https://disinformationindex.org/wp-content/uploads/>. Acesso em: 24. mai. 2024.

GROOM, N. Youtube lucra com nova geração de negacionismo climático. **Folha de S. Paulo**, 2024. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2024/01/youtube-esta-lucrando-com-nova-cruzada-de-negacionismo-climatico-diz-grupo-de-monitoramento.shtml>.

Acesso em: 24. mai. 2024.

KEYES, R. **A era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. São Paulo: Vozes, 2018.

LUPA. Doações repetidas e corpos encontrados: veja o que já checamos sobre as enchentes no RS. **Agência Lupa**, 2024. Disponível em:

<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/05/06/doacoes-retidas-e-corpos-encontrados-veja-o-que-ja-checamos-sobre-as-enchentes-no-rs>. Acesso em: 20. mai. 2024.

LOPES, R. Estudo inédito da UFRJ aponta as principais "fake news" sobre a tragédia da chuva no RS. **GauchaZH**, 2024. Disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rodrigo-lobes/noticia/2024/05/estudo-inedito-da-ufjr-aponta-as-principais-fake-news-sobre-a-tragedia-da-chuva-no-rs-clwaopesx00d9014eyuczbrwi.html>. Acesso em: 20. mai. 2024.

MARTINS, H. A desinformação em meio à crise do capitalismo e à configuração de uma nova estrutura de mediação social. **Eco-Pós**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 330–352, 2024.

Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28045.

Acesso em: jun. 2024.

MARZULLO, L.; CAETANO, G. Eixo da desinformação: políticos amplificam nas redes fake news sobre RS contestadas por autoridades. **O Globo**, 2024. Disponível em:

<https://abrir.link/UBxPc>. Acesso em: 20. mai. 2024.

MASTRINI, G.; BOLAÑO, C. **Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina**: hacia una economía política de la comunicación. Editorial Biblos, 1999.

MOURA, J. Fake news viram arma política na tragédia climática do RS. **DW**, 2024.

Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/fake-news-viram-arma-pol%C3%ADtica-na-trag%C3%A9dia-clim%C3%A1tica-do-rs/a-69123299>. Acesso em: 20. mai. 2024.

Acesso em: 20. mai. 2024.

NETLAB. Enchentes no Rio Grande do Sul: uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático. **Netlab**, 2024. Disponível em:

<https://netlab.eco.ufrj.br/post/enchentes-norio-grande-do-sul-uma-an%C3%A1lise-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-multiplataforma-sobre-o-desastre-clim%C3%A1ti>. Acesso em: 20. mai. 2024.

PERREIRA, G. T.; COUTINHO, I. M. S. WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 1, p. 1-22, 2022. Disponível em:

<https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5916/5591>. Acesso em: mai. 2024.

RODRIGUES, A. Governador do RS alerta para "maior desastre da história" do estado. **Agência Brasil**, 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-05/governador-do-rs-alerta-para-maior-desastre-da-historia-do-estado>. Acesso em: 25. mai. 2024.

ROSA, J. AGU e plataformas digitais assinam acordo para combater fake news sobre o RS. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/agu-e-plataformas-digitais-assinam-acordo-para-combater-fake-news-sobre-o-rs/>. Acesso em: 23. mai. 2024.

SANTOS JUNIOR, M. A. Financiando a desinformação: análise dos sistemas de publicidade durante a eleição de 2022. **Anais do 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política**, 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT7_Alves_Dos_Santos_Junior-Marcelo-Alves-Dos-Santos-Junior.pdf. Acesso em: 20. mai. 2024.

SANTOS JUNIOR, M. A. Estudo exploratório do financiamento da desinformação na web: fraudes, apostas, trading e clickbaits. **Contracampo**, n. 43, n. 1, p. 1-16, 2024. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v43i1.56987>. Acesso em: 21. mai. 2024.

SEGURADO, R. **Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet**. Hedra, 2021.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PORTUGAL, A.; AMORIM, G. Agronegócio, desinformação e a fome no Brasil. **CartaCapital**, 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/agronegocio-desinformacao-e-a-fome-no-brasil/>. Acesso em: 28. mai. 2024.

WARDLE, C. Fake news. It's complicated. **First Draft News**, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: 21. mai. 2024.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

THIAGO HENRIQUE DE JESUS-SILVA

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI), sendo bolsista CAPES. Autor do livro "Bolsonaro e a COVID-19: desmascarando a desinformação", pela EDUFPI; e dos manuais "Arriégua! Ói as Fake News: Manual de Checagem" e "É caroço as fake news: Manual de checagem nortista". Integrante do grupo de pesquisa Jornalismo, Mídia, História e Poder - JOMIHIP; do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Estratégias de Comunicação (NEPEC/UFPI) e do Laboratório de pesquisas em Economia, Tecnologia e Políticas de Comunicação (TELAS/UFC). Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário de Ciências e Tecnologia do Maranhão - UNIFACEMA. Conselheiro da COAR Notícias. Pesquisas voltadas para o eixo: mídia, política e Análise de Discurso Crítica (ADC), com ênfase nos conceitos de fake news, pós-verdade, desinformação, fact-checking, discurso, educação midiática, plataformas digitais e Economia Política da Comunicação e da Desinformação.

E-mail: thiago.silva@ufpi.edu.br

ELENA MARTINS

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará - UFC. Coordenadora do Telas - Laboratório de Economia, Tecnologia e Política da Comunicação.

E-mail: helena.martins@ufc.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 35-53, jan-jun, 2024

Comunicação pública e desinformação: mitigação de danos à democracia diante de eventos climáticos extremos

Comunicación pública y desinformación: mitigar el daño a la democracia ante eventos climáticos extremos

Public communication and disinformation: mitigating damage to democracy in the face of extreme climate events

Sara FEITOSA

Pós-doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora na Universidade Federal do Pampa (Unipampa). E-mail: sarafeitosa@unipampa.edu.br

Enviado em: 03/07/2024
Aceito em: 23/07/2024

RESUMO

Este artigo analisa a crise de desinformação durante eventos climáticos extremos no Brasil, com foco nas enchentes no Rio Grande do Sul em maio de 2024. A crise socioambiental é acompanhada por uma crise de desinformação, exacerbada pela circulação de conteúdos falsos durante emergências, como aconteceu durante a pandemia de Covid19, em 2020. O texto argumenta que a desinformação faz parte do confronto político contemporâneo e propõe ações de Comunicação Pública para mitigar seus efeitos durante e após crises climáticas. A partir de dados primários (observação em perfis de agências de checagem) e dados secundários coletados pelo NetLab/UFRJ e Instituto Democracia em Xequê, o artigo contextualiza a calamidade pública das enchentes no RS, apresenta dados e narrativas de desinformação durante o evento das enchentes, mapeia problemas na Comunicação Pública durante o desastre e sugere sete boas práticas de CP para combater a desinformação em crises climáticas.

Palavras-chave: *Crise do clima; Enchentes no RS; Desinformação; Comunicação Pública.*

RESUMEN

Este artículo analiza la crisis de desinformación durante fenómenos meteorológicos extremos en Brasil, con especial atención a las inundaciones en Rio Grande do Sul en mayo de 2024. La crisis socioambiental va acompañada de una crisis de desinformación, exacerbada por la circulación de contenidos falsos durante las emergencias, como ocurrió durante la pandemia de Covid-19 en 2020. El texto sostiene que la desinformación forma parte de la confrontación política contemporánea y propone acciones de Comunicación Pública para mitigar sus efectos durante y después de las crisis climáticas. A partir de datos primarios (observación de los perfiles de las agencias de noticias) y secundarios recogidos por NetLab/UFRJ y el Instituto Democracia en Xque, el artículo contextualiza la calamidad pública de las inundaciones en Rio Grande do Sul, presenta datos y narrativas de la desinformación durante el evento de las inundaciones, mapea los problemas en la Comunicación Pública durante el desastre y sugiere siete buenas prácticas de PC para combatir la desinformación en las crisis climáticas.

Palabras-clave: *Crisis climática; Inundaciones en Rio Grande do Sul; Desinformación; Comunicación Pública.*

ABSTRACT

This article analyzes the disinformation crisis during extreme weather events in Brazil, with a focus on the floods in Rio Grande do Sul in May 2024. The socio-environmental crisis is accompanied by a disinformation crisis, exacerbated by the circulation of false content during emergencies, as happened during the Covid-19 pandemic in 2020. The text argues that disinformation is part of the contemporary political confrontation and proposes Public Communication actions to mitigate its effects during and after climate crises. Based on primary data (observation on the profiles of news agencies) and secondary data collected by NetLab/UFRJ and the Instituto Democracia em Xequê, the article contextualizes the public calamity of the floods in Rio Grande do Sul, presents data and narratives of disinformation during the flood event, maps problems in Public Communication during the disaster and suggests seven good PC practices to combat disinformation in climate crises.

Keywords: *Climate crisis; Floods in Rio Grande do Sul; Disinformation; Public communication.*

Introdução

Eventos climáticos extremos têm sido mais frequentes e com maior poder de destruição nas últimas décadas. Em 2022 mais de 100 pessoas morreram em Pernambuco em consequência das fortes chuvas, a maior tragédia no estado em 50 anos. No mesmo ano, chuvas extremas em São Sebastião (SP), e em Petrópolis (RJ), causaram mortes e deixaram a população sobrevivente com danos materiais e emocionais. Em 2023, a Amazônia sofreu com seca histórica, enquanto o Rio Grande do Sul teve duas cheias expressivas no Vale do Taquari em setembro e novembro.

Entre o final de abril e maio de 2024, os gaúchos viram mais de 60% do seu território devastado por enchentes. Vale lembrar que o estado também passou por estiagem em parte do seu território por três anos seguidos, em 2021, 2022 e 2023. Na esteira destes fenômenos que evidenciam as mudanças no clima, não se pode deixar de citar as ondas de calor que atingiram o Brasil e que, só em 2023, somaram nove, segundo o Instituto Nacional de Meteorologia (INMET). Em maio de 2024, enquanto o RS sofreu com enchentes extremas, o restante do Brasil viveu a quarta onda de calor. 2023 foi o ano mais quente da história, conforme a Organização Meteorológica Mundial (OMM), com a temperatura média global 0,70°C acima da média de 1991-2020 e 1,58°C acima da média pré-industrial, segundo o observatório europeu Copernicus.

Mas a crise não é só no clima. Pelo menos desde 2016¹, o planeta tem observado um ciclo crescente de desinformação (Delmazo, Valente, 2018). Durante os episódios de enchentes no RS em 2024 observou-se ampla circulação de conteúdos desinformativos (Salles; Santini, et al, 2024). Informação de qualidade é fundamental na vida das sociedades; em situações de emergência, como durante a pandemia de Covid-19 e em eventos da crise climática, a informação pode significar salvar vidas. Deste modo, entende-se estar diante de crises conexas e que parte da responsabilidade da avalanche de desinformação que caracteriza o contemporâneo está na infraestrutura técnica das plataformas de interação digitais (Cesarino, 2022) e uma alteração no estatuto da verdade no mundo (Mendonça *et al*, 2023). Além disso, somam-se as teorias conspiratórias, o negacionismo climático e erros na comunicação de governos, configurando um grande desafio para a Comunicação Pública

¹ A bibliografia sobre o tema tem apontado dois eventos como marco do fenômeno da desinformação contemporânea: o referendo sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia e as eleições presidenciais nos Estados Unidos, ambos em 2016. (Bennet; Livingston, 2018).

(CP) e para a governança em contextos de crise causadas por eventos climáticos, como os ocorridos em maio de 2024 no Rio Grande do Sul.

O texto se propõe a contextualizar os efeitos da desinformação durante uma crise de eventos extremos do clima, como as enchentes no RS, e, a partir do argumento de que a desinformação pode ser pensada "como parte do repertório de confronto político contemporâneo" (Mendonça, *et al*, 2023, p. 236) propor ações de Comunicação Pública na mitigação dos efeitos da desinformação durante e pós eventos extremos do clima. A desinformação é compreendida aqui como resultante de práticas sociais que fazem parte de um fenômeno cultural maior, onde os significados são disputados para atender a interesses próprios (Oliveira, 2020).

Estruturado em tópicos, nas duas seções iniciais apresenta-se uma contextualização da calamidade pública a partir das enchentes no RS em maio de 2024, com ênfase na disseminação de desinformação. Para isso, utiliza-se levantamento realizado pelo Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (NetLab/UFRJ), coordenado por Débora Salles e R. Marie Santini (2024), e do Instituto Democracia em Xeque. Além de observação de material distribuído nas redes sociais para identificar os diferentes tipos de desinformação em circulação durante as enchentes no RS. Na terceira seção, utiliza-se a bibliografia consolidada na área e o mapeamento de exemplos empíricos da Comunicação Pública dos entes municipais, estadual e federal durante maio de 2024 sobre o desastre climático no RS, observando especialmente aspectos ligados ao que Weber e Locatelli (2023) denominam de "ordem estratégica" da comunicação governamental e as tipologias de CP propostas por Miola e Marques (2017). Por fim, elencam-se sugestões de boas práticas de Comunicação Pública e mitigação dos efeitos da desinformação diante de eventos de crise climática.

Desinformação em massa. Um caminho sem volta?

"Não há dúvida de que o estatuto dos fatos na vida pública está hoje em dia ameaçado²", sentencia Noortje Marres (2018) no artigo "Por que não podemos ter nossos fatos de volta". A autora defende que não se deve querer os "nossos fatos de volta", mas desenvolver estratégias para assegurar um papel central para o conhecimento na vida pública. Para Marres (2018), tais estratégias devem ser guiadas pela percepção de que, nas sociedades digitais de hoje, houve uma reconfiguração da categoria "fato público". No texto "*Fake News* e o

² There is no doubt that the status of facts in public life is under threat today. (do original).

repertório contemporâneo de ação política”, Ricardo Mendonça, Viviane Freitas, Camilo Aggio e Nina Santos, argumentam que o fenômeno da desinformação³ deve ser pensado "como parte do repertório contemporâneo de confronto político" (2023, p. 236). O argumento dos autores orienta este artigo, que toma como estudo empírico o desastre climático no RS, de maio de 2024, e a proliferação de desinformação⁴ simultânea ao evento socioambiental.

O tema *Fake News* e Desinformação é amplamente estudado na atualidade, embora não seja uma novidade na vida em sociedade (Burke, 2016; 2018; Darnton, 2017). Muitas das análises partem de um viés funcionalista, no qual "um produtor emite uma mensagem, a partir de uma estrutura textual própria, que vai ser decodificado pelos sujeitos, como uma ordem natural do processo comunicativo" (Oliveira, 2020, p.4). Outros autores (Albuquerque, 2021; Moretzsohn, 2019) problematizam a ideia que considera existir uma linha divisória na qual o jornalismo profissional seria a exclusiva fonte para a informação confiável. Moretzsohn (2019) argumenta que o jornalismo foi e continua a ser a origem de muita informação inverídica ou deturpada. Vale ressaltar que, em anos recentes, houve uma alteração no estatuto da verdade a partir do que se convencionou chamar de "pós-verdade"⁵, associado a uma infraestrutura técnica, motivações individuais (Gobarch, 2018), interesses de grupos políticos - com prevalência do espectro de extrema direita, mas não exclusivamente - e interesses econômicos de *big techs* que impulsionam a disseminação de material desinformativo (Cesarino, 2022; D'Andrea, 2023).

Desse modo, observa-se uma conexão que envolve os campos da produção, recepção e circulação de desinformação, articulada com interesses econômicos e ideológicos. Como já apontado na literatura, há indivíduos e organizações sem qualquer objetivo político, mas com interesses econômicos que produzem e disseminam desinformação (Bennett; Livingston, 2018; Mendonça, *et al*, 2023). No levantamento realizado por pesquisadores do NetLab/UFRJ, foram identificados, entre 06 a 08 de maio de 2024, 351 anúncios

³ Os autores utilizam o termo Fake News, no entanto, para o presente trabalho utiliza-se "desinformação" para designar ações de produção e disseminação de informação errada proposital ou não.

⁴ Embora o conceito de desinformação seja utilizado neste estudo, vale ressaltar que se entende - alinhado a outros autores (Oliveira, 2020; Albuquerque, 2021) - a importância de desenvolver novos quadros analíticos que possam abordar as disputas sobre a informação para além do viés da intencionalidade ou desordem informacional.

Pós-verdade refere-se a ideia em que "algo que aparente ser verdade é mais importante que a própria verdade". Para alguns autores, a pós-verdade é simplesmente um eufemismo para mentira, fraude ou falsidade, que ocultaria a tradicional propaganda política.

fraudulentos associados às enchentes no RS (Salles; Santini, *et al* 2024). Os autores consideram anúncios fraudulentos aqueles conteúdos pagos e promovidos que utilizam técnicas de engenharia social para divulgar produtos ou informações falsas, com o objetivo deliberado de obter ganhos financeiros ilícitos e causar prejuízos materiais e morais a outras pessoas. (Salles; Santini, *et al*, 2024). Esses dados só complexificam a compreensão do fenômeno da desinformação, pois não se trata apenas de recursos utilizados por grupos extremistas na disputa política, nem tão pouco uma aversão à perícia e aos especialistas (Marres, 2018) - embora estes sejam elementos constitutivos do problema.

Nos primeiros dias do evento de chuvas extremas no RS, observou-se uma proliferação de material desinformativo, fraudulento ou narrativas conspiratórias que "explicariam" a tragédia, além de refutar a relação das chuvas em excesso com as mudanças no clima. São conteúdos que vão desde "alertas de apagão geral na cidade de Porto Alegre"⁶, "chuva artificial como causa das enchentes, *lockdown* climático, as chuvas como resultado de arma ultrassecreta chamada HAARP", dentre outras⁷. A equipe do NetLab/UFRJ coletou publicações de desinformação em redes sociais veiculadas entre os dias 27 de abril e 10 de maio. O objetivo do estudo, segundo os autores, foi "analisar a desinformação envolvendo a emergência climática no Rio Grande do Sul em publicações nas redes sociais, bem como fraudes e golpes em anúncios do Meta Ads" (Salles; Santini, *et al*, 2024, p.4). As agências de *fact-checking* - Lupa e Aos Fatos - bem como o jornalismo profissional (GZH, Correio do Povo, RBSTV), além de iniciativas de *fact-checking* como verifica RS e Mentira tem preço, dedicaram atenção para desmentir boatos e desinformação em relação às enchentes. Esta prática de desmentir desinformação envolvendo o evento das chuvas também ocupou assessorias de imprensa dos governo⁸ federal, estadual e de municípios atingidos pelas enchentes. Do ponto de vista da informação, como observa D'Angelo (2024), o cenário das enchentes no RS se assemelha aos ataques às escolas, pandemia de Covid-19 e campanhas eleitorais. Isso porque a produção e disseminação de informações falsas, desconstruídas, descontextualizadas provocam danos à vida das pessoas e atrapalham a ação e reação das instituições públicas - constituindo-se, portanto, em um problema para a comunicação pública (Weber; Locatelli, 2023).

⁶ [Postagem da agência Lupa](#) sobre áudio que dava alerta de apagão em Porto Alegre Lupa.

⁷ Entre os dias 3 a 29 de maio era possível contar 46 postagens de verificação sobre as enchentes no Rio Grande do Sul no perfil da Agência Lupa no Instagram.

⁸ Vale observar que as assessorias de imprensa de governos não realizam *fact-checking*, isso porque há uma metodologia específica que orienta a checagem de fatos e um dos critérios é a isenção, que por questões óbvias não cabe quando tratamos de assessoria de imprensa ou comunicação.

Pesquisadores do Instituto Democracia em Xeque realizaram o estudo "Narrativas e desinformação no contexto do desastre" no RS. O relatório apresenta dados de pesquisa de escuta social (*social listening*) em redes abertas; coleta de termos mais utilizados nas redes Facebook, Instagram, YouTube, X/Twitter e TikTok; e, análise das principais narrativas encontradas no Telegram (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024). Na semana 07 a 13 de maio de 2024, foi identificado 7,7 milhões de publicações mencionando as enchentes e regiões afetadas, com 71,1 milhões de engajamento destas mesmas postagens nas diferentes redes. Na semana 14 a 21 de maio, foi identificado 3,5 milhões de publicações mencionando as enchentes e regiões afetadas, com 27,8 milhões de contas atingidas. Os números apresentam uma queda na produção de conteúdos entre a primeira e a segunda semana observadas, no entanto, como indicam os autores, "ainda é considerado um alto volume e pauta predominante na agenda política do país". (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024, p. 6).

A partir dos estudos do NetLab/UFRJ (Salles; Santini, *et al*, 2024) e Instituto Democracia em Xeque (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024), além da observação de perfis de agências de checagem (Verifica RS e Mentira tem preço) e veículos tradicionais do jornalismo, como citado antes, parece não deixar dúvidas de que a desinformação é parte do cotidiano contemporâneo. E mais, a observação das narrativas de desinformação identificadas pelos dois grupos de pesquisadores, serve de sustentação para o argumento de que a compreensão do fenômeno da desinformação "é central para o entendimento da política contemporânea" (Mendonça, *et al* 2023, p. 256). Não cabe aqui um retorno às discussões já feitas sobre o que é *Fake News*, Desinformação e o debate em torno das diversas formas de nomear tal fenômeno (Carlson, 2018; Costa, 2018; Wardle, Derakshan, 2017), tão pouco buscar-se-a identificar os fatores que contribuem para sua profusão e consequências na vida social e política (Wainberg, 2018; Gorbach, 2018; Cesarino, 2022), pois já há bastante literatura que se debruça sobre todos esses aspectos. O caminho aqui vai no sentido de, a partir de exemplos empíricos envolvendo a onda de desinformação durante os eventos do clima no RS, pontuar nuances do fenômeno que parece se estender em uma escala que vai da desinformação típica e suas variações (Oliveira, 2020; Reijnders, 2019), tratadas neste tópico, até erros na Comunicação Pública que, em alguma medida, contribui com a desinformação e gera prejuízo social - aspecto abordado mais adiante.

O estudo do Instituto Democracia em Xeque acompanhou 150 grupos e canais no aplicativo mensageiro Telegram. Nestes, foi identificado cinco narrativas de desinformação sobre as enchentes: "1) Críticas às medidas do governo federal; 2) Secretaria da reconstrução e Paulo Pimenta; 3) Críticas ao governador e prefeito; 4) Anistia da dívida do RS; 5) O povo

pelo povo (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024). Aqui o foco será na *hashtag* #opovopelopovo que aparece também como #civilsalvacivil. A escolha desta narrativa para análise se justifica porque parece ser um aspecto do fenômeno da desinformação que reforça o argumento deste texto, ou seja, a desinformação é parte do repertório da disputa política na sociedade contemporânea e as narrativas de desinformação nem sempre são enredos conspiratórios de fácil identificação.

A narrativa "o povo pelo povo" e a equivalente "civil salva civil" utiliza um fato, ou seja, é verdade que a sociedade civil se mobilizou para o processo de resgate e acolhimento da população atingida pelas cheias, mas é mentira que o Estado (união, estado e municípios) não agiu ou foi ineficiente no quadro de emergência. Como pontua o estudo do Instituto Democracia em Xequê, "A narrativa [o povo pelo povo] pretende contrastar o grande protagonismo de voluntários com uma ideia de ineficiência do Estado para lidar com a questão, reforçando uma mobilização anti sistema" (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024, p. 33). Os autores explicam que o mesmo lema é aproveitado em outros temas importantes da agenda política da extrema direita, como a votação do Projeto de Lei "da Globo"⁹ e contra a reforma tributária. Uma postagem do perfil "Mentira tem preço" no Instagram explica onde está a desinformação no uso da *hashtag* "civil salva civil", que espelha a ideia da narrativa "o povo pelo povo" e aponta os responsáveis pela sua disseminação. Na figura 1, há a apresentação de montagens em que houve uso de Inteligência Artificial, evidenciando o heroísmo da ação dos civis. Na figura 2, há a explicação de onde está a desinformação no uso dessa *hashtag*. Nos comentários da postagem, é possível identificar que algumas pessoas entendem que o serviço de checagem feito pelo "Mentira tem preço" é desinformação. Esses comentários parecem cristalizar a perda dos parâmetros de discernimento do que são fatos e do que são convicções, opiniões, pontos de vista.

Figura 1: print de postagem do @mentiratempreco sobre #civilsalvacivil

⁹ O PL 8.889/2017 também conhecido como "PL dos streamings" prevê cotas de conteúdos nacionais nas plataformas de conteúdo audiovisual por demanda (Video on Demand ou VoD). O argumento de quem se opõe ao PL é que ele representa censura às big techs e à produção de conteúdos nas redes sociais.



Fonte: Instagram perfil Mentira tem preço

Figura 2 - print de postagem do @mentiratempreço sobre desinformação



Fonte: Instagram perfil Mentira tem preço

Para Mendonça, *et al* (2023, p. 244), "a ubiquidade da desinformação torna particularmente infrutífero pensar os casos isolados sem levar em conta o contexto mais amplo em que a própria ideia de verdade parece perder força normativa". Segundo os autores, o novo não é a presença da mentira, mas a formação de um cenário em que se aceita socialmente a ideia de que verdades e mentiras não são tão claramente distintas e frequentemente se misturam. Desse modo, desinformação que parte de um fato - a sociedade civil se mobilizou em apoio às vítimas dos eventos extremos do clima no RS - e constrói um enredo e interpretação sobre esse fato de modo a mobilizar argumentos anti sistema e disseminar uma perspectiva enganosa deste fato complexifica o cenário, exigindo das audiências habilidades mais sofisticadas para compreensão do fenômeno.

Ao sugerir que se considere a disseminação de desinformação como parte das táticas atuais de confronto, o objetivo não é legitimar essa prática. Reconhece-se que a crise epistêmica é real e traz consequências desastrosas para a sobrevivência da democracia (Mendonça, *et al* 2023; Bennett; Livingston, 2021). Também não se nega a necessidade de empreendimentos que possam fazer frente a este cenário, como recursos técnicos para constranger a circulação de desinformação; ações de educação midiática; antídotos legais e políticos que passam por uma legislação específica; recursos jornalísticos como os serviços de *fact-checking*. No entanto, todas essas medidas devem ser encaradas como ações de mitigação, posto que parece ilusório um retorno ao contexto anterior em que o estatuto de verdade e a confiança em sistemas peritos prevalecia (Giddens, 2002; Miguel, 2022).

O conceito de repertório diz respeito "ao leque de táticas de ação disponíveis para atores que participam de confrontos em momentos históricos específicos" (Mendonça, *et al* 2023, p. 249). Os autores sugerem que muitos atores no cenário político e social contemporâneo acreditam ser viável como tática de confronto na esfera pública produzir e fazer circular mentiras.

Um evento específico nas enchentes no RS é exemplar deste aspecto de que fala os autores. Em 26 de maio, moradores do bairro Mathias Velho, em Canoas, foram orientados por militares a evacuar a área imediatamente por conta do suposto rompimento do dique, o que inundaria a região, no entanto, o alerta mostrou-se falso¹⁰. O que o Exército, em nota, descreveu como um erro de procedimento evidencia o encontro da desinformação e a comunicação pública, tópico tratado a seguir.

Erros na comunicação pública no contexto da catástrofe

Para Maria Helena Weber e Carlos Locatelli (2023) a Comunicação Pública¹¹ (CP) - especificamente aquela produzida pelo Estado republicano - constitui-se em indicador da qualidade da democracia. Sob esta perspectiva observa-se neste tópico a CP empreendida durante os eventos de chuvas extremas no RS, em maio de 2024. O argumento é que em um cenário de crise socioambiental e incidência de grande volume de desinformação - como

¹⁰ [Militares do exército fazem falso alarme de evacuação em Canoas e são afastados](#)

¹¹ Entende-se Comunicação Pública a partir de Duarte (2012), referindo-se à comunicação que ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público e focada na garantia do direito social, tanto coletivo quanto individual, ao diálogo, à informação e à expressão. Dessa forma, realizar comunicação pública significa adotar uma perspectiva cidadã na comunicação sobre temas de interesse coletivo. No caso deste artigo o foco está na CP realizada pelo Estado/governo (Brandão, 2012; Weber, Locatelli, 2023).

observado neste trabalho - a CP é ainda mais relevante, exigindo clareza, objetividade e assertividade na comunicação de orientação à população. Entende-se que a Comunicação Pública tem um papel normativo e é fundamental para a democracia, pois aumenta a transparência do estado republicano ao criar mediações e relações com a sociedade e o mercado, além de valorizar a opinião pública e diferentes públicos através da circulação de informações de interesse público (Weber, Locatelli, 2023).

Considerando as sete dimensões da democracia (Mendonça, 2018) - a autorização popular, participação, monitoramento do poder, promoção da igualdade, pluralismo, debate de opiniões, e defesa do bem comum - a comunicação pública do estado não apenas reflete essas dimensões, mas também as reforça ao garantir a circulação de informações de interesse público, essencial para a formação de uma opinião pública informada e ativa. Em tempos de crise, essa comunicação deve ser especialmente clara, precisa e acessível, pois dela depende a capacidade da população de responder de maneira adequada e informada.

Durante os momentos mais críticos da catástrofe no RS, a partir de pesquisa de observação e documental, foram identificados problemas e até mesmo erros na CP. Raquel Recuero (2024), no calor dos acontecimentos, delineou em blog no Medium "Recomendações para lidar com a desinformação na mídia social em momentos de crise" (s/p). Este artigo é, em certa medida, devedor das ideias lançadas pela pesquisadora naquele momento. Como observa Recuero, "numa crise, como a das enchentes, onde é preciso tomar decisões rápidas, há medo e urgência no acesso à informação". Nesse cenário, a Comunicação Pública não deveria cometer erros. A seguir aponta-se problemas identificados na CP ao longo de maio no RS e, posteriormente, elenca-se sugestões para mitigar os efeitos da desinformação e colaborar com uma CP mais assertiva.

A demora na comunicação pode agravar a situação ao deixar a população sem informações sobre ações imediatas necessárias para sua segurança, como evacuações e onde se abrigar. Em 06 de maio, um vídeo do prefeito de Porto Alegre, Sebastião Melo, nos perfis de redes sociais oficiais do município, comunicando o desligamento das bombas de drenagem da rótula das cuias e a necessidade de evacuação dos bairros Cidade Baixa, Menino Deus e parte do Centro Histórico¹². A falha se deu em relação ao horário desta comunicação, pois as bombas foram desligadas por volta das 11h30 e o vídeo informando a necessidade de evacuação foi divulgado às 15h. Desde o início da tarde, 13h, já havia relatos de água

¹² Na sexta, 03 de maio, a parte mais baixa e mais próxima do Guaíba do Centro Histórico já havia sido inundada, mas outras partes mais próximas do bairro Cidade Baixa ainda estavam secas.

entrando em ruas do bairro Menino Deus. A falha na comunicação se repetiu em 23 de maio¹³, quando novo evento de fortes chuvas provocou alagamento em bairros da cidade.

A demora na comunicação relatada é consequência de um erro anterior na CP, ou seja, a falta de coordenação e transmissão de informações entre diferentes órgãos do estado e de setores de serviços públicos que estão sob coordenação do setor privado. No caso específico, faltou comunicação entre a CEEE Equatorial - concessionária de energia elétrica que abastece Porto Alegre - e a sala de gestão de crise e órgãos públicos como o DMAE (Departamento Municipal de Água e Esgoto), segundo admitiu o Prefeito em coletiva à imprensa¹⁴.

Eventos assim produzem na sociedade a percepção de ineficiência e falta de transparência na CP, o que pode levar à perda de confiança nas autoridades, dificultando a cooperação durante crises agudas e em etapas posteriores, como na recuperação de desastres e prevenção futura. A divulgação pelo governo do estado de um Pix de entidade privada para doações às vítimas das cheias é outro exemplo de ação que mina a confiança e abre espaço para desinformação, além de ser um problema de transparência, constituindo outro erro de CP. No caso do Pix divulgado pelo governo, gerido por um comitê de órgãos públicos e entidades civis, o erro está na comunicação fragmentada e na falta de esclarecimentos sobre a quem se destinava a arrecadação, as razões de uma entidade privada ser responsável pela conta e quem iria gerir os recursos. Essa falta de transparência gerou boatos e especulações sobre os recursos arrecadados.

O governo federal também teve sua cota no que diz respeito a problemas na CP durante as chuvas no RS. A decisão inicial de manter a realização da prova do chamado Enem dos Concursos¹⁵, que seria realizada em 05 de maio, causou apreensão tanto entre candidatos moradores do RS quanto para aqueles espalhados pelas demais unidades da federação. Apenas na sexta (03 de maio) o Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), responsável pela prova, decidiu adiar o Concurso Nacional Unificado.

Na esfera pública, entendida como um mercado de ideias e arena de debate não institucionalizada (Gomes, Maia, 2008), a comunicação pública do estado deve identificar e tematizar problemas que afetam a sociedade e direcionar soluções para a esfera do estado. Em situações de catástrofe, essa comunicação tem a função adicional de acalmar a população,

¹³ [Com chuva e estação em capacidade reduzida, bairros voltam a alagar em Porto Alegre](#)

¹⁴ [Melo põe culpa na CEEE Equatorial por falta de água e define situação como “crise humanitária”](#)

¹⁵ [Governo federal mantém prova do concurso nacional unificado no RS no próximo domingo](#). Acesso 02.05.2024.

fornecer instruções claras e promover a solidariedade e a ação coordenada. Quando o estado falha em comunicar eficazmente, não só compromete a resposta imediata à crise, mas também a relação de confiança entre governo e governados, essencial para a governabilidade e a coesão social.

Em maio de 2024, o Rio Grande do Sul enfrentou uma grave catástrofe que evidenciou falhas significativas na comunicação pública. Considerando que, como argumenta este artigo, a produção e disseminação de desinformação é parte das estratégias do confronto político contemporâneo (Mendonça, *et al*, 2023) uma CP com problemas, como os apontados neste texto, favorece o agravamento da crise pois ataca um aspecto fundamental, especialmente em períodos de crise, que é a confiança nas instituições e entes federativos.

Boas práticas de comunicação pública em crises socioambientais

Raquel Recuero, do Instituto de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (INCT-DS), publicou sugestões para auxiliar comunicadores públicos para garantir amplo e irrestrito acesso a informações de interesse público, produzidas a partir de ações e serviços dos órgãos de Estado. Segundo Recuero (2024), em situações de crise, é importante evitar o vácuo informacional, terreno fértil para a desinformação. Para isso, as instituições públicas precisam estar em todas as mídias sociais e atualizar seus perfis com informações no mesmo ritmo dos acontecimentos. É necessário também, segundo a pesquisadora, monitorar e responder com agilidade as informações falsas e trabalhar de forma conjunta com o jornalismo e agência de checagens. A seguir, sintetiza-se as sugestões sistematizadas por Raquel Recuero e outras que podem ser planejadas e executadas no pós eventos de crise socioambientais.

1. Sala de comunicação de crise - a instituição de uma sala de comunicação de crise, "levando em conta todos os elementos de comunicação de crise que já foram apresentados" na bibliografia da área (Recuero, 2024, s/p);
2. Canais oficiais de comunicação - além de sites, Recuero (2024) recomenda a presença de perfis oficiais em todas as plataformas de redes sociais. Instituir canais de informação de urgência no Whatsapp - ambiente em que a desinformação é de difícil monitoramento - e até mesmo SMS. As rádios de abrangência estadual, além das emissoras de rádio locais são fundamentais na distribuição de comunicados oficiais, programetes com esclarecimento de dúvidas mais frequentes. Tais informações

devem ser pensadas para toda a população, incluindo pessoas com deficiência (PCDs).

3. Preencher o vácuo informativo - Raquel Recuero (2024) argumenta que em contextos de crise as pessoas estão desesperadas por informações e deixar um vácuo informativo oficial contribui para a proliferação de desinformação. Vale observar que a abundância de informações pode ser prejudicial - como aponta a pesquisa "Digital News Report", do Reuters Institute e Universidade de Oxfam - afastando as pessoas de informações fundamentais. Portanto, é importante uma comunicação assertiva, clara e sem excessos, para evitar a exaustão mental.
4. Centralizar e organizar as informações importantes - É importante organizar e agendar o que será informado, fornecendo atualizações frequentes e em horários pré-estabelecidos. As pessoas precisam saber, várias vezes ao dia, por exemplo, dependendo do contexto, sobre a progressão da enchente, a disponibilidade de alimentos, a localização de seus animais de estimação, e o status das infraestruturas e estradas. É necessário responder às demandas urgentes com frequência, pois mais informação reduz o espaço para a desinformação e sempre atentos para não ocorrer exageros, como mencionado no item anterior.
5. Fazer monitoramento da desinformação - É fundamental monitorar quais desinformações estão circulando, verificando canais públicos de conteúdo e incentivando as pessoas a buscarem informações oficiais ao receberem possíveis desinformações. Não é função dos órgãos de CP dos governos fazer checagem de fatos, como mencionado antes, mas a atuação colaborativa com agências de checagem e com o jornalismo, como aponta Recuero, é importante e relevante como auxílio no combate à desinformação.
6. Dar informações completas e usar o tom certo - Em situações de emergência, é comum devido à pressa a divulgação de informações incompletas. Segundo Recuero (2024), esse "vácuo" de informação facilita a circulação de desinformação. Portanto, é fundamental apresentar o conteúdo de forma completa, incluindo instruções sobre como acessá-lo e compartilhá-lo. Agir dessa maneira poderia ter evitado o ruído na comunicação em relação ao Pix de arrecadação de doações, já mencionado. Além disso, é essencial disponibilizar canais e espaços para ajudar com dúvidas específicas. Recuero (2024) chama atenção para o tom das autoridades durante entrevistas e comunicações oficiais. Segundo a autora, quando o tom é sensacionalista, irônico ou de escárnio, ele pode causar pânico, levando as pessoas a compartilhar informações

"alternativas", que "não foram ditas" ou que "estão escondendo". Esse tipo de comunicação pode ser desastroso, pois diminui a confiança nas autoridades.

7. Visibilidade para o uso dos recursos e ações de mitigação - Após eventos extremos do clima, a CP deve observar a necessidade de manter canais de informação sobre todos os aspectos relacionados ao uso e destino dos recursos públicos para recuperação de infraestrutura, bem-estar dos cidadãos, socorro financeiro a cidadãos e setores empresariais, garantindo assim fácil e transparente acesso à informação.

Em um contexto em que a desinformação é um fenômeno integrado à paisagem social e cada vez mais utilizada no confronto político (Mendonça, *et al*, 2023) e considerando que eventos extremos do clima tendem a ser mais frequentes, é necessário planejar e executar ações de mitigação para o médio prazo que preparem o campo da comunicação pública e a sociedade para os desafios de tal realidade. Nesse sentido, parece necessário a inclusão nos currículos dos cursos de comunicação - Relações Públicas, Publicidade e Propaganda - e Jornalismo formação orientada para como comunicar em contextos de catástrofes do clima. Além disso, parece urgente a incorporação dos estudos sobre desinformação e educação midiática nos currículos da educação básica a pós-graduação.

Considerações para seguir pensando...

A comunicação pública eficaz é um pilar fundamental da qualidade da democracia (Weber; Locatelli, 2023), especialmente em momentos de crise. O caso do Rio Grande do Sul destaca a importância de uma comunicação clara, precisa e coordenada. Erros nessa área não apenas comprometem a resposta imediata a desastres, mas também minam a confiança pública no governo, essencial para a manutenção de uma sociedade democrática e coesa. Portanto, investir na melhoria da CP é investir na resiliência e na qualidade democrática da sociedade.

Como observado por Recuero (2024), a desinformação é um fenômeno dinâmico e sistêmico que se adapta e se transforma rapidamente, exigindo monitoramento constante e sistematização para a criação de soluções cada vez mais específicas. Segundo a autora, durante a pandemia de Covid-19, a desinformação nas redes sociais se comportava de forma bastante distinta em comparação com o que foi observado durante a catástrofe do clima no RS. As estratégias desenvolvidas naquela época, argumenta Recuero, não consideravam, por exemplo, a necessidade urgente de desmentir certos conteúdos, como ocorreu no pico dos eventos extremos em maio de 2024. Portanto, é essencial que universidades, pesquisadores

e instituições pensem em abordagens coletivas, cooperativas e sistêmicas para enfrentar a desinformação e melhorar a comunicação pública.

Neste texto buscou-se observar a importância da Comunicação Pública em contexto de catástrofe climática e a avalanche de desinformação verificada no RS de modo simultâneo. A concomitância de dois grandes problemas - as enchentes e a onda de desinformação - parece ter sido uma amostra dos desafios a serem enfrentados por governos e sociedade. Sem pretensão de esgotar a temática, elencou-se algumas contribuições à lista de sugestões apontadas por Raquel Recuero em relação à desinformação e ao evento "enchentes no Rio Grande do Sul", um olhar atento à comunicação do estado direcionada à sociedade parece fundamental em contextos de crise pela qual os gaúchos passaram ou seguem passando no pós eventos extremos do clima.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. As Fake News e o Ministério da Verdade Corporativa. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, 23(1), 124–141, 2021. disponível em <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/14670> acesso 05.mai.2022.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The Disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317> acesso 03.mar.2020.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. **The disinformation age**. Nova York: Cambridge, 2021.
- BRANDAÑO, Elizabeth P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3a ed. São Paulo, Atlas, 2012.
- BURKE, Peter. **O que é história do conhecimento?**. São Paulo: Editora UNESP, 2016.
- BURKE, Peter. Manipulating the media: a historian's view. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n.1, jan-jun. 2018. disponível em <https://ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/7073/4274> acesso em 20.08.2018.

CARLSON, Matt. Fake News as an Informational Moral Panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US Presidential Election. **Information, Communication & Society**, v. 23, n.3, p. 374-388, 2018.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso** – verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

CHIODI, Alexander; et al. Narrativa e desinformação no contexto da crise climática do Rio Grande do Sul #2. 22/05/2024. **Instituto Democracia em Xequê**, 2024. disponível em [Instituto Democracia em Xequê](#) acesso 22.mai.2024.

COSTA, Caio Túlio. **Verdade e mentiras no ecossistema digital**. Revista USP, n. 116, p.7-18, 2018.

D'ANDREA, C. Plataformas infraestruturais e dinâmicas desinformativas: apontamentos e desafios de pesquisa. In PRATA, N.; Andre, H.; MATOS, S. S. (orgs.). **Ciências da Comunicação contra a desinformação**. São Paulo: Intercom, 2023. Pp. 51-75.

D'ANGELO, Ana. Iniciativas contra desinformação sobre o Sul buscam driblar o caos informacional. **Desinformante**. 28 de maio de 2024. Disponível em [Desinformante](#) acesso 28.mai.2024.

DARNTON, Robert. A verdadeira história das notícias falsas. **El País**, s/p, 2017. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html acesso 30.04.2017.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake News nas Redes Sociais Online: Propagação e Reações à Desinformação em Busca de Cliques. **Media e jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169,2018. Disponível em https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11 acesso em 10.11.2023.

DUARTE, Jorge. Instituições científicas: da divulgação à comunicação. In **Revista Universitas/Comunicação**; Ano I, vol. 1. Brasília: UNICEUB, novembro de 2003. p.47-67.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 2002.

GOMES, Wilson; MAIA, R. C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

GORBACH, Julien. Not your Grandpa's Hoax: a comparative history of fake news. **American Journalism**, v. 35, n. 2, p. 236-249, 2018.

MARRES, Noortje. Why we can't have our facts back. **Engaging Science, Technology, and Society**, v. 4, p. 423-443, 2018. disponível em <https://estsjournal.org/index.php/ests/article/view/188> acesso 10.03.2020.

MENDONÇA, Ricardo F. et al. Fake news e o repertório contemporâneo de ação política. In: MENDONÇA, Ricardo. F.; SARMENTO, Rayza (orgs.). **Crises da democracia e esfera pública: debates contemporâneos**. Belo Horizonte: Incipit, 2023. p. 235-262.

MENDONÇA, Ricardo F. Dimensões democráticas nas jornadas de junho: Reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 33, n. 98, p. 1-24, 2018.

Miguel, L. F. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. **Tempo Social**, 34(2), 2022, 195-216. disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/195368>. acesso 03.mar.2023.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco P. J. POR UMA DEFINIÇÃO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA: Tipologias e experiências brasileiras. In: **Anais Congresso da Associação Nacional de Pesquisadores em Comunicação Política**, 7. Porto Alegre: Fabico/UFRGS, 2017. Disponível em http://compolitica.org/novo/anais/2017_MIOLA-MARQUES.pdf acesso 20.07.2023.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 574-597, dez. 2019.

NEWMAN, N. et al. Reuters institute digital news report 2024. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2024. Disponível em [Digital news report 2024](https://www.reutersinstitute.org/digital-news-report-2024) acesso 20.jun.2024.

OLIVEIRA, Thaianie. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. e5374, 2020. Disponível em <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374> acesso em 03.abr.2021.

RECUERO, Raquel. Recomendações para lidar com a desinformação na mídia social em momentos de crise. **Medium**, s/p, 2024. Disponível em <https://medium.com/recuero> acesso 11.05.2024.

RIETJENS, Sebastiaan. Unraveling disinformation: the case of Malaysia Airlines Flight MH17. **The International Journal of Intelligence, Security, and Public Affairs**, v. 21, n. 3, p. 195-218, 2019.

SALLES, Débora; SANTINI, R. Marie, et al. **Enchentes no Rio Grande do Sul: Uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático**. Rio de Janeiro: Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais (NetLab/UFRJ), 2024.

WAINBERG, Jacques A. Mensagens fakes, as emoções coletivas e as teorias conspiratórias. **Galaxia**, n. 39, p. 150-164, 2018. Disponível em

<https://www.scielo.br/j/gal/a/yhnpNZWbxsdYFprjryJcghz/?lang=pt> acesso 10.03.2020.

WARDLE, Claire; DERAKSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. RM. Retrieved from, 2017. Disponível em <https://rm.coe.int/information--disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c> Acesso em 20 de janeiro de 2022.

WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. A Comunicação Pública e a qualidade da democracia. In: MENDONÇA, Ricardo. F.; SARMENTO, Rayza (orgs.). **Crises da democracia e esfera pública**: debates contemporâneos. Belo Horizonte: Incipit, 2023. p. 211-233.

BIOGRAFIA DA AUTORA

SARA FEITOSA

Professora na Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Doutora em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS), atualmente realizando pesquisa de pós-doutoramento no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

E-mail de contato: sarafeitosa@unipampa.edu.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 54-71, jan-jun, 2024

Infodemia de colonialidades: Bolsonaro e seus discursos de ódio de cunho racial

Infodemia de colonialidades: Bolsonaro y sus discursos de odio racialmente motivados

Infodemic of colonialities: Bolsonaro and his racially motivated hate speeches

Elaide MARTINS

Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFGA). Docente da Faculdade de Comunicação (Facom) e do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: elaide@ufpa.br

Luiz Cláudio dos Anjos FERNANDES

Especialista em Educação para Relações Étnicorraciais e mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: luizclaudio.jornalismo@gmail.com

Enviado em: 04.07.2024

Aceito em: 10.08.2024

RESUMO

Circunscrito em um contexto infodêmico, este estudo tem como objetivo compreender de que forma a lógica da colonialidade se manifesta nos discursos do ex-presidente Jair Bolsonaro. Com base em Bragato e Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) e Severo e Guerra (2022), percebe-se que os discursos de ódio são fundamentados em processos históricos como o colonialismo, imbuído de seu método de depreciação e subordinação dos sujeitos colonizados. Partindo-se de uma abordagem qualitativa, adota-se como método a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (2016) e atualizada por Sampaio e Lycarião (2021). Além de identificar discursos de ódio de cunho racial, os resultados indicam que, ao humilhar, manifestar preconceitos e fazer comparações pejorativas, Bolsonaro demarca um caráter ofensivo, desinformativo e intolerante em seus discursos, reafirmando a lógica colonial.

Palavras-chave: Infodemia; Colonialidades; Discursos de Ódio; Racismo; Bolsonaro.

RESUMEN

Circunscrito dentro de un contexto infodémico, este estudio tiene como objetivo comprender cómo la lógica de la colonialidad se manifiesta en los discursos del ex presidente Jair Bolsonaro. Con base en Bragato y Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) y Severo y Guerra (2022), es claro que los discursos de odio se basan en procesos históricos como el colonialismo, imbuidos de su método de depreciación y subordinación de sujetos colonizados. Partiendo de un enfoque cualitativo, el método adoptado es el análisis de contenido sistematizado por Bardin (2016) y actualizado por Sampaio y Lycarião (2021). Además de identificar discursos de odio de carácter racial, los resultados indican que, al humillar, expresar prejuicios y hacer comparaciones peyorativas, Bolsonaro establece un carácter ofensivo, desinformativo e intolerante en sus discursos, reafirmando la lógica colonial.

Palabras clave: Infodemia; Colonialidades; discursos de odio; Racismo; Bolsonaro.

ABSTRACT

Circumscribed within an infodemic context, this study aims to understand how the logic of coloniality manifests itself in the speeches of former president Jair Bolsonaro. Based on Bragato and Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) and Severo and Guerra (2022), it is clear that hate speeches are based on historical processes such as colonialism, imbued with its method of depreciation and subordination of colonized subjects. Starting from a qualitative approach, the method adopted is content analysis systematized by Bardin (2016) and updated by Sampaio and Lycarião (2021). In addition to identifying hate speech of a racial nature, the results indicate that, by humiliating, expressing prejudices and making pejorative comparisons, Bolsonaro establishes an offensive, uninformative and intolerant character in his speeches, reaffirming the colonial logic.

Keywords: Infodemic; Colonialities; Hate Speeches; Racism; Bolsonaro.

Introdução

Segundo a Organização Pan-Americana da Saúde/OPAS, uma divisão da Organização Mundial da Saúde (OMS), a infodemia se caracteriza por “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (OPAS, 2020, p.2). Essa definição foi amplamente divulgada na pandemia de covid-19, quando o fenômeno da infodemia se desenhou com muita evidência. Refere-se a “um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo” (OPAS, 2020, p.2), sobretudo em meio a certos eventos, como pandemias, crises climáticas, desastres ambientais etc.

Para Kalil e Santini (2020, p. 5), a infodemia é caracterizada por uma “quantidade e variedade excessiva de informações de diferente qualidade e credibilidade (algumas falsas, outras imprecisas, outras baseadas em evidências) [...]”. Apresenta-se, portanto, como uma mola propulsora ao fenômeno da desinformação, compreendido, por sua vez, como um amplo sistema de informações falsas, distorcidas e/ou descontextualizadas. Trata-se de uma ambiência que envolve um desordenamento das informações, chamado por Wardle e Derakhshan (2017, 2019) de Desordem Informacional.

Como bem explicam Gomes e Lopes (2021, p.161), a infodemia “pode desencadear e/ou acentuar o caos social, visto que a informação falsa ou manipulada afeta as interações humanas interferindo diretamente no comportamento da sociedade”. As autoras destacam, inclusive, que a correlação entre desinformação, infodemia e caos social é bem estreita, sobretudo em crises sanitárias, como na pandemia. Acrescentamos, ainda, como exemplo da intersecção entre esses três eixos, alguns contextos específicos, como período eleitoral, crises ambientais e outros que se anunciam como solo fértil para o negacionismo.

No Brasil, todas essas situações foram vivenciadas nos últimos anos. Dos desastres climáticos da Amazônia (seca em 2023) ao Rio Grande do Sul (enchentes em 2024) ou às eleições do âmbito municipal ao federal, o contexto infodêmico se faz proeminente. Nessa avalanche de (des)informações, os discursos de ódio se tornam mais visíveis. A partir desse contexto, este trabalho procura investigar se a lógica da colonialidade se manifesta e, em caso positivo, como se manifesta nos discursos do ex-presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Sendo assim, debruça-se sobre suas declarações proferidas durante os anos de 2015 a 2022, sobretudo em seu mandato, no período de 2019-2022.

Este período é marcado por uma enxurrada de discursos preconceituosos, homofóbicos, racistas e odiosos. Com a pandemia em 2020-2021, o cenário se agravou, florescendo uma epidemia de informações, no caso a infodemia, a qual “impede às pessoas o acesso a fontes e informações fiáveis, o que é suficiente para gerar um grande impacto na esfera social, além de desorientação e perplexidade” (Gomes e Lopes, 2021, p.166). Isso compromete as relações políticas, econômicas e sociais, trazendo implicações ao diálogo na sociedade e promovendo antigas lógicas da colonialidade, como o desrespeito às classes menos favorecidas.

Nesse sentido, a trajetória de análise desta pesquisa foi norteadada pelo seguinte problema de pesquisa: de que forma a lógica da colonialidade se manifesta nos discursos de Bolsonaro? Na metodologia, partimos de uma abordagem qualitativa e adotamos o conceito proposto por Minayo (2007), segundo o qual, esse tipo de pesquisa considera o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. Nesse sentido, nos debruçamos sobre os discursos de Bolsonaro que mais repercutiram naquele período, conforme os serviços de checagem ‘Uol Confere’ e ‘Fato ou Fake’ dos portais de notícias UOL¹ e G1², respectivamente.

Enquanto método, adotamos a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (2016) como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2016, p. 48).

Esta definição serviu como base para os estudos de Sampaio e Lycarião (2021), segundo os quais a análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar fenômenos em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos. Esses autores explicam as etapas da análise de conteúdo: a pré análise, com levantamento bibliográfico e mergulho no material; a definição de categorias; e a análise das inferências, ou seja, as interpretações com base nos resultados obtidos.

¹ <https://noticias.uol.com.br/confere/>

² <https://g1.globo.com/fato-ou-fake>

A partir da pré-análise do material publicado pelos portais UOL e G1, de novembro de 2015 a maio de 2022, selecionamos 14 trechos de falas proferidas por Bolsonaro que configuram discurso ódio de cunho racial e que tiveram grande repercussão na imprensa, conforme os serviços de checagem desses portais. Em seguida, reunimos e organizamos tais discursos em uma tabela e, por fim, analisamos se, e de que forma eles seguem a lógica colonial, observando, ainda, como esta lógica se manifesta.

Após fazermos a pré análise, com levantamento bibliográfico e mergulho no material, definimos as categorias: tipo de ataque (direto/indireto); a quem se dirige (negro, indígena, origem geográfica); adjetivações usadas; e características do viés colonial verificado nessas adjetivações. Por fim, fizemos a análise das inferências, ou seja, as interpretações com base nos resultados obtidos. Observou-se nas falas de Bolsonaro os significados, as intenções, as consequências e o contexto, conforme os estudos de Downe-Wamboldt (1992) e Holsti (1969 apud Krippendorff, 2004) sobre a análise de conteúdo.

Para fins de contextualização, Bolsonaro, que foi presidente de 2019 a 2022, se insere em um contexto de crescimento de movimentos de ultradireita. No espectro político, a ultradireita defende uma relação social hierárquica entre grupos de uma sociedade, “dividindo *insiders* dos *outsiders* a partir de lógicas étnicas ou raciais” (Pini, 2021, p. 32). Essa dinâmica influencia a identificação de “inimigos” dentro de uma sociedade que, supostamente, seriam ameaças à sobrevivência da nação ou à sua integridade cultural, resultando em variados graus de comportamentos antissemitas, racistas e xenófobos (Jüpskas; Leidig, 2020).

Seu discurso, muitas vezes com características de discurso de ódio, é acolhido e disseminado por um público específico, pessoas que compartilham trechos desses discursos sem sequer checar a veracidade. Ademais, reproduzem as declarações e comportamento do ex-presidente entre amigos, no meio familiar, no trabalho e no ambiente digital, onde tais discursos costumam viralizar.

Sendo assim, destacamos a importância desta pesquisa para a sociedade, uma vez que desvela os prejuízos sociais ocasionados pela colonialidade e seus respectivos discursos de ódio de cunho racial. Ademais, convida a todos e todas a assumirem uma militância decolonial. Convém ressaltar, ainda, a relevância temática desta pesquisa para a academia, já que pode contribuir para futuros estudos sobre o campo da política e sua forte relação com a colonialidade.

Intersecções entre discurso de ódio, racismo, colonialidade e decolonialidade

Os discursos de ódio, na visão de Stroppa e Rothenburg (2015), consistem na divulgação de mensagens que difundem e estimulam o ódio racial, a xenofobia, a homofobia e outras formas de ódio baseadas na intolerância e que confrontam os limites éticos de convivência com o fim de justificar a privação de direitos.

O Brasil vive, especialmente desde 2018, uma onda de polarização política e destilação de discursos de ódio, principalmente por políticos e adeptos da ultradireita. Antes disso, houve no país uma incitação ao avanço de ideologias conservadoras a partir das chamadas Jornadas de Junho de 2013³. Desde então, muitas ideologias fundamentalistas e reacionárias inflamadas pela extrema-direita estimulam o acirramento de discursos (e ações) voltados para a construção de inimigos e a eliminação das ideias contrárias (Nascimento, 2022).

Andrade (2021) esclarece que o preconceito, a discriminação e a intolerância são os três elementos que motivam o discurso de ódio, levando uma pessoa ou um grupo a ser discriminado com base em suas características identitárias. Para este autor, o discurso de ódio é uma derivação do preconceito, definido por Allport (1954, p. 9) como “uma antipatia baseada numa generalização falha e inflexível, que pode ser sentida ou expressa e que pode ser dirigida a um grupo como um todo ou a um indivíduo porque ele faz parte daquele grupo”. Ou seja, o tom frequentemente preconceituoso do discurso de Bolsonaro relacionado a negros, indígenas, asiáticos, nordestinos e venezuelanos culmina na geração e no fortalecimento de discursos de ódio contra pessoas e/ou grupos que se enquadram nesse perfil.

Brugger (2007) mostra que o discurso de ódio é caracterizado por conteúdo segregacionista, fundado na dicotomia da superioridade do emissor e na inferioridade do atingido. Esse tipo de discurso tende a insultar, intimidar ou assediar pessoas “em virtude de sua raça, cor, etnicidade, nacionalidade, sexo ou religião, ou tem a capacidade de instigar violência, ódio ou discriminação contra tais indivíduos” (Brugger, 2007, p. 118). É um tipo de discurso quase sempre ligado às pautas de Bolsonaro, geralmente com raízes na colonialidade e impulsionado pela desinformação (Fernandes, 2023).

³ Disparadas por uma série de protestos em torno do aumento de tarifas de transporte público em várias capitais a partir de São Paulo (SP), as Jornadas de Junho capilarizaram-se por meio de uma larga agenda de reivindicações.

O racismo, por sua vez, apresentado por Almeida (2019) como estrutural por integrar a organização econômica e política da sociedade, aparece muitas vezes ligado aos discursos de ódio de cunho racial. Ele esclarece que o racismo “fornece o sentido, a lógica e a tecnologia para a reprodução das formas de desigualdade e violência que moldam a vida social contemporânea” (Almeida, 2019, p. 15). Em suma, as expressões do racismo no cotidiano, seja nas relações interpessoais, seja na dinâmica das instituições, são manifestações de algo mais profundo, que se desenvolve nas entranhas políticas e econômicas da sociedade.

Assim, Fernandes (2013) explica que o racismo é um fenômeno ideológico que se consolida via preconceitos, discriminações e estereótipos, fortalecidos ao longo de gerações. A comunidade e o ambiente escolar são, dessa forma, ambientes onde ocorrem atitudes discriminatórias, perpassadas e reproduzidas a partir de um ideal histórico, em que o conceito de superioridade racial justificava a desigualdade e a imagem negativa sobre os povos negros (Sant’Ana, 2001).

A noção de raça como referência a distintas categorias de seres humanos é um fenômeno da modernidade que remonta aos meados do século XVI. Segundo Almeida (2019), o espírito positivista do século XIX transformou as indagações sobre as diferenças humanas em indagações científicas e, de objeto filosófico, o homem passou a ser objeto científico. Ou seja, nesse período, o reforço pseudo-científico de teorias de raça serviu como apoio ideológico para a opressão colonial, até mesmo após a abolição da escravidão. Ainda segundo o autor, no século XX, mesmo a Antropologia e a Biologia demonstrando que não existem diferenças biológicas que justifiquem um tratamento discriminatório entre seres humanos, a noção de raça ainda se mantém como um fator político importante utilizado para naturalizar desigualdades e legitimar a segregação e o genocídio de grupos socialmente considerados minoritários.

O racismo está enraizado na cultura brasileira e é, muitas das vezes, reproduzido de forma inconsciente. Como bem ressalta Sales Jr. (2006), muitos racistas negam a própria conduta racista, uma característica comum desse público. Em nossa análise, percebemos que Bolsonaro oscila entre racismos velados e explícitos em forma de discursos de ódio. Geralmente, seus discursos estão atrelados com desinformação e distorções, o que é entendido por Fernandes (2023) como uma estratégia.

Segundo Waldron (2012), os discursos de ódio podem ser articulados de quatro maneiras: a) alegações que imputam o cometimento de atos ilícitos ou atribuição de periculosidade ao grupo; b) caracterizações depreciativas, que provavelmente baseiam-se em

opiniões sobre o grupo; c) comparações, descrições e/ou referências do grupo a animais, contestando suas humanidades; d) avisos ou instruções que sinalizam uma restrição à entrada a locais públicos ou uma discriminação por atos/práticas do grupo. Assim, esses elementos acarretam uma lesão à dignidade humana e ao reconhecimento da igualdade, pois não se reconhece o destinatário do discurso de ódio como pleno sujeito de direitos humanos e constitucionais.

Algumas diretrizes internacionais também apontam que discursos depreciativos contra grupos sociais minoritários estão em paralelo à discriminação e que os discursos de ódio são uma das formas de discriminação responsáveis pela reprodução de estereótipos e representações negativas de grupos sociais minoritários (Naciones Unidas, 2015).

Bragato e Silva (2021) explicam que o discurso proferido tem o poder intrínseco de produção de significados e representações no âmbito social. Da mesma forma, Fairclough (2001) mostra o discurso como uma forma de ação, pois se apresenta como um recurso apto a conferir representações sociais e a contribuir para construção de identidades e posições de sujeito para os indivíduos. Nesta mesma perspectiva, Djik (2015) diz que o discurso é capaz de reproduzir ideários, valores e representações sociais que persistem no tempo e no núcleo de significados.

Conforme Bragato e Silva (2021), essas depreciações ou desumanizações decorrem da conversão das diferenças étnicas, raciais, religiosas, sexuais, de gênero etc. em critérios de inferiorização, tomando-se como critério de superioridade o padrão cultural, epistemológico, ético e estético europeu. Assim, apesar do fim do colonialismo como prática hegemônica global no século XX, sua lógica de poder e submissão persiste até hoje como colonialidade nas sociedades contemporâneas, subordinando grupos reputados inferiores. Para estas autoras, os discursos de ódio são, portanto, “manifestações explícitas, insidiosas e violentas de discursos desumanizantes que não são novos, mas que, muitas vezes, sustentam relações de poder sendo reproduzidos de uma forma velada e sutil” (Bragato e Silva, 2019, p. 29).

Quanto à colonialidade, Tonial, Maheirie e Garcia Jr (2017, p 19) a entendem “como uma dimensão simbólica do colonialismo que mantém as relações de poder que se desprenderam da prática e dos discursos sustentados pelos colonizadores para manter a exploração dos povos colonizados”. Restrepo e Rojas (2010, p. 15), por sua vez, a definem como “um fenômeno histórico complexo que se estende até nossos dias e se refere a um padrão de poder que opera pela naturalização de hierarquias territoriais, raciais, culturais, de

gênero e epistêmicas”⁴.

Na medida em que Bhabha (2010) esclarece acerca do discurso articulado com base nos estereótipos, Quijano (2005) e Mignolo (2017) apresentam a perspectiva decolonial no sentido de reconhecer as múltiplas e heterogêneas diferenças coloniais, assim como as “múltiplas e heterogêneas reações das populações e dos sujeitos subalternizados à colonialidade do poder” (Costa e Grosfoguel, 2016, p. 21). Estes autores convidam a ir além do provincialismo da epistemologia de homens brancos europeus que produzem a invisibilidade de outras experiências histórico-sociais de sujeitos subordinados às codificações de gênero, sexualidade e raça.

Ao falar de colonialidade, eles mostram como raça e gênero foram articulados para a classificação social da população. Neste processo, povos originários como negros e indígenas sofreram de modo mais abrupto. Traços fenotípicos e culturais que os diferenciavam dos colonizadores europeus foram automaticamente articulados como o fundamento de sua inferioridade enquanto seres humanos e sujeitos de direitos.

Discursos de Bolsonaro com perspectiva colonial com repercussão na imprensa

Seguindo os pressupostos da análise de conteúdo de Bardin (2016), na primeira etapa desta pesquisa, a pré análise, foi feito o levantamento dos discursos de Bolsonaro publicadas pelos portais UOL e G1 durante o período de novembro de 2015 a maio de 2022. Do montante, foram selecionados 14 fragmentos de falas de Bolsonaro consideradas de grande repercussão, segundo os serviços de checagem do UOL e do G1. Essas falas foram proferidas em diferentes contextos, desde eventos informais a palestras e entrevistas.

Após a exploração do material, passou-se à definição das categorias de análise, no caso, como já dito, o tipo de ataque (direto/indireto); a quem se dirige (negro, indígena, origem geográfica); adjetivações usadas; e características do viés colonial verificado nessas adjetivações. Por fim, foram feitas as interpretações com base nos resultados obtidos. Observou-se nas falas de Bolsonaro os significados, as intenções, as consequências e o contexto, conforme sugere Downe-Wamboldt (1992) sobre a análise de conteúdo.

⁴ Tradução própria de: “La colonialidad es un fenómeno histórico mucho más complejo que se extiende hasta nuestro presente y se refiere a un patrón de poder que opera a través de la naturalización de jerarquías territoriales, raciales, culturales y epistémicas”

Dos 14 trechos analisados (aqui indicadas por **Dec.**, de declaração), 10 são ataques diretos a negros, indígenas e a pessoas de origem asiática, venezuelana e/ou nordestina. De forma explícita, Bolsonaro chega a utilizar adjetivações e/ou termos pejorativos como: índio, paraíba e pau de arara. Dos ataques, 10 foram direcionados a pessoas diversas por sua origem geográfica, 8 a negros e 5 a indígenas, conforme o Quadro 1, a seguir:

Quadro 1: Trechos dos discursos de Bolsonaro (2015 a 2022)

DATA, OCASIAO E CONTEXTO	DECLARAÇÃO
Novembro de 2015, em entrevista à rádio em Cuiabá. (ainda não era presidente)	Dec. 1: “Sou contra terra para índios e cota para negros. O país é de miscigenação e, por isso, não deve haver privilégios para determinadas pessoas”
Outubro de 2018, como candidato a presidente da República, em entrevista à TV no Piauí.	Dec. 2: “Política de cotas é 'equivocada' e política de combate ao preconceito é 'coitadismo”
Março de 2011, o então deputado Bolsonaro respondeu à Preta Gil quando participou do quadro "O povo quer saber" e a pergunta, previamente gravada, foi: "Se seu filho se apaixonasse por uma negra, o que você faria?".	Dec. 3: “Preta, não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja. Eu não corro esse risco, e meus filhos foram muito bem-educados e não viveram em um ambiente como, lamentavelmente, é o teu”
Abril de 2017, durante palestra no RJ, como pré-presidenciável. (ainda não era presidente)	Dec. 4: “Fui num quilombola no Eldorado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada. Eu acho que nem para procriador ele serve mais”
Novembro de 2018, já eleito presidente, em evento militar no RJ.	Dec. 5: “A criação de campos de refugiados, talvez, para atender aos venezuelanos que fogem da ditadura de seu país. Porque do jeito que estão fugindo da fome e da ditadura, tem gente também que nós não queremos no Brasil”
Maio de 2019, ao posar para foto com estrangeiro de feição asiática, fez gesto com os dedos insinuando sobre tamanho do órgão sexual.	Dec. 6: “Tudo pequenininho aí?”
Julho de 2019, em conversa com o ministro-chefe da Casa Civil Onyx Lorenzoni, durante café da manhã com jornalistas.	Dec. 7: “Daqueles governadores de paraíba, o pior é o do Maranhão [Flávio Dino]. Tem que ter nada com esse cara”
Outubro de 2019, durante live em rede social, com o deputado Hélio Lopes (PSL-RJ), que é negro, ao seu lado.	Dec. 8: “O Hélio vai para a China comigo. Eu falei: ‘tem algum problema? É só você fazer assim [puxando as pálpebras para o lado], que ninguém vai te achar na multidão”
Janeiro de 2020, disse à jornalista brasileira descendente de japoneses Thais Oyama, autora do livro “Tormenta”.	Dec. 9: “Esse livro dessa japonesa que eu não sei o que faz no Brasil, que faz agora contra o governo. [...] Lá no Japão ela ia morrer de fome com jornalismo, escrevendo livro”
Janeiro de 2020, em live nas redes sociais, falando da criação do Conselho da Amazônia.	Dec. 10: “O índio tá evoluindo. Cada vez mais o índio é um ser humano igual a nós”

<p>Novembro de 2020, ele fez um post na sua rede social sobre violência, mas não citou o caso de João Alberto de Freitas, um homem negro morto na véspera do Dia da Consciência Negra, após ser agredido em um supermercado em Porto Alegre. Detalhe: esse foi o único ano em que ele fez post sobre o Dia da Consciência Negra e ainda foi desfavorável.</p>	<p>Dec. 11: "Não nos deixemos ser manipulados por grupos políticos. Como homem e como presidente, sou daltônico: todos têm a mesma cor. Não existe uma cor de pele melhor do que as outras. Existem homens bons e homens maus. São nossas escolhas e valores que fazem a diferença", postou. "Aqueles que instigam o povo à discórdia, fabricando e promovendo conflitos, atentam não somente contra a nação, mas contra nossa própria história. Quem prega isso, está no lugar errado. Seu lugar é no lixo!"</p>
<p>Novembro de 2020, em discurso no G20.</p>	<p>Dec. 12: "Tensões entre raças no Brasil são importadas e 'alheias à nossa história'"</p>
<p>Fevereiro de 2022, para se referir a nordestinos.</p>	<p>Dec. 13: "Está cheio de pau de arara aqui e não sabem que cidade fica padre Cícero?"</p>
<p>Maior de 2022, ao se dirigir a um apoiador negro.</p>	<p>Dec. 14: "Conseguiram te levantar, pô?! Tu pesa o quê? Mais de 7 arrobas, não é?"</p>

Fonte: Autoria própria, com dados da pesquisa, 2023.

Na **Dec. 1**, utilizando-se de desinformação e distorções, o ex-presidente desvirtua o verdadeiro sentido das iniciativas de reparação histórica em favor da população negra e indígena, associando as políticas de reparação à ideia de privilégio. Conforme Fernandes (2023), distorcer é também uma forma de desinformar e é uma estratégia reforçadora dos discursos de ódio de cunho racial. Ou seja, a distorção favorece a justificação do discurso colonial de Bolsonaro de que não deve haver reparação das desigualdades provocadas pela colonização.

Na **Dec. 2**, mais uma vez, utilizando-se de desinformação e distorções, Bolsonaro distorce e descredibiliza as iniciativas de reparação, associando a política de combate ao preconceito ao coitadismo e dizendo que a política de cotas é equivocada. Em seu discurso, não reconhece a colonização, seus efeitos perversos e as políticas de reparação, e isso é compactuar com a perspectiva colonial.

Na **Dec. 3**, Bolsonaro agride verbalmente a cantora Preta Gil ao denominá-la como pertencente a um ambiente promíscuo pelo fato dela ser negra. São explícitos tanto a ideia de superioridade racial empregada pelo político, como o racismo e intolerância. Com essa fala, Bolsonaro deprecia Preta Gil e as demais pessoas negras, usando termos e comparações pejorativas, um recurso comum de articulação dos discursos de ódio apontados por Waldron (2012).

Bolsonaro voltou a desinformar e distorcer em sua **Dec. 4**, dessa vez sobre os quilombolas. Em uma atitude de racismo explícito, munido novamente de ideia colonial de superioridade racial, ele agride verbalmente os quilombolas. Ele humilha usando

comparações pejorativas relacionadas à massa muscular e à capacidade de procriação das pessoas que vivem no quilombo. Representações negativas e/ou estereótipos como esses, fundamentados pela depreciação atribuída a fatores identitários, com componentes discriminatórios, ultrapassando o caráter ofensivo e intolerante de manifestações de preconceito, são conjugações do discurso de ódio, conforme apontado anteriormente por Naciones Unidas (2015).

Em sua **Dec. 5**, em tom de xenofobia contra venezuelanos, o ex-presidente comete racismo explícito e humilha esses imigrantes ao dizer que não as quer no Brasil. Essa atitude se relaciona aos avisos ou instruções que sinalizam restrição à entrada de certas pessoas descritos por Waldron (2012) como uma das maneiras de articulação dos discursos de ódio com perspectivas coloniais. Fica clara, ainda, nessa fala, novamente a desinformação, desta vez sobre o contexto venezuelano.

Na **Dec. 6**, o ex-presidente volta a humilhar e a depreciar (Waldron, 2012) estrangeiros, desta vez asiáticos, praticando, assim, racismo explícito. Ao depreciar o tamanho do órgão sexual de asiáticos, Bolsonaro coaduna com a ideia de sua superioridade racial, agride moralmente os asiáticos, praticando e fortalecendo discursos de ódio com perspectivas coloniais. A superioridade do ocidental sobre o oriental é uma característica colonial exposta por Mignolo (2017) e por Quijano (2005). Além disso, Bolsonaro novamente disseminou desinformação, desta vez em relação a um mito sobre os órgãos sexuais de asiáticos, cujo tamanho seria pequeno.

Termos pejorativos como “paraíba” ganharam espaço novamente na **Dec. 7**. O racismo é explícito contra nordestinos. Movido pela ideia de superioridade racial, Bolsonaro agride verbalmente, humilha nordestinos, dizendo que entre os governadores nordestinos, há um deles que ele considera o “pior”. O termo “pior”, neste discurso de ódio, denota uma categorização do colonizador sobre as pessoas que vivem em uma região brasileira historicamente colocada à margem na política nacional, vítima da ideia colonial de centro-periferia (Mignolo, 2017). Bolsonaro passa a ser racista com os nordestinos quando os subjuga, entendendo-os como um povo inferior a si e no contexto nacional, desmerecendo, portanto, tratamento igualitário.

Na **Dec. 8**, Bolsonaro coisifica um homem negro ao satirizar sobre como ele se destacaria em meio a uma multidão de asiáticos, e novamente manifesta preconceito e discriminação para se referir aos asiáticos. Imbuído da ideia de superioridade racial, ele pratica, neste caso, agressão moral, humilhação, ou seja, racismo explícito contra negros e

asiáticos. Esse tipo de discurso de ódio se relaciona à ideia colonial de superioridade da sociedade ocidental sobre a oriental. Conforme mostrou Fairclough (2001), neste caso, o discurso configura-se como uma forma de ação, apresentando-se como um recurso apto a conferir representações sociais e a contribuir para a construção de identidades e posições de sujeito para os indivíduos. Djik (2015) também mostra que discursos assim reproduzem ideários, valores e representações sociais que persistem no tempo e no núcleo de significados.

Novamente asiáticos são alvos da xenofobia, intolerância étnico-racial e racismo explícito na **Dec. 9**, em que Bolsonaro questiona a presença de uma japonesa no Brasil. Movido pela ideia colonial de superioridade racial, ele agride verbalmente a jornalista, humilhando-a e dizendo que ela morreria de fome no Japão.

Na **Dec. 10**, o discurso de ódio é empregado contra os indígenas, imbuído de uma clássica característica colonial de superioridade étnico-racial de brancos sobre indígenas. Bolsonaro diz que os indígenas não são “evoluídos” como os brancos e dá a entender, inclusive, que os povos tradicionais não são tão humanos quanto os não indígenas. Observa-se, neste discurso, preconceito explícito de cunho étnico-racial, agressão moral, humilhação e predileção à erudição ante o não erudito.

Na **Dec. 11**, utilizando-se novamente de desinformação, Bolsonaro distorce o sentido do Dia da Consciência Negra e sua importância. Ele propaga a negação da existência de racismo no Brasil, mesmo quando estudos e experiências diárias mostram o contrário. O ex-presidente também nega ser racista mesmo adotando rotineiramente inúmeras atitudes racistas. Como já exposto por Sales Jr (2006), essa negação da própria conduta racista é uma característica comum de muitos racistas. Nesse jogo de contradições, chama atenção o fato de que, ao longo dos quatro anos de mandato, Bolsonaro só fez post sobre a consciência negra no ano de 2020 (ano eleitoral) e, ainda assim, foi totalmente desfavorável.

Na **Dec. 12**, o ex-presidente repete a negação à existência de racismo no Brasil, dizendo ser as tensões entre raças no Brasil “importadas” e “alheias à nossa história”. Além de uma desinformação e uma distorção sobre racismo, este discurso é uma negação da própria conduta colonial racista de Bolsonaro.

Na **Dec. 13**, o político volta a agredir verbalmente nordestinos com seu discurso de ódio racista enraizado na colonialidade. Ao chamá-los, novamente de forma pejorativa, de pau de arara, provoca humilhação ao povo pobre nordestino e demonstra sua ideia de superioridade racial, ou seja, seu racismo explícito contra nordestinos.

Por fim, na **Dec. 14**, em outra atitude de racismo explícito, munido novamente da ideia colonial de superioridade racial, Bolsonaro humilha pessoas negras usando comparações pejorativas relacionadas à massa muscular delas. Conforme foi dito, esse estereótipo pejorativo sustentado por ele, que é uma forma de agressão moral, é uma das conjunções do discurso de ódio apontadas por Naciones Unidas (2015).

Nas análises chama atenção o comportamento recorrente de Bolsonaro e foi observado que a todo instante estão presentes nos discursos os três elementos do discurso de ódio apresentados por Andrade (2021): preconceito, discriminação e intolerância.

Considerações finais

Os resultados desta pesquisa apontam que depreciar ou desumanizar com base em diferenças étnico-raciais faz parte da lógica dos discursos coloniais, fundamentais para sacramentar o poder do colonizador e a posição de subordinação dos colonizados. Esses discursos de ódio racial têm ganhado o campo da política no Brasil, principalmente desde 2018, quando uma onda de polarização política e destilação de discursos de ódio, sobretudo por políticos e adeptos da ultradireita, tomou conta do país. Bolsonaro é o principal expoente desta prática de destilação de discursos de ódio de cunho étnico-racial enraizados na colonialidade. O racismo, conforme nos mostrou Almeida (2019), se apresenta constantemente como estrutural, por integrar a organização econômica e política da sociedade, e aparece muitas vezes ligado aos discursos de ódio de cunho racial.

Sendo assim, as raízes coloniais aparecem de forma clara em todos os discursos de ódio de cunho étnico-racial proferidos por Bolsonaro e analisados nesta pesquisa. Observamos que ele compactua com a perspectiva colonial ao, em seus discursos, não reconhecer o processo de colonização no Brasil, seus efeitos perversos, o racismo e as políticas de reparação.

O ex-presidente assume postura colonial ao humilhar, fazer comparações pejorativas e expor o caráter ofensivo e intolerante de manifestações de preconceito. Seus discursos de ódio são recorrentes para o mesmo público subjugado: negros, indígenas, nordestinos, asiáticos e venezuelanos.

Em seus discursos de ódio, Bolsonaro desinforma e/ou distorce informações sobre questões étnico-raciais e sobre políticas de reparação, o que caracteriza uma postura colonial. Alguns dos trechos dos discursos analisados são tão violentos que chegam ao ponto de questionar a condição de seres humanos dos atingidos. Isso é uma característica marcante da

colonialidade (Quijano, 2005) e que integra a infodemia de colonialidades presentes nos discursos do ex-presidente.

Por fim, em quase todos os discursos analisados, Bolsonaro denota superioridade racial em relação aos atingidos. Ele subjuga os nordestinos, por exemplo, entendendo-os como um povo inferior a si e no contexto nacional, desmerecendo, portanto, tratamento igualitário. Dos 14 trechos analisados, 10 são ataques diretos a negros, indígenas e a pessoas de origem asiática, venezuelana e nordestina. De forma explícita, Bolsonaro usa termos pejorativos como: índio, paraíba e pau de arara. Dos ataques, 10 foram direcionados a pessoas diversas por sua origem geográfica, 8 direcionados a negros e 5 direcionados a indígenas.

Assim, este estudo contribuiu com futuros estudos sobre o campo da política e sua forte relação com a colonialidade e servirá de base para outro estudo mais aprofundado que faremos na dissertação de mestrado sobre desinformação, populismo e discursos de ódio de cunho racial.

REFERÊNCIAS

- ALLPORT, G. W. **The nature of prejudice**. Wokingham: AddisonWesley, 1954.
- ALMEIDA, S. L. de. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.
- ANDRADE, A. G. C. de. Liberdade de expressão e discurso de ódio. **Revista da EMERJ**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 9-34, Jan.-Mar., 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Brasil, [1979] 2016.
- BHABHA, H. **O local da cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- BRAGATO, F. F.; SILVA, B. M. Discursos de ódio: uma análise à luz da colonialidade. **Revista Faculdade de Direito da UFG**. Goiânia: UFG, 2021.
- BRUGGER, W. Proibição ou proteção do discurso do ódio? algumas observações sobre o direito alemão e o americano. **Direito Público**, Porto Alegre, ano 4, n.15, p.117-136, jan./mar. 2007.
- COSTA, J. B.; GROSGOUEL, R. Decolonialidade e perspectiva negra. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, Jan.-Abr., 2016.
- DJIK, T. A. V. **Discurso e Poder**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2015.
- DOWNE-WAMBOLDT, B. Content analysis: method, applications, and issues. **Health care for women international**, v. 13, n. 3, p. 313-321, 1992.

FAIRCLOUGH, N. A análise crítica do discurso e a mercantilização do discurso público: As universidades. In C. M. Magalhães (Org.) **Reflexões sobre a análise crítica do discurso** (pp. 31-81). Belo Horizonte: Faculdade de Letras UFMG, 2001.

FERNANDES, L. C. dos A.; WILKELLY, A. de L. Desconstruindo o preconceito racial no Ensino Médio: O uso da Educomunicação no ensino de Biologia no IFPA - Belém. **Revista Thema**, v. 10 (01): Rio Grande do Sul, 2013.

FERNANDES, Luiz Cláudio. Desinformação e populismo: estratégias de Bolsonaro na ONU e sua contribuição para os discursos de ódio. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21, 2023, Brasília. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/desinformacao-e-populismo-estrategias-de-bolsonaro-na-onu-e-sua-contribuicao-par?lang=pt-br>> Acesso em: 16 Jan. 2024.

GOMES, F. S.; LOPES, M. A. P. T. Infodemia e construção sógnica – movimentos responsivos sob a retórica da pós-verdade. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 158-189, 2º quadrimestre de 2021.

JÜPSKAS, A. R.; LEIDIG, E. **Knowing what's (far) right: A compendium**. Oslo: Center for Research on Extremism, 2020.

KALIL, I.; SANTINI, R. M. **Coronavírus, pandemia, infodemia e política**. Relatório de pesquisa. São Paulo/Rio de Janeiro: FESPSP/UFRJ, 2020. Disponível em: https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf. Acesso em: 10 abr. 2021.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Londres: Sage, [1980]2004.

MIGNOLO, W. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 94, p. 1-18, 2017.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

NACIONES UNIDAS, Asamblea General. **Promoción y Protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo**. Informe de la Relatora Especial sobre cuestiones de las minorías, Rita Izák, 2015.

NASCIMENTO, D. C. **Dramaturgias do ódio: por entre efeitos de sentidos dos discursos em dramaturgias paulistas (2014 a 2018)**. Universidade Estadual Paulista: São Paulo, 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)**, 2020.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**, 2020.

PINI, A. M. **Desinformação e populismo radical de direita: O caso da eleição de Donald Trump em 2016**. 302 f. Tese (Doutorado em Relações Internacionais). Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

QUIJANO, A. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais**. Perspectivas Latino-americanas. Buenos Aires: Clacso, 2005.

RESTREPO, E.; ROJAS, A. **Inflexión decolonial: fuentes, conceptos y cuestionamientos**. Popayán: Ed. Universidad del Cauca, 2010.

SALES JR., R. Democracia racial: o não-dito racista. **Tempo Social** - Revista de Sociologia da Universidade de São Paulo, v. 18, n. 2: Recife, 2006.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de Conteúdo Categorial: Manual de aplicação**. Brasília: Enap, 2021.

SANT'ANA, A. O. História e conceitos básicos sobre racismo e seus derivados. In: MUNANGA, K. (Org.). **Superando o Racismo na Escola**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2001.

SEVERO, D. O.; GUERRA, P. Extrema-direita, xenopopulismo e colonialidade: discursos de ódio e colonização do imaginário no presente. **Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura**: Porto, 2022.

STROPPA, T., & ROTHENBURG, W. C. (2015). Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Curso De Direito Da UFSM**, 10(2), 450–468. <https://doi.org/10.5902/1981369419463>

TONIAL, F. A. L.; MAHEIRIE, K.; GARCIA JR, C. A. S. A resistência à colonialidade: definições e fronteiras. **Revista de Psicologia** da UNESP 16(1), 2017.

WALDRON, J. **The harm in hate speech**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2012.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Conselho da Europa, 2017.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Reflexão sobre a desordem da desinformação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In: IRETTON, C.; POSETTI, J. (Orgs.). **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. [s. l.]: UNESCO, p. 46-58, 2019.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ELAIDE MARTINS

Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFPA), mestre em Comunicação Social (Umesp) e graduada em Jornalismo (UFPA). Docente da Faculdade de Comunicação (Facom) e do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Cord. do Grupo de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq/UFPA). Integra a Rede JorTec e a RNCD. **Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0001-7723-7055>

E-mail: elaide@ufpa.br

LUIZ CLÁUDIO DOS ANJOS FERNANDES

Bolsista Capes e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Cultural e Amazônia (PPGCOM-UFPA), especialista em Educação para Relações Étnicorraciais (UFPA). Docente da Faci Wyden. Integrante do Grupo de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq/UFPA) e da RNCD.

E-mail: luizclaudio.jornalismo@gmail.com



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 72-84, jan-jun, 2024

Vitória da ciência e da saúde pública sobre a desinformação: análise de imaginários no X (antigo Twitter) no início da vacinação contra a Covid-19

*Victoria de la ciencia y de la salud pública sobre la desinformación: análisis de imaginarios en X
(antiguo Twitter) al inicio de la vacunación contra la Covid-19*

*Victory of science and public health over disinformation: analysis of imaginaries on X
(formerly Twitter) at the beginning of Covid-19 vaccination*

Luana Chinazzo Müller

Doutora em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul (PUCRS). E-mail: luachinazzo@gmail.com

Enviado em: 28/06/2024

Aceito em: 08/08/2024

RESUMO

Este artigo investiga os imaginários que emergiram no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. A partir de uma análise discursiva dos imaginários, foram examinadas as publicações mais compartilhadas entre os dias 14 e 21 de janeiro de 2021, com o objetivo de desvelar os significados atribuídos ao vivido naquele período. A análise qualitativa dos tópicos emergentes revelou que o período foi caracterizado por uma vitória simbólica da ciência. As mensagens exaltavam a ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), sobrepondo-se e silenciando embates ideológicos, desinformação e negacionismo. Elementos humorísticos, como memes e ironia, foram utilizados para expressar opiniões e ressignificar o contexto pandêmico. Paralelamente, surgiram preocupações com atrasos na vacinação e críticas à gestão governamental.

Palavras-chave: *Desinformação, Imaginário, Redes sociais, Narrativa, Vacina.*

RESUMEN

Este artículo investiga los imaginarios que emergieron en X (antiguo Twitter) durante el inicio de la vacunación contra la Covid-19 en Brasil. A partir de un análisis discursivo de los imaginarios, se examinaron las publicaciones más compartidas entre los días 14 y 21 de enero de 2021, con el objetivo de desvelar los significados atribuidos a lo vivido en ese período. El análisis cualitativo de los tópicos emergentes reveló que el período se caracterizó por una victoria simbólica de la ciencia. Los mensajes exaltaban la ciencia y el sistema de salud pública brasileño, superponiéndose y silenciando los enfrentamientos ideológicos, la desinformación y el negacionismo. Se utilizaron elementos humorísticos, como memes e ironía, para expresar opiniones y resignificar el contexto pandémico. Paralelamente, surgieron preocupaciones por los retrasos en la vacunación y críticas a la gestión gubernamental.

Palabras-clave: *Desinformación, Imaginario, Redes sociales, Narrativa, Vacuna.*

ABSTRACT

This article investigates the imaginaries that emerged on X (formerly Twitter) during the beginning of Covid-19 vaccination in Brazil. Through a discursive analysis of the imaginaries, the most shared posts between January 14 and 21, 2021, were examined with the aim of uncovering the meanings attributed to the experiences of that period. The qualitative analysis of emerging topics revealed that the period was characterized by a symbolic victory of science. The messages exalted science and the Brazilian public health system, overshadowing and silencing ideological clashes, disinformation, and denialism. Humorous elements, such as memes and irony, were used to express opinions and reframe the pandemic context. Simultaneously, concerns about vaccination delays and criticisms of governmental management also emerged.

Keywords: *Disinformation, Imaginary, Social Media, Narrative, Vaccine.*

Introdução

A pandemia da Covid-19 não apenas expôs os desafios enfrentados pela ciência e pela saúde pública, mas também evidenciou problemas relacionados ao complexo ecossistema midiático (McLuhan, 1964; Shirky, 2011; Logan, 2019) no qual estamos inseridos. Esse ambiente é caracterizado por aspectos como uma grande oferta de conteúdo, a desinformação, a sociabilidade digital e a influência de algoritmos. A análise de imaginários em torno de discursos de esperança, resistência, negacionismo e desinformação oferece uma compreensão aprofundada das dinâmicas e desafios da comunicação em saúde, ressaltando a importância da divulgação científica para o engajamento com as políticas públicas de saúde.

Este estudo tem como objetivo analisar os imaginários que emergiram nas conversações no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. Focamos no período de 14 a 21 de janeiro de 2021, que antecedeu e sucedeu esse marco significativo, para compor nosso *corpus* de análise. O X, nossa mídia social de estudo, é um espaço que cristaliza afinidades conectivas (Susca, 2019), onde os vínculos se baseiam não na argumentação racional dos contratos sociais, mas em pactos afetivos, emoções e símbolos compartilhados. Dessa forma, consideramos a plataforma como uma tecnologia do imaginário (Silva, 2003), um dispositivo que dinamiza e cristaliza mitos, sentimentos, visões de mundo e estilos de vida, mobilizando os indivíduos. Esses elementos emergem a partir do excedente de significação do real e compõem a dimensão imaginária que buscamos desvelar utilizando ferramentas da análise discursiva de imaginários (Silva, 2019).

Para esta pesquisa, foram coletados termos relacionados à vacinação contra a Covid-19. A análise qualitativa de tópicos emergentes nos 100 *posts* mais compartilhados revelou que o período estudado foi marcado por uma vitória simbólica da ciência. As mensagens exaltavam a ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), conseguindo sobrepor-se aos embates ideológicos, a desinformação e o negacionismo, muitas vezes silenciando essas narrativas.

Contexto

Desde o surgimento do SARS-CoV-2, cientistas ao redor do mundo se empenharam no desenvolvimento de vacinas contra a doença. No Brasil, alguns imunizantes ganharam destaque na mídia devido a testes realizados no país ou por terem sido negociados para aquisição por governos em diferentes níveis. Entre esses, a

CoronaVac, desenvolvida pela empresa chinesa Sinovac em colaboração com o Instituto

Butantan e o governo do estado de São Paulo, foi amplamente discutida e alvo de controversas, especialmente devido às disputas político-ideológicas que a cercavam.

A partir do anúncio da parceria para o desenvolvimento da CoronaVac, observou-se uma intensa politização em relação a esse imunizante e à vacinação como um todo. O presidente Jair Bolsonaro, com o intuito de antagonizar o governador paulista João Dória, realizou diversos ataques à vacina. Inicialmente, essas investidas foram veladas, como no episódio em que Bolsonaro exaltou a negociação entre a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e a Universidade de Oxford para o desenvolvimento da vacina AstraZeneca, destacando que o imunizante não era “daquele outro país”, em referência à China. Posteriormente, ele passou a atacar diretamente a CoronaVac, afirmando que ela não seria comprada, e chegou a comemorar quando os testes foram temporariamente interrompidos após a morte de um voluntário (Gullino, 2021). Em contrapartida, Dória exaltou a CoronaVac e vinculou sua imagem a ela, divulgando prazos e dados antecipadamente, que posteriormente não se confirmaram (Recuero e Soares, 2022; Carvalho *et al.*, 2022; Chinazzo Müller, 2021).

O debate em torno da CoronaVac foi amplamente noticiado e discutido pela sociedade, que se polarizou entre aqueles que afirmavam que não se vacinariam e os que defendiam a vacinação. Além disso, a cobertura midiática foi marcada por antecipação de informações incompletas e por erros jornalísticos. A falta de transparência sobre a natureza temporal da ciência, que difere do ritmo dos meios de comunicação, e sobre as etapas do método científico, que envolvem revisões e verificações por especialistas, levou a situações em que fases normais do processo científico foram apresentadas como falhas ou submetidas a questionamentos. Essa dinâmica aumentou a insegurança e alimentou o debate público sobre as controvérsias políticas, resultando em hesitação em relação às vacinas (Cunha e Chinazzo Müller, 2021; Galhardi *et al.*, 2022; Massuchin *et al.*, 2021).

Uma análise sobre a influência da disputa político-ideológica na desinformação sobre a vacinação contra a Covid-19, que circulou pelo WhatsApp entre novembro de 2020 e janeiro de 2021, conduzida por Monari e Sacramento (2021), verificou o predomínio de teorias da conspiração. Entre essas, destacam-se afirmações de que o imunizante alteraria o código genético humano, que a presença de metais tóxicos transformaria o corpo humano em uma antena de sinal 5G e que a vacina seria capaz de coletar dados biométricos e armazená-los na nuvem. Os conteúdos acusavam o governador de São Paulo de fazer parte de uma elite, junto com cientistas, cujo intuito seria impedir as escolhas pessoais dos indivíduos. Esses discursos empregaram a lógica típica do populismo em relação à ciência, dividindo o “nós” (povo) contra “eles” (elite), e associando de forma xenófoba o vírus à China.

Outra pesquisa, realizada pelo laboratório MIDIARS entre março e dezembro de 2020, evidenciou o enquadramento político-ideológico da CoronaVac. A discussão sobre a confiabilidade do imunizante envolveu sua origem, devido ao uso de insumos chineses e ao desenvolvimento pela Sinovac, uma empresa chinesa. O produto foi enquadrado como parte de um complô do país asiático “comunista” na fabricação e disseminação do vírus, agora lucrando com a venda de vacinas. O estudo também indicou a conexão da desinformação com a base bolsonarista, observando picos na circulação pelo WhatsApp após pronunciamentos de Bolsonaro em rede nacional. O relatório conclui que a desinformação sobre a vacina tinha quase 1,5 vez mais chances de ser compartilhada quando reproduzida por uma autoridade de saúde (Recuero *et al.*, 2021).

Foi nesse contexto que a vacinação iniciou no Brasil em 17 de janeiro de 2021, logo após as aprovações dos usos emergenciais dos dois imunizantes mencionados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A enfermeira Mônica Calazans, que atuou na linha de frente durante a pandemia, foi a primeira pessoa a ser vacinada contra a Covid-19 fora dos testes clínicos no Brasil, recebendo a CoronaVac. Esse ato simbólico, organizado pelo governador Dória no Instituto Emílio Ribas (São Paulo-SP), marcou o início da campanha de vacinação contra a Covid-19 no país. Alguns dias depois, em 23 de janeiro, a vacinação com a AstraZeneca também começou, com uma dose aplicada ao infectologista Estevão Portela, do Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas (Rio de Janeiro- RJ). Ambos os eventos foram amplamente midiaticizados, mas a aprovação dos usos emergenciais pela Anvisa e o início efetivo da campanha de vacinação com a CoronaVac foram acontecimentos que certamente ficarão marcados na história do país. Transmitidos ao vivo pelos meios de comunicação tradicionais e intensamente discutidos nas mídias sociais, esses eventos geraram um clima de expectativa e esperança.

Tecnologias do Imaginário

Segundo as reflexões de Silva (2003, 2017), o conceito de imaginário transcende a mera significação, representando um excesso de sentido que permeia a realidade. Este fenômeno, de natureza involuntária, emana do âmago do real, atuando como um filtro que distorce as experiências vividas e preenche lacunas racionais. Dessa forma, o imaginário não pode ser reduzido a uma criação da imaginação, uma manifestação irracional ou algo fictício desprovido de veracidade.

O imaginário emerge como uma força que lança luz sobre os eventos, influenciando-os positiva ou negativamente ao adicionar camadas de significado que transcendem a

interpretação original. Ao aplicar essa perspectiva à investigação sobre o imaginário da vacinação contra a Covid-19, percebemos que ele se manifesta na maneira como os discursos sobre o tema são qualificados. Elementos como adjetivos, hipérboles, metáforas, comparações e jogos de palavras presentes nos textos revelam pistas que nos ajudam a desvendar os sentidos atribuídos e contribuem para a solidificação de visões de mundo.

Embora seja impossível impor ou controlar o imaginário, ele não surge do nada. Ao contrário, circula e se cristaliza por meio do que podemos chamar de Tecnologias do Imaginário, dispositivos que funcionam como geradores de mitos, visões de mundo e estilos de vida, como apontado por Silva (2003). Essas tecnologias constroem laços sociais e cristalizam sentidos, alimentando os domínios semânticos, nutrindo as jornadas antropológicas e arraigando-se no âmbito afetivo e simbólico da experiência humana.

Na contemporaneidade, observada sob uma perspectiva pós-moderna através da lente da “sociedade do espetáculo” (Debord, 2017), as Tecnologias do Imaginário transcendem sua função meramente informativa para povoar e moldar o universo mental. Essas tecnologias não buscam manipular ou controlar, mas sim seduzir e conquistar adesão. No entanto, conforme ressalta Silva (2003), mesmo quando influenciado por essas tecnologias, o imaginário mantém uma margem de independência, um toque de mistério e irredutibilidade, escapando do controle absoluto do agente tecnológico emissor.

Silva (2003) identifica três momentos de construção imaginal ligados a tecnologias dominantes: a fase primitiva, que inclui teatro, poesia oral, mitos e fábulas; a fase industrial, marcada pelo rádio, televisão, mídia e propaganda; e a fase pós-industrial ou virtual, caracterizada pela internet e publicidade. Além dessas, há uma fase pré-industrial, representada por livros e imprensa, que exerce uma influência mais sutil e local. Essas tecnologias podem ser “limpas” ou “poluentes”, não apenas materialmente, mas especialmente ao influenciar o universo simbólico e induzir o imaginário. A Internet é vista como um retorno ao limpo e ao leve.

Na pós-modernidade, a *web* combina tecnologia avançada com características arcaicas, como interação, diversidade e relações interpessoais. A estética predominante, para Silva (2003), é publicitária, caracterizada por leveza, aceleração, diversão e ludicidade. A internet não apenas incorpora essas características, mas também introduziu novos aspectos ao longo da evolução do cenário digital. A Internet incorpora todas essas características e mais. O ideal de autonomia e liberdade que se vislumbrava foi, em certa medida, comprometido pelos algoritmos e pelas vastas possibilidades da globalização, controladas por plataformas que manipulam dados (e possivelmente imaginários) de bilhões de usuários. Em última análise, a evolução das Tecnologias do Imaginário revela um complexo equilíbrio

entre inovação tecnológica e persistência das dimensões simbólicas e afetivas da experiência humana.

Imaginários da vacinação

O antropólogo Gilbert Durand (2012), fundador dos estudos do imaginário, indicou que os discursos são fundamentais para acessar imaginários, pois é por meio deles que conjuntos de imagens são descritos. Ele enfatiza que essas imagens encontram expressão nos mitos – narrativas em que símbolos se convertem em palavras e arquétipos em ideias. Isso implica que todo imaginário, em última instância, é um discurso. Portanto, produtos midiáticos nos ajudam a compreender como cada fenômeno é percebido pelas pessoas para além do que está racionalmente colocado.

Para desvendar o imaginário, optamos por uma metodologia própria a esse objetivo, a análise discursiva de imaginários (ADI). Esta abordagem, derivada da sociologia compreensiva, busca cercar o objeto analisado, desconstruindo-o e removendo as camadas que o encobrem, como em um processo arqueológico. O método proposto por Silva (2019) oferece ferramentas para analisar discursos ou seus fragmentos a partir de Tópicos Emergentes (TE) que revelam a dimensão sensível do conteúdo. Nesse aspecto, assemelha-se a outras metodologias voltadas ao conteúdo e ao discurso, pois os TE são estabelecidos a partir da categorização do material analisado. No entanto, a ADI possibilita um olhar sem amarras, que foca não apenas no conteúdo manifesto, mas nos significados latentes, convocando o pesquisador a questionar o texto em relação ao contexto social, político e cultural em que está inserido.

Os dados que compõem nosso *corpus* foram coletados por meio do *software* Ford¹, desenvolvido pelo Labic – Laboratório de Ciência de Dados e Internet², da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). O Ford se conecta à Interface de Programação de Aplicação (API – *Application Programming Interface*) do X (antigo Twitter) e permite a coleta até dez termos simultâneos. Para esta pesquisa, foram extraídos todos os *posts* em português compartilhados durante a primeira semana de vacinação no Brasil, entre 14 e 21 de janeiro de 2021, contendo os seguintes termos: *vacina*; *coronava*; *vacinacao*; *astrazeneca*; *vacinada*; *monica+calazans*; *#vemvacina*; *viva+sus*; *vivaosus*; *vacina já*. As palavras-chave foram determinadas a partir da observação e

¹ O software de mineração de posts do Labic está disponível para download por meio da página do Labic na plataforma GitHub, site de hospedagem de código-fonte e arquivos. Disponível em: <http://www.github.com/ufeslabic>.

² A autora deste artigo é atualmente pesquisadora vinculada ao Labic. Essa parceria foi iniciada durante seu doutorado realizado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), período em que este texto foi desenvolvido.

do monitoramento do debate na rede, atentando às palavras que se destacaram nos *trending topics* durante o período em questão.

A base de dados coletada compreende 4,9 milhões *posts*, dos quais 3,2 milhões de *reposts*. Após o processamento dos dados, realizado também pelo Ford, a análise foi concentrada nos 100 *posts* mais compartilhados. Desses, sete foram excluídos por não estarem relacionados à vacinação e 13 foram desconsiderados devido à suspensão de contas ou exclusão de conteúdo. Assim, o *corpus* final da pesquisa contou com 80 publicações analisadas.

A análise das publicações sobre a vacinação contra a Covid-19 revela uma série de sentimentos, opiniões e percepções que desvelam a maneira como as pessoas se relacionam com a imunização. O Tópico Emergente *Combate à Desinformação* destaca-se como o mais frequente, indicando um momento em que muitos usuários confrontaram informações falsas e enganosas relacionadas às vacinas. A maioria desses *posts* apresenta um tom irônico e comparação com outros produtos e práticas para questionar um possível medo dos imunizantes. Por exemplo, um *post* compartilhado 40,8 mil vezes diz: “*Você confiaria numa vacina da Rússia? meu filho eu já comi muito miojo e salgado em rodoviária nessa vida pra ter esse tipo de critério*”.

Dos 80 *posts* analisados, 79 expressaram uma visão positiva da vacinação, enquanto apenas um questionou a imunização, reforçando o discurso negacionista. Este conteúdo, compartilhado 14,4 mil vezes, afirmava: “*A VACINA CHINESA DE JOÃO DORLA - Para o meu Governo, qualquer vacina, antes de ser disponibilizada à população, deverá ser COMPROVADA CIENTIFICAMENTE PELO MINISTÉRIO DA SAÚDE e CERTIFICADA PELA ANVISA. - O povo brasileiro NÃO SERÁ COBALA DE NINGUÉM*”. Este também foi o único *post* entre os analisados que defende o governo federal de Jair Bolsonaro. Por outro lado, cinco mensagens criticam explicitamente o governo e quatro exaltaram o presidente Luiz Inácio Lula da Silva ou seu partido, o PT.

Durante o período analisado, observou-se que os discursos de esperança e otimismo predominaram nas interações sobre a vacinação contra a Covid-19 no X. A aprovação dos usos emergenciais dos imunizantes CoronaVac e AstraZeneca foi celebrada como uma vitória sobre a desinformação. São frequentes mensagens de exaltação à ciência, às instituições públicas e ao SUS, demonstrando um sentimento de orgulho e gratidão em relação aos envolvidos no desenvolvimento e distribuição das vacinas. Isso reflete uma valorização da ciência, dos cientistas e dos profissionais de saúde na luta contra a pandemia.

Há também uma expectativa positiva em relação ao impacto da vacinação na vida das pessoas e ao retorno à “normalidade”. Os *posts* frequentemente utilizam memes e outros

elementos humorísticos, mostrando que as mídias sociais se tornaram uma plataforma para expressar opiniões de maneira engraçada e irônica. Por meio desses elementos, as pessoas manifestam tanto apoio quanto críticas à vacinação, e podem ressignificar um período tenso como o da pandemia.

Além dos memes, também há um tópico recorrente de explicação e informação, indicando uma busca por compreender o funcionamento dos imunizantes aprovados pela Anvisa, especialmente em relação à sua eficácia. Esses *posts* informativos podem ajudar a dissipar a desinformação e fornecer um contexto claro para o público. Contudo, eles também agem como um contraponto à empolgação, equilibrando as expectativas. Enquanto muitos estão ansiosos pela vacinação, essas mensagens lembram a importância de ser realista sobre o cronograma e a complexidade envolvida na distribuição e administração das vacinas. Esta abordagem mais cautelosa pode ser vista como uma tentativa de fornecer uma perspectiva mais calma diante das emoções do público, mas também indica uma certa problematização inerente à rede social analisada.

Há ainda um sentimento de atraso do Brasil em comparação com outros países que iniciaram suas campanhas de vacinação de maneira mais eficaz e rápida. Essas mensagens frequentemente expressam descontentamento com a gestão da pandemia pelo governo Bolsonaro e com a postura do então ministro da Saúde, Eduardo Pazuello.

Tabela 1 – Tópicos emergentes mais frequentes

Tópico emergente	Exemplo de <i>post</i>
Combate à desinformação	<i>“Atenção: Mais de 1.100.000 de pessoas já receberam vacina contra o COVID em 4 países diferentes. As vacinas causaram 3 reações alérgicas relevantes, os 3 já se recuperaram e estão bem. Nesse intervalo de tempo o COVID matou mais de 90 mil pessoas. Lembrem dessa comparação”.</i>
Humor	<i>“Gente, por favor, não confundam. A vacina da Pfizer é a que transforma em jacaré. A Coronavac é a que insere um chip de monitoramento comunista”.</i>
Política	<i>“Parabéns aos pesquisadores que abandonaram quase um ano todo da própria vida pra se dedicarem numa vacina que salvará muita gente que foi deixada pra morrer pelo governo federal, estadual e municipal. Fizeram milagre num contexto de destruição da universidade e do financiamento”.</i>

Expectativa positiva	<i>“Agiliza aí vacina pq em junho eu quero dançar forró beijando”.</i>
Comparação	<i>“minha filha você bebia vodka natasha com o gelo de dentro do isopor de um ambulante ENTREGUE PELA MÃO QUE ELE PASSAVA O TROCO no auge do sábado de carnaval e agora tá com medo da vacina chinesa”</i>
Exaltação	<i>“Histórico. Viva o SUS! [link com imagem da primeira pessoa vacinada no Brasil]”.</i>
Anti-Bolsonaro	<i>“Para que não se esqueça: Jair Bolsonaro não teve NENHUMA PARTICIPAÇÃO no sucesso da vacina. Nenhuma. Jair Bolsonaro não é responsável por NENHUMA GOTA da vacina”.</i>
Pró-Lula e PT	<i>“Se a minha vida ainda estivesse sendo destruída pelo PT, certeza que eu já estaria vacinada”.</i>
Atraso do Brasil	<i>“argentina: tomando vacina e legalizando o aborto bra: sil”.</i>
Eficácia	<i>“A Coronavac foi anunciada com 78% de eficácia, sendo que 100% em casos graves. Vi que muita gente não tá entendendo o que isso significa, e alguns até considerando 78% “pouco”, então vou tentar explicar de uma forma simples pra que todos entendam. Segue o fio...”.</i>
Explicação/Informação	<i>“Os principais desafios do sistema público de saúde no pós vacina: [link indisponível]”.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Em resumo, os imaginários presentes nas publicações mais compartilhadas no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 revelam uma ampla variação de emoções, visões de mundo, crenças e ideologias expressas pelas interpretações dos usuários sobre o evento. Ao explorar os imaginários emergentes, torna-se claro que a conversação nessa mídia social desempenhou um papel importante de influência nas percepções e atitudes em relação à vacinação. Enquanto a desinformação e seus efeitos ganharam destaque ao longo da pandemia, na semana que analisamos, esses elementos parecem ter sido suplantados por uma poderosa onda de otimismo, expectativa e confiança na ciência.

Considerações finais

Todo discurso revela visões de mundo, seja de maneira explícita ou sutil. Nas análises realizadas, emergiram tópicos relevantes que delinearão os contornos dos imaginários subjacentes. Por meio da análise discursiva de imaginários, exploramos as profundas camadas

de significado presentes nas conversas on-line, revelando como as pessoas expressam emoções, crenças e visões de mundo. As publicações compartilhadas no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil revelam a complexidade da interação entre ciência, saúde pública, política e comunicação midiática. Durante a pandemia, tornou-se evidente que o ecossistema midiático desempenha um papel crucial na formação de percepções e opiniões, frequentemente amplificando discursos de esperança, resistência, desinformação e negacionismo.

O embate político-ideológico em torno dos imunizantes e da imunização foi uma característica marcante desse período. As redes sociais serviram como um palco para a polarização entre os defensores da ciência, do SUS e da importância da imunização, e aqueles que propagavam desinformação, teorias conspiratórias e críticas à ciência. A retórica política entrelaçou-se com os debates sobre as vacinas, com figuras públicas posicionando-se a favor ou contra, influenciando frequentemente a opinião pública. O papel do ex-presidente Bolsonaro, seus embates com outros políticos e a promoção de determinados imunizantes foram temas recorrentes nas discussões.

A presença constante de memes e elementos humorísticos nas conversas sobre vacinação revela a peculiaridade da comunicação nas mídias sociais. O humor funcionou como uma ferramenta para expressar apoio, crítica e para ressignificar um momento de crise. Simultaneamente, os usuários buscavam informações e explicações sobre as vacinas, sublinhando a importância da divulgação científica na luta contra a desinformação.

A valorização da ciência, dos cientistas e dos profissionais de saúde destacou-se nos discursos analisados, refletindo um sentimento de orgulho e gratidão pelo desenvolvimento e distribuição das vacinas. Este elemento revela a confiança depositada nas instituições públicas, como o SUS, e a esperança de que a vacinação pudesse pavimentar o caminho de volta à normalidade. Por outro lado, as preocupações com os atrasos na vacinação em comparação com outros países e as críticas à gestão da pandemia pelo governo foram também centrais nas conversas.

Em suma, esta pesquisa proporciona uma visão abrangente das percepções e dos sentimentos que permearam as relações sociais nesse momento histórico. Reforça, ainda, a possibilidade de conter a desinformação, mesmo em ambientes nos quais ela está constantemente presente e intensificada. Para isso, destaca-se a importância de uma comunicação eficaz, fundamentada em dados científicos, para enfrentar desafios como o negacionismo e a hesitação vacinal, além de promover o engajamento público com as políticas de saúde.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, E. M. *et al.* Vacinas e redes sociais: o debate em torno das vacinas no Instagram e Facebook durante a pandemia de COVID-19 (2020-2021). **Cad. Saúde Pública**, v. 38, n. 11, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/pZ9Xc7WYqx9fzYfXcwXVwrp/>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- CHINAZZO MÜLLER, L. Enquadramento da CoronaVac no Jornal Nacional: disputas políticas e impactos na divulgação científica. *In: VIII Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro - Pensacom*, CPF-Sesc-SP, São Paulo, Brasil, dez. 2021.
- CUNHA, M. R. da; CHINAZZO MULLER, L. As vacinas e a desinformação no ecossistema da mídia. *In: ALMEIDA, M.; TYMOSHCHUK, O.; MACIEL, S. Comunicação, saúde e acessibilidade*. Aveiro/Portugal: Ria Editorial, 2021.
- GALHARDI, C. P. *et al.* Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil Fake. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/PBmHtLCpJ7q9TXPwVZ3kGH>. Acesso em: 20 jun 2024.
- GULLINO, D. Veja 10 vezes em que Bolsonaro criticou a CoronaVac. O Globo. Rio de Janeiro, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/veja-10-vezes-em-que-bolsonaro-criticou-coronavac-24843568>. Acesso em: 28 jun. 2024.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto: 2017.
- DURAND, G. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- LOGAN, R. K. Understanding Humans: The Extensions of Digital Media. *Information*, v.10, n.10, 304, MDPIAG, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3390/info10100304>. Acesso em: 30 maio 2022.
- MASSUCHIN, M. G. et al. A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de Whatsapp na pandemia da COVID-19. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, Unisinos, São Leopoldo, v. 23, n. 2, p.160-174, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22587>. Acesso em: 20 ju.n 2024.
- MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo. Editora Cultrix. 1964.
- MONARI, A. C. P.; SACRAMENTO, I. A “vacina chinesa de João Doria”: a influência da disputa política-ideológica na desinformação sobre a vacinação contra a Covid-19. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 15, n. 3, set./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/50945>. Acesso em: 30 maio 2022.
- RECUERO, R. et al. Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil. [livro eletrônico] Relatório, resultados e estratégias de combate. 1. ed. - Pelotas, RS:

MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021.

RECUERO, R.; SOARES, F. B. #VACHINA: how politicians help to spread disinformation about Covid-19 vaccines. *Journal of Digital Social Research*, v. 4, n.1, p.73-97, 2022. Disponível em:

<https://jdsr.sbne/ojs/index.php/jdsr/article/view/112>. Acesso em: 20 jun. 2024.

SHIRKY, C. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, J. M. da. As tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SILVA, J. M. Diferença e descobrimento. O que é o imaginário? A hipótese do excedente de significação. Porto Alegre: Sulina, 2017.

SILVA, J. M. da. O que pesquisar quer dizer. Sulina: Porto Alegre, 2019.

SUSCA, V. Afinidades conectivas. Porto Alegre: Sulina, 2019.

BIOGRAFIA DA AUTORA

LUANA CHINAZZO MÜLLER

Doutora e mestra em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

E-mail: luachinazzo@gmail.com



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 85-101, jan-jun, 2024.

Práticas de desinformação do presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19

Las prácticas de desinformación del presidente Jair Bolsonaro durante la pandemia de Covid-19

President Jair Bolsonaro's disinformation practices during the Covid-19 pandemic

Juliana FERREIRA MARQUES

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e representante da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) no Programa de Combate a Desinformação do STF.

E-mail: julifmarques@servidor.uepb.edu.br

Edvaldo CARVALHO ALVES

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (Ufscar) e Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação (DCI) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

E-mail: edvaldocalves@gmail.com

Fellipe SÁ BRASILEIRO

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da UFPB. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

E-mail: fellipesa@hotmail.com

Enviado em: 03 jun. 2024

Aceito em: 27 jun. 2024

RESUMO

Fake news, fake sciences, negacionismo científico, teorias da conspiração e testemunhais falsos foram algumas estratégias de desinformação do Governo Federal que marcaram o cenário de desinfodemia da COVID-19 no Brasil. Este artigo objetiva compreender a desinformação propagada durante a desinfodemia de COVID-19 no Brasil como práticas desinformativas. Baseia-se na análise das declarações públicas do Presidente Jair Bolsonaro durante os dois primeiros anos de pandemia a partir das categorias de desinformação verificadas pela agência de fact-checking Aos Fatos que integram o especial “Todas as declarações de Bolsonaro checadas”. Constata que as declarações do Presidente Jair Bolsonaro relacionadas ao descrédito de autoridades científicas, às distorções sobre a gravidade da doença, às medidas de combate, à eficácia de vacinas e à indicação de medicamentos e tratamentos sem efeito comprovado integram práticas desinformativas.

Palavras-chave: *Desinformação; Práticas desinformativas; Desinfodemia; Jair Bolsonaro.*

RESUMEN

Noticias falsas, ciencias falsas, negacionismo científico, teorías de conspiración y testimonios falsos fueron algunas de las estrategias de desinformación del Gobierno Federal que marcaron el escenario desinfectivo de la COVID-19 en Brasil. Este artículo tiene como objetivo comprender la desinformación difundida durante la desinformación de COVID-19 en Brasil como prácticas de desinformación. Se basa en el análisis de las declaraciones públicas del presidente Jair Bolsonaro durante los dos primeros años de la pandemia a partir de las categorías de desinformación verificadas por la agencia de verificación de datos Aos Fatos, que forman parte del especial “Todas las declaraciones de Bolsonaro verificadas”. Cabe señalar que las declaraciones del presidente Jair Bolsonaro relacionadas con el descrédito de las autoridades científicas, las distorsiones sobre la gravedad de la enfermedad, las medidas de combate, la eficacia de las vacunas y la indicación de medicamentos y tratamientos sin efecto comprobado son parte de prácticas de desinformación.

Palabras-clave: *Desinformación; Prácticas desinformativas; Desinfodemia; Jair Bolsonaro.*

ABSTRACT

Fake news, fake sciences, scientific denialism, conspiracy theories and false testimonies were some of the Federal Government's disinformation strategies that marked the COVID-19 disinfodemic scenario in Brazil. This article aims to understand the misinformation spread during the COVID-19 disinfodemic in Brazil as disinformation practices. It is based on the analysis of President Jair Bolsonaro's public statements during the first two years of the pandemic based on the categories of disinformation verified by the fact-checking agency Aos Fatos, which are part of the special “All Bolsonaro's statements verified”. Note that President Jair Bolsonaro's statements related to the discredit of scientific authorities, distortions about the severity of the disease, combat measures, the effectiveness of vaccines and the indication of medicines and treatments with no proven effect are part of disinformation practices.

Keywords: *disinformation; disinformational practices; disinfodemy; Jair Bolsona*

Introdução

A propagação do vírus SARS-CoV-2 impôs aos países desafios econômicos, políticos, socioculturais e informacionais que demandaram estratégias responsivas para superar dificuldades relacionadas não apenas às limitações dos sistemas de saúde e do modelo de produção capitalista, que provocaram desigualdades e desumanidades durante a pandemia, mas, sobretudo, ao modo de propagação de desinformação em grande escala.

Nesse contexto, o neologismo “infodemia”¹ - utilizado por Rothkopf (2003) em artigo jornalístico publicado no Washington Post em menção à desinformação relacionada à pandemia da SARS - voltou a ser referenciado no histórico discurso do diretor-geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, durante a Conferência de Segurança de Munique, em fevereiro de 2020². Essa conjuntura, definida por Zattar (2020) como “desinfodemia”³, trata-se de um conjunto de desinformação propagado em meio à pandemia de modo a expor as pessoas aos riscos das informações falsas baseadas na deslegitimação da produção do conhecimento científico, por exemplo.

No curso de um tempo em que novos marcos socioinformacionais são delineados sob a mediação das plataformas sociodigitais, dos algoritmos e *bots* integrados a uma perspectiva do capital financeiro, das *fake science*⁴ às *fake news*, do negacionismo científico às teorias da conspiração e testemunhais falsos, as práticas de produção informacional na desinfodemia evidenciam uma relação de busca, acesso, uso, compartilhamento e apropriação das informações que transcende os comportamentos individuais espontâneos.

Na medida em que se desenvolvem a partir de uma escolha deliberada pela desinformação, que passa a ser produzida, consumida e compartilhada com objetivo de influenciar pessoas e induzir suas ações no mundo, ou mesmo gerar uma sensação de pertencimento a um grupo, ou, ainda, como uma forma de promover o status social desejado, tais práticas incorporam um elemento intencional e, em alguns casos, inclusive, estratégico. Ao assumirem esse direcionamento, essas práticas poderiam ser categorizadas e, assim, denominadas como práticas desinformacionais. Tal circunscrição evidencia o diferencial

¹ Definida pela Organização Panamericana de Saúde (2020) como o excesso de informações sobre uma pandemia, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa.

² Discurso disponível no portal da OMS:

<https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>

³ Segundo Poseti e Bontcheva (2020) está relacionada à desinformação sobre a pandemia com impacto direto na sociedade com objetivo de minar a validade do conhecimento científico e criar confusão referente à ciência médica.

⁴ Segundo Schulz (2018) a *fake science* seria o que se chama de pseudociência, ou seja, algo que se pretende passar por ciência sem o seu estatuto, com respaldo, algumas vezes, da própria comunidade científica que, ao perder rigor nas suas práticas, acaba promovendo, senão a falsa ciência, pelo menos uma ciência de baixa qualidade.

imposto pela desinformação de modo a descortinar um viés de poder e estratégia que produz tensão entre os significados individuais e coletivos das informações.

Nesse sentido, este estudo objetiva compreender a desinformação propagada pelo então presidente Jair Bolsonaro durante a desinfodemia de COVID-19 no Brasil como práticas desinformativas. Para tanto, baseou-se em uma pesquisa empírica, descritiva e documental, que apresenta parte dos resultados de uma tese de doutorado. Como recorte empírico, utiliza-se das categorias de desinformação verificadas pela agência de fact-checking⁵ Aos Fatos, com selo de falso (atribuído à notícias ou boatos com informações sem amparo factual cujos dados objetivos as contradizem), que integram o especial “Todas as declarações de Bolsonaro checadas”.

Foi considerado o conteúdo filtrado pela categoria “coronavírus”, difundido em entrevistas realizadas durante o período de 28 de janeiro de 2020 a 28 de janeiro de 2022. O conteúdo recuperado foi analisado utilizando o método de análise categorial de Bardin (2011). O período analisado compreende dois anos do período de mandato do Presidente Jair Bolsonaro (aqui tratado como presidente para chamar a atenção para o fato de que os fatos ocorreram em um período histórico em que ainda era o líder do executivo federal).

O artigo encontra-se estruturado em três seções, além desta introdução. Na primeira, são apresentadas as principais categorias analíticas utilizadas, em especial, a de práticas desinformativas; na segunda, a partir destas categorias, são expostos os resultados da análise/interpretação dos dados empíricos e, por fim, na terceira e última, realiza-se uma síntese destes resultados e se indicam as limitações e contribuições do trabalho para a compreensão deste multifacetado e multideterminado fenômeno, que é a desinformação.

Práticas desinformativas: construções sistemáticas para desinformar

Com vistas à compreensão dos processos de produção, compartilhamento, acesso e uso da informação situada sob a perspectiva dos sujeitos que compõem a sociedade, os estudos da informação desenvolveram as suas bases epistemológicas direcionadas à vertente social. Nessa vertente, um estudo relevante foi desenvolvido por Savolainen (1995), que buscou analisar os fenômenos relacionados à busca e ao uso da informação como práticas cotidianas, o que, posteriormente, denominou de práticas informativas.

Práticas informativas é um conceito guarda-chuva considerado por Savolainen (2007) como adequado para investigar e descrever fenômenos relacionados à busca, ao uso e ao compartilhamento da informação. Fatores contextuais e sociais influenciam esses fenômenos e são abordados de forma distinta daquela dos estudos sobre comportamento

⁵ Serviço jornalístico de verificação de declarações e checagem de fatos.

informacional. (Rocha, Duarte e Paula, 2017, p. 4).

Os estudos inseridos nesse campo utilizam dos contributos conceituais das abordagens sobre comportamento e necessidade informacional, associados, predominantemente, ao modelo teórico praxiológico de Pierre Bourdieu. Nesse sentido, buscam conceber uma abordagem que seja capaz de intermediar as diversas relações informacionais no âmbito social. Assim como o proposto por Bourdieu (1996) na Teoria da Prática, o enfoque teórico da abordagem das práticas informacionais consiste em superar a visão dicotômica de oposição entre os pólos objetivos e subjetivos da sociedade.

A abordagem das práticas informacionais requer, em primeiro lugar, uma renúncia às perspectivas metodológicas e teóricas objetivista e subjetivista. O quadro teórico de estudos sob essa perspectiva não deve partir dos modelos de comportamento informacional já conhecidos na literatura da CI. É preciso se atentar para os conceitos de prática e suas diferentes abordagens e implicações teórico-metodológicas. (De Freitas Rocha, Krempser Gandra, Pereira Rocha, 2017, p. 105).

Assim, entender como se dão as relações informacionais de um grupo, ou de sujeitos específicos, a partir da perspectiva das práticas informacionais, requer a análise sistêmica não apenas das motivações internas que provocam um determinado comportamento ou uma necessidade de informação, mas, sobretudo, do contexto social que estabelece as posições dos agentes no campo, de acordo com os capitais distribuídos.

Nesse sentido, conforme esclarece Araújo (2020), os estudos em práticas informacionais não foram pensados em substituição aos modelos teóricos concebidos anteriormente, a exemplo dos estudos de uso e de comportamento informacional, mas, complementarmente, oferecem uma alternativa avançada para analisar outros aspectos fundamentais da realidade social na qual os sujeitos informacionais agem e se relacionam.

Eles surgiram em épocas diferentes, o que pode causar, ocasionalmente, a impressão de ter havido uma evolução ou superação de um modelo por outro. Uma análise mais rigorosa, contudo, mostra que o que existe, na verdade, é uma perspectiva de complementaridade. Os estudos de uso, que surgiram primeiro, se constroem numa perspectiva que permite o estudo e pesquisa de determinados aspectos da realidade. A abordagem de comportamento informacional, que surgiu depois, emergiu exatamente para o estudo de determinadas questões e aspectos que não eram cobertos pela abordagem anterior, sem pretender substituir os estudos de uso. Da mesma forma, alguns anos depois, surgiram os estudos em práticas informacionais, mais uma vez com a perspectiva de estudar determinados aspectos e dimensões da realidade que nenhuma das outras duas abordagens estudavam. (Araújo, 2020, p. 26).

Ao refletir sobre as nuances políticas, sociais, culturais e econômicas que regem a sociedade brasileira - e que são evidenciadas nas práticas informacionais cotidianas - a partir do pressuposto de que “não podemos capturar a lógica mais profunda do mundo social a

não ser submergindo na particularidade de uma realidade empírica historicamente situada e datada” (Bourdieu, 1996, p. 15), compreender a desinformação como prática vinculada a um certo campo é preponderante para a análise de um cenário informacional.

No campo da desinfodemia de COVID-19, algumas práticas organizadas e operadas a partir de elementos objetivos e subjetivos - construções sistemáticas de desinformação e recursos materiais estratégicos, geralmente marcadas por um viés autoritário e obscurantista - que fragmentam a estabilidade das práticas informacionais até então legitimadas pela ciência, poderiam ser definidas como práticas desinformacionais.

Em um campo social no qual a informação disseminada é socialmente construída para servir aos interesses particulares de grupos que rejeitam as questões éticas, a verdade científica e a emancipação dos sujeitos, e que primam sistematicamente pelos capitais de ordem financeira e política sem considerar o prejuízo da propagação do ódio, preconceitos e violências, podemos aferir que estariam sendo desenvolvidas práticas desinformacionais.

A construção social e sistemática dessas práticas pode ser evidenciada a partir de alguns mecanismos de desinformação apresentados por Brisola e Bezerra (2018, p. 3320):

- a) O alinhamento aos interesses do poder econômico e do poder político nos meios de informação e comunicação;
- b) A dificuldade do usuário/leitor de interpretar as origens alinhamento, fundamentos, contextos, funcionamentos e motivações das informações e fatos (...);
- c) O apartamento da ética de maneira geral (...);
- d) A elaboração da maioria das notícias que circulam nos meios de comunicação hegemônicos e nas redes sociais de forma resumida, sem crítica, sem contraste, baseada em uma fonte interessada ou em interesses que não estão claros;
- e) A manipulação do silenciamento, (...);
- f) O excesso de informação e a dificuldade em filtrar e selecionar as informações;
- g) O excesso de comoção e aderência a sentimentos e afetos ao invés da razão;
- h) A adesão ou condução a uma interpretação e visão de mundo que já vêm prontas;
- i) O tratamento desigual das garantias democráticas, dos direitos humanos e silenciamento e apagamento daquilo que não interessa a quem propaga ou produz a notícia;
- j) A produção e disseminação de informações sem contexto nem antecedentes, de forma incompreensível, com pontos de vista e escolhas tendenciosas;
- k) A definição de hierarquias pré-estabelecidas (...)
- l) A fetichização do imagético.

Em conjunto com tais mecanismos, contribuem para a eficácia das práticas: as operações dos sistemas simbólicos estruturais, como a religião; o negacionismo científico; o obscurantismo; e, sobretudo, o entrelaçamento das tecnologias digitais de informação com o poder econômico, que utiliza das práticas desinformacionais como recurso estratégico.

As declarações do presidente Jair Bolsonaro como práticas desinformacionais

Ao todo foram utilizadas para análise neste estudo 119 práticas desinformacionais

propagadas nas plataformas sociodigitais pelo Presidente Jair Bolsonaro. O conteúdo foi categorizado de acordo com a quantidade de registros recuperados sobre a COVID-19, classificados como: pandemia no mundo, características da doença, formas de contágio, letalidade do vírus, críticas às medidas de combate ao vírus, postura do Governo para gerenciar a crise, tratamentos, vacina, politização da pandemia e impactos socioeconômicos. Dentre o conteúdo recuperado, apresentamos alguns exemplos de práticas desinformativas presentes em cada categoria (Quadro 1), que contam com elementos característicos, como nuances estratégicas e intencionais, e as artimanhas de manipulação.

Quadro 1 – Práticas desinformativas propagadas pelo YouTube

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
PANDEMIA NO MUNDO	20/03/2020
“A Itália tá entrando praticamente na descendente.”	https://www.youtube.com/watch?v=xlFTXa6fjxE
CARACTERÍSTICAS DA DOENÇA	29/03/2020
“O país só fica isento dela [COVID-19], imune, depois de 60%, 70% for infectado.”	https://www.youtube.com/watch?v=buvL3uZ9CcM
FORMAS DE CONTÁGIO	17/03/2020
“E lá dentro [de igrejas], com todas as medidas de afastamento, de... etc, não tem a possibilidade, a possibilidade de transmitir o vírus é quase zero.”	https://www.youtube.com/watch?v=aUrNI9hxcY8
LETALIDADE DO VÍRUS	27/03/2020
“Para 90% da população, é uma gripezinha ou nada”.	https://www.youtube.com/watch?v=Q8DaRmkkkq8
CRÍTICAS ÀS MEDIDAS DE COMBATE AO VÍRUS	07/04/2021
“Ficar em casa não é solução para ninguém. Não vai dar certo.”	https://www.youtube.com/watch?v=MemGwoQhIek&t=353s
POSTURA DO GOVERNO PARA GERENCIAR CRISE	15/06/2021
“E nós fomos avisados informalmente [da crise de oxigênio em janeiro deste ano] e tomamos providência rapidamente para colaborar com o estado do Amazonas.”	https://www.youtube.com/watch?v=8Hkmp0nnzc
TRATAMENTO	15/01/2021
“E mesmo sendo excretado muitas vezes, continuo falando na ivermectina, na hidroxicloroquina como um remédio para combater a COVID-19.”	https://www.youtube.com/watch?v=YDkNSIpuKQM
VACINAS	27/09/2021
“Eu perguntaria: a CoronaVac tem comprovação científica? Não tem.”	https://www.youtube.com/watch?v=Vhm9fz8dTil

POLITIZAÇÃO DA PANDEMIA	30/04/2020
“Governadores e prefeitos que tomaram medidas bastante rígidas, não achataram a curva.”	https://www.youtube.com/watch?v=nw31o_MILO8
IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DA PANDEMIA	31/03/2020
“O que ele [o diretor da OMS] disse, praticamente? Em especial, os informais, tem que trabalhar.”	https://www.youtube.com/watch?v=oZoxT0idbd8

Fonte: Marques (2023)

Em março de 2020, início da pandemia, ao declarar que “A Itália tá entrando praticamente na descendente”, o Presidente Jair Bolsonaro ainda buscava aparentar um contexto de normalidade e mascarar a gravidade da situação no Brasil, provavelmente, utilizando ao seu favor o fato de que parte da população brasileira não acompanha os noticiários internacionais e poderia acreditar nas declarações pela confiança na autoridade.

A fala em que declara que “O país só fica isento dela [COVID-19], depois de 60%, 70% for infectado”, por sua vez, omite a letalidade do vírus, provavelmente para evitar os custos com aquisição de vacinas e se afastar dos cientistas. A omissão é um recurso de desinformação para criar o que Wardle e Derakhshan (2017) denominam de falso contexto. É o que ocorre quando, numa prática de politização da Pandemia, o Presidente Jair Bolsonaro informa que “Governadores e prefeitos que tomaram medidas bastante rígidas, não achataram a curva”. Ele não mencionou que a adoção de tais medidas impediu que o número de mortos e contaminações por COVID-19 fosse maior. Da mesma forma, ao declarar que o diretor da OMS havia dito que os trabalhadores informais teriam que trabalhar, omitiu o trecho em que Tedros Adhanom fala sobre a necessidade de os governos garantirem a assistência às pessoas que trabalham informalmente, que ficariam sem renda durante o isolamento recomendado pela própria OMS durante a quarentena⁶.

Em alguns casos, como nas declarações sobre a transmissibilidade do vírus nas igrejas, a respeito da letalidade do vírus, do tratamento precoce ou da suposta ineficácia da Coronavac, trata-se, explicitamente, de conteúdo enganoso (Wardle; Derakhshan, 2017).

Alguns posicionamentos, quando observados fora de contexto, poderiam ser interpretados como opinião: “Ficar em casa não é solução para ninguém. Não vai dar certo”; ou como informação verídica: “E nós fomos avisados informalmente [da crise de oxigênio em janeiro deste ano] e tomamos providência rapidamente para colaborar com o estado do Amazonas”. Contudo, após análise relacional e cruzamento de informações que comprovam

⁶ Mais informações em:

<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/04/01/bolsonaro-distorce-fala-de-diretor-da-oms.htm>. Acesso em 3 ago. 2022.

a negligência do Governo Federal⁷, é possível dizer que se tratam de práticas de desinformação, e que tais práticas se organizam em torno de entendimentos, regras e afetividades (Schatzki, 2002) contrárias aos direcionamentos da OMS, conforme constatado por Pinto et al. (2020) e Pinto et al. (2022) ao analisarem as práticas comunicativas das autoridades de saúde brasileiras no Instagram durante os primeiros meses da pandemia.

A partir dessas práticas desinformativas propagadas no âmbito da desinfodemia de COVID-19 no Brasil é possível argumentar que há um fluxo conceitual padrão (Figura 1), uma vez que tais conteúdos são orientados por estratégias que favorecem a construção social do obscurantismo⁸, da negação do conhecimento e da valorização da ignorância. Essa construção promove a consolidação da desinformação implementada, inclusive por agentes estatais (Pinto et al., 2020), de modo a compor a realidade de infodemia, desinfodemia e negacionismo científico, atravessada, preponderantemente, pelas plataformas sociodigitais, as quais alimentam todo um sistema de poder e de dominação.

Figura 1 - Fluxo conceitual das práticas desinformativas



Fonte: Marques (2023)

Tais práticas desinformativas contribuem com o cenário de obscurantismo, que foi a base da desinfodemia no Brasil, propagando o negacionismo científico com larga contribuição das plataformas sociodigitais, a exemplo do YouTube, no qual ainda são disponibilizados vídeos com teor desinformativo. Ao considerar o conteúdo utilizado nesta

⁷ Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/f6622c79-4e71-41bc-aa72-4789bd97bb3c>. Acesso em: 25 jan. 2022.

⁸ Retrocesso civilizatório de rejeição aos princípios políticos democráticos definido por Duarte (2018) pela negação entre a dialética entre ignorância e conhecimento. Na atualidade se apresenta com algumas peculiaridades como o emprego da Internet para a difusão de fake news.

análise, de um total de 119 práticas desinformativas propagadas nas plataformas sociodigitais pelo Presidente Jair Bolsonaro, a grande maioria (99 registros) foi publicizada pelo YouTube, seguido de CNN Brasil⁹, com 10 postagens; Facebook, com duas entrevistas; e Twitter, com dois registros. Acredita-se que o desenho dessa conjuntura reforça um sistema de poder e dominação que, recursivamente, alimenta essas estratégias para se reafirmar. Por isso as práticas desinformativas constituem-se de forma cíclica.

O mesmo ocorre com as práticas desinformativas relacionadas à situação econômica do país. Ao disseminar a desinformação de que o Brasil teria muitas despesas decorrentes das medidas tomadas para conter a propagação do vírus (Quadro 2), o Presidente Jair Bolsonaro adotou um direcionamento estratégico para tentar justificar a falta de ações relacionadas à gestão da pandemia ao mesmo tempo em que tentou blindar-se contra futuras críticas ao desenvolvimento de sua política econômica.

Quadro 2– Fake news sobre a situação econômica do país durante a pandemia

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
“Desde o começo eu falava: vamos nos preocupar com o vírus sim, mas não podemos deixar de lado a economia.”	11/10/2020 https://www.youtube.com/watch?v=GFGRwfG67a4
“O total de despesas foi mais R\$ 700 bilhões de endividamento.”	29/11/2020 https://www.youtube.com/watch?v=bemYbQ5HzR0

Fonte: Marques (2023)

Para tanto, utilizou-se de desinformação ao relatar que era possível combater o vírus mantendo a economia em pleno funcionamento. Essa falsa dicotomia, na verdade, reforça uma perspectiva obscurantista pois, naquela ocasião, outubro de 2020, não existia a possibilidade de vacinação e a única medida que poderia evitar a contaminação, de acordo com as orientações da OMS, era a restrição do contato com o vírus por meio do uso de máscaras ou, principalmente, por meio das medidas de restrição de circulação.

Além desses recursos exemplificados, as práticas desinformativas contam com a contribuição de outros fatores, como construção religiosa dos sujeitos informativos. Assim, o desenvolvimento das práticas desinformativas pode ser percebido no cenário da desinfodemia de COVID-19 no Brasil quando o Presidente Jair Bolsonaro difunde um conteúdo relacionado ao entendimento de que dentro de igrejas não haveria chance de transmissão do vírus (Quadro 3). Trata-se de uma estratégia para agradar uma parcela da sociedade que é uma das principais bases do seu eleitorado, eminentemente formado por

⁹ Canal de TV por assinatura com programação jornalística.

religiosos conservadores da igreja católica e evangélica. Nesta ocasião, estados e municípios tinham proibido a realização de aglomerações, incluindo os cultos e eventos religiosos.

Quadro 3 – Fake science sobre a transmissibilidade da COVID-19

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
“E lá dentro [de igrejas], com todas as medidas de afastamento,de... etc, não tem a possibilidade, a possibilidade de transmitir o vírus é quase zero.”	17/03/2020 https://www.youtube.com/watch?v=aUrNl9hxcY8

Fonte: Marques (2023)

Na conjuntura brasileira, considerando que grande parte da população segue algum tipo de religião, com evidência para as doutrinas de identificação cristã (católicos e evangélicos), e diante do entendimento de que essas estruturas simbólicas são regidas pela crença como principal elemento gerador de práticas, o desenvolvimento de narrativas de agentes que poderiam apresentar soluções milagrosas para problemas econômicos e sociais surge como mecanismo de poder e dominação eficaz. E mesmo diante de fatos moralmente questionáveis e de veracidade duvidosa, tais agentes em posição de poder conseguem justificar possíveis erros, lançando mão, para isso, da crença das pessoas.

Citam testemunhos das Escrituras, incitando seus homens a que mintam segundo o exemplo dos patriarcas, profetas, apóstolos e anjos. E ainda acrescentam que mesmo nosso Senhor Jesus Cristo também agiu dessa forma! E não encontrando outra maneira de demonstrar a veracidade de suas mentiras alegam que a verdade foi mentirosa (Agostinho, 2019, p. 58)¹⁰.

Nesse caso, o negacionismo científico não está relacionado tão somente ao desconhecimento das narrativas factuais e com amparo científico ou à crença dos sujeitos, mas pode estar balizado na necessidade de pertencimento a um determinado grupo que se identifica com essas narrativas, uma reação ao medo do que se apresenta como verdadeiro ou interesse em reprodução de um sistema que sustente suas regalias e seu modo de vida.

Além disso, há o que Proctor (2008) denomina de agnotologia, isto é, o processo de construção social da ignorância, que poderia ser compreendido como “um estado primitivo

¹⁰ Passagem de Agostinho (2019) direcionada aos cristãos denominados como Priscilianistas, que buscavam encontrar exemplos de mentiras nas sagradas escrituras para justificar como lícitas suas mentiras, alegando que as mesmas levariam os homens à salvação.

a ser preenchido por conhecimento, como construção passiva e como construção ativa” (Proctor 2008, p. 3). Neste último caso, enquanto uma iniciativa intencionalmente constituída, de acordo com Magnus (2008, p. 252), a ignorância está focada “na incerteza para evitar algo considerado indesejado”, é o que ocorre com relação às práticas desinformacionais relacionadas à negação da gravidade da pandemia, que, segundo Brasileiro (2020), são ajustadas para a manipulação do estado de incerteza informacional.

Perceberemos que o negacionismo e a condição da pós-verdade podem ser compreendidos como a produção planejada da ignorância em processos tecnopolíticos, cujo objetivo é negligenciar, produzir esquecimento, miopia, extinção, sigilo ou supressão do conhecimento histórico e científico, em nome de sectarismos e interesses particulares. (Miguel, 2021, p. 58)

Ou seja, a ignorância, conforme atesta Proctor (2008), nem sempre é uma omissão ou lacuna, mas uma produção ativa, parte de um plano deliberadamente projetado com finalidades específicas. No caso da desinfodemia de COVID-19 no Brasil, as práticas desinformacionais podem ser consideradas do ponto de vista material como componentes tangíveis e concretos, peças de um quadro político informacional no qual a ignorância associa-se à conjuntura social que reúne elementos atuais, como os filtros de bolha, a mediação algorítmica e a perda de credibilidade de autoridades, como a imprensa e a ciência, para constituir uma política informacional cuja metodologia é a desinformação.

Nesse sentido, algumas estratégias são evidentes: o ataque como tentativa de defesa; o fortalecimento da imagem associando-se a possíveis decisões de “parceiros” internacionais; e a utilização de *fake news*, teorias da conspiração, *bots* e testemunhais falsos, que já eram recursos utilizados pelo Presidente Jair Bolsonaro antes da Pandemia. Outro recurso utilizado foi a comunicação via plataformas sociodigitais ou veículos de comunicação alinhados ao Governo e ao movimento político de extrema-direita. Porém, a desinfodemia potencializou a utilização de tais recursos pelo Presidente Jair Bolsonaro.

Em complemento a essa reflexão, ressalta-se que, no Brasil, foram mais de 630 mil vidas perdidas para COVID-19; denúncias de corrupção e negligência contra o Governo Bolsonaro foram publicadas; instalou-se uma CPI da COVID-19 que, ao investigar os diversos atores indiciados, culpabilizou o Presidente Jair Bolsonaro pela crise instalada.

Após o período contemplado na investigação empírica realizada, em 2022, o Brasil vivenciou as eleições presidenciais e o candidato Jair Bolsonaro foi derrotado por Luiz Inácio Lula da Silva com uma diferença de 2 milhões de votos. O relatório da equipe de transição do novo Governo apresentou a informação de que a Emenda Constitucional 95/2016 (Governo Michel Temer) provocou perdas no SUS em torno de 60 milhões de reais. Além disso, o documento evidencia que o Governo Bolsonaro teria deixado os serviços de saúde

pública que dependem do Governo Federal em risco de colapso, o que comprometeu a compra de insumos, incluindo vacinas e medicamentos em geral.

Apenas em junho de 2023, às vésperas do julgamento junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) que avaliava a possibilidade de inelegibilidade, Jair Bolsonaro reconheceu que propagou *fake news* sobre a vacina de COVID-19 e pediu desculpas publicamente¹¹. Considerando o exposto até aqui, pode-se observar que as práticas desinformacionais foram construídas, de fato, intencionalmente para atender objetivos sistemáticos, e quem as propagou estava consciente de todo o processo. Percebe-se, ainda, que há uma clara identificação com interesses particulares e políticos em detrimento dos interesses coletivos, o que em um cenário pandêmico torna-se particularmente danoso.

Considerações finais

Durante a propagação do SARS-CoV-2, diferente do movimento político bolsonarista difundido e consolidado antes da pandemia, o Presidente Jair Bolsonaro desconsiderou o risco de aumento das mortes, potencializado pelos efeitos das práticas desinformacionais adotadas como contributos do movimento obscurantista que sustentou um sistema de poder e dominação ora beneficiados pela negação da preservação da vida e da manutenção de práticas informacionais amparadas pela égide da ética e da cidadania.

Nesse sentido, embora esta pesquisa contenha limitações, em parte pela necessidade de apresentar de forma resumida alguns dados que compõem uma tese de doutorado, buscamos oferecer uma contribuição relevante para os estudos da desinformação capaz de articular alguns conceitos que se entrecruzam no tecido social contemporâneo: desinformação e práticas informacionais. Acrescenta-se a isso o intuito de desenvolver um conhecimento acessível e comprometido com valores importantes para a sociedade brasileira. Acreditamos que isso se faz necessário para o encaminhamento de estratégias de enfrentamento, como o letramento midiático e informacional, associadas às políticas regulatórias do funcionamento das plataformas sociodigitais e gestão dos dados utilizados como parte de um sistema econômico do qual a desinformação se configura como parte. Toda essa lógica deve estar submissa às regras do bem viver e da cidadania.

REFERÊNCIAS

AGOSTINHO, Santo. **A mentira**: contra a mentira. São Paulo: Paulus, 2019.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O Fenômeno da pós-verdade e suas implicações

¹¹ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/06/18/jair-bolsonaro-desculpas-fakenews-vacina-grafeno.htm>. Acesso em 22 jun. 2023.

para a agenda de pesquisa na ciência da informação. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 25, p. 01-17, 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BRASILEIRO, Fellipe Sá. Emoções e redes colaborativas na resiliência informacional. **Liinc em Revista**, Brasília, v. 16, n. 2, p. 1-16, 2020.

BRISOLA, Ana; BEZERRA, Arthur Coelho. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018. Londrina. **Anais** [...]. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018, p. 3316-3330. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>. Acesso em: 19 mai. 2021.

DE FREITAS ROCHA, Eliane Cristina; KREMPSEK GANDRA, Tatiane; PEREIRA ROCHA, Janicy Aparecida. Práticas informacionais: nova abordagem para os estudos de usuários da informação. **Biblios**, Pittsburgh, n. 68, p. 96-109, jul. 2017. Disponível em: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1562-47302017000300007&lng=es&nrm=iso. Acesso em 15 mai. 2021.

DUARTE, Newton. O currículo em tempos de obscurantismo beligerante. **Revista Espaço do Currículo**, João Pessoa, v. 11, n. 2, p. 139-145, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/rec/article/view/ufpb.1983-1579.2018v2n11.39568>. Acesso em: 16 mai. 2021.

ENTENDA a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19: kit de ferramentas de transformação digital (Documento oficial: nº 9). Washington, D.C.: Organização Panamericana da Saúde, 2020. Licença: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em: 12 jan 2021.

MAGNUS, David. Risk Management versus the Precautionary Principle: Agnotology as a Strategy in the Debate over Genetically Engineered Organisms. In: PROCTOR, Robert N; SCHIEBINGER, Londa (ed.). **Agnotology**: the making and unmaking of ignorance. Stanford: Stanford University Press, 2008.

MARQUES, Juliana Ferreira. **Das práticas desinformacionais ao regime de desinformação: as narrativas do Governo Bolsonaro na pandemia de COVID-19**. 2023. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Ciência da Informação, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. João Pessoa, 2023.

MIGUEL, Jean Carlos H. Pós-verdade ou produção da ignorância? In: Ciência, negacionismo e desinformação. **CTS em foco**. n. 05, out./dez. 2021. Disponível

em: https://www.researchgate.net/profile/Mariana-Lima-29/publication/355436224_Ignorar_os_saberes_do_campo_da_Saude_Coletiva_negacionismo_e_epistemologias_da_ignorancia/links/6170160e766c4a211cfc554e/Ignorar-os-saberes-do-campo-da-Saude-Coletiva-negacionismo-e-epistemologias-da-ignorancia.pdf#page=55. Acesso em: 10 fev. 2023.

PINTO, Pâmela Araújo; BRASILEIRO, Fellipe Sá; ANTUNES, Maria João Lopes; ALMEIDA, Ana Margarida Pisco. COVID-19 no Instagram: práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. **Comunicação Pública**, v. 15, n. 29, 2020.

PINTO, Pâmela Araújo; BRASILEIRO, Fellipe Sá; ANTUNES, Maria João Lopes; ALMEIDA, Ana Margarida Pisco. Face masks on Instagram: an analysis of public health authorities guidance toward prevention. **PROCEDIA COMPUTER SCIENCE**, v. 196, p. 409-417, 2022.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. **Desinfodemia: decifrar a informação sobre a COVID-19**. Paris, França: UNESCO, 2020. Disponível em: <https://gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/210118por.pdf>. Acesso em 2 ago 2021.

PROCTOR, Robert N. Agnotology: A Missing Term to Describe the Cultural Production of Ignorance (and Its Study). *In*: PROCTOR, Robert N.; SCHIEBINGER Londa. (eds.). **Agnotology: the making and unmaking of ignorance**. Stanford: Stanford University Press, 2008.

ROCHA, Janicy Aparecida Pereira.; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal.; PAULA, Cláudio Paixão Anastácio. Modelos de práticas informacionais. **Em Questão**, v. 23, n. 1, p. 36-61, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245231.36-61>. Acesso em: 21 jan. 2021.

SAVOLAINEN, Reijo. Everyday life information seeking: approaching information seeing in the context of way of life. **Library and Information Science Research**, n. 17, p. 259-294, 1995.

SCHATZKI, Theodore. R. **The site of the social: a philosophical account of the constitution of social life and change**. Pennsylvania: Pennsylvania State University, 2002.

SCHULZ, P. Falsa Ciência e Pós-Ciência? **Revista Com Ciência**. Labjor. 2018. Disponível em: <http://www.comciencia.br/falsa-ciencia-e-pos-ciencia>. Acesso em: 08 set. 2022.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinaryframework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 03 maio 2021.

ZATTAR, Marianna. Competência em informação e desinfodemia no contexto da pandemia de COVID-19. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v. 16, 2020. Disponível em: [10.18617/liinc.v16i2.5391](https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5391) Acesso em: 22 dez. 2022

BIOGRAFIA DOS AUTORES

JULIANA FERREIRA MARQUES

Doutora em Ciência da Informação (PPGCI/UFPB - 2023). Mestre em Gestão de Organizações Aprendentes (MPGOA/UFPB - 2014). Especialista em Assessoria de Comunicação pela Universidade Potiguar - UNP (2013). Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba (2007). Assessora de comunicação da Universidade Estadual da Paraíba desde 2008. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisa em Sociologia, Comunicação e Informação (GEPSCI-UFPB). Representante da UEPB no Programa de Combate à Desinformação do Supremo Tribunal Federal (STF). Coordenadora do polo de João Pessoa do curso de Docência em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal do Espírito Santo (2021 até fevereiro de 2023). Representante dos técnicos-administrativos da UEPB no Conselho Superior Universitário, Consuni-UEPB (Biênio 2019/2021). Áreas de interesse: Desinformação, Práticas Informacionais, Regime de desinformação, Comunicação Pública, Educomunicação, Educação, Gestão Pública. Gestão de Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação.

E-mail de contato: julifmarques@servidor.uepb.edu.br

EDVALDO CARVALHO ALVES

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (2007). Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação (DCI) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

E-mail de contato: edvaldocalves@gmail.com

FELLIPE SÁ BRASILEIRO

Pós-Doutorado em Ciências e Tecnologias da Comunicação pela Universidade de Aveiro (UA). Doutor e Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da UFPB. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

E-mail de contato: fellipesa@hotmail.com



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 102-121, jan-jun, 2024

Negacionismo à brasileira: os impactos da desordem informacional para o fenômeno da (des)infodemia no Brasil durante a pandemia da Covid-19

Negacionismo brasileiro: los impactos del desorden informativo em el fenómeno de la Infodemia em Brasil durante la pandemia de Covid-19

Brazilian denialism: the impacts of information disorder on the Infodemic phenomenon in Brazil during the Covid-19 pandemic

Olga Myllena Diniz Botelho SANTANA

Doutoranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia em cooperação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGI IBICT/UFRJ).

E-mail: myllena.diniz@gmail.com

Marcos Aparecido Rodrigues do PRADO

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGI/UFAL).

E-mail: marcos.prado@ichca.ufal.br

Enviado em: 09.07.2024

Aceito em: 14.08.2024

RESUMO

A pandemia da Covid-19 jogou luz sobre uma série de problemáticas de ordem social. Entre elas, a sensação iminente de medo na população mundial, pelo ineditismo da crise sanitária; o avanço exponencial da doença em meio às desigualdades impostas pela economia neoliberal; e o objeto central deste estudo: a ascensão do fenômeno da infodemia, caracterizada pelo fluxo exacerbado de informações (verdadeiras, falsas, incompletas ou retiradas de contexto). Diante disso, este artigo trata-se de uma reflexão teórica de natureza básica e do tipo exploratório, com delineamento bibliográfico e abordagem qualitativa acerca da disseminação da desinformação, como elemento da *desinfodemia*, produzida pela gestão de Jair Bolsonaro, durante a pandemia no Brasil. Com isso, possibilita a identificação de estratégias de desordem informacional a serviço de projetos políticos antidemocráticos, o que também possibilita um alerta para a informação e a ideologia como possíveis Determinantes Sociais de Saúde.

Palavras-chave: *Infodemia, Desinformação, Desordem Informacional, Desinfodemia, Covid-19.*

RESUMEN

La pandemia de Covid-19 ha arrojado luz sobre una serie de cuestiones sociales. Entre ellos, el inminente sentimiento de miedo en la población mundial, por lo inédito de la crisis sanitaria; el avance exponencial de la enfermedad en medio de las desigualdades impuestas por la economía neoliberal; y el objeto central de este estudio: el auge del fenómeno infodémico, caracterizado por el flujo exacerbado de información (verdadera, falsa, incompleta o sacada de contexto). Ante esto, este artículo es una reflexión teórica de carácter básico y exploratorio, con un bosquejo bibliográfico y un enfoque cualitativo en torno a la difusión de información errónea, como elemento de la *desinfodemia*, producida por la administración de Jair Bolsonaro, durante la pandemia en Brasil. Esto permite identificar estrategias de desorden informacional al servicio de proyectos políticos antidemocráticos, lo que también permite alertar sobre la información y la ideología como posibles Determinantes Sociales de la Salud.

Palabras-clave: *Infodemia, Desinformación, Desorden Informacional, Desinfodemia, Covid-19.*

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has shed light on a series of social issues. Among them, the imminent feeling of fear in the world population, due to the unprecedented nature of the health crisis; the exponential advance of the disease amid the inequalities imposed by the neoliberal economy; and the central object of this study: the rise of the infodemic phenomenon, characterized by the exacerbated flow of information (true, false, incomplete or taken out of context). In view of this, this article is a theoretical reflection of a basic and exploratory nature, with a bibliographical outline and a qualitative approach regarding the dissemination of misinformation, as an element of the *disinfodemic*, produced by Jair Bolsonaro's administration, during the pandemic in Brazil. This makes it possible to identify strategies of informational disorder in the service of anti-democratic political projects, which also enables an alert to information and ideology as possible Social Determinants of Health.

Keywords: *Infodemic, Disinformation, Information Disorder, Disinfodemic, Covid-19.*

Introdução

Na obra *O Novo Iluminismo*, Pinker (2018) detalha como os ganhos da longevidade, na história da Humanidade, foram possíveis por meio da superação de forças da “morte”: doença, fome, guerra, homicídio e acidentes. Sobre elas, ele destaca a mais impactante de todas:

Durante a maior parte da história humana, a mais devastadora causa de morte foram as doenças infecciosas – a perversa característica da evolução na qual organismos minúsculos que se reproduzem rapidamente, sustentam-se às nossas custas e pegam carona de corpo em corpo em insetos, vermes e eflúvios corporais. Epidemias matavam milhões, dizimavam civilizações inteiras e traziam sofrimentos súbitos a populações de toda uma região (Pinker, 2018, p. 87).

Um ano após a publicação do livro, em dezembro de 2019, a cidade de Wuhan, capital de Hubei, na China, virou palco da proliferação de uma aparente pneumonia misteriosa. Em poucos dias, o volume de casos já era notificado à Organização Mundial de Saúde (OMS), fruto de uma nova cepa do coronavírus, sem incidências anteriores em seres humanos. Tratava-se da infecção pelo Sars-CoV-2, cuja doença seria denominada Covid-19. Neste momento, teve início um importante marco temporal do século XXI, sem precedentes, que cindiu as interações socioeconômicas, culturais, pessoais e institucionais em *pré* e *pós-pandemia*. Não à toa, haja vista que esta pandemia, considerada a maior crise sanitária da História, resultou em mais de 765 milhões de casos confirmados e 7 milhões de óbitos (OMS, 2023).

A rápida proliferação da doença por todos os continentes e os altos índices de letalidade, vistos em raros momentos da Humanidade – como no caso da Peste Negra, no Século XIV, e da Gripe Espanhola, nas primeiras décadas do Século XX –, exigiram ações drásticas e efetivas para o controle da contaminação pelo vírus, até então desconhecido.

O mundo já havia sido apresentado a outras categorias de coronavírus – HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63, HCoV-HKU1, Sars-CoV e Mers-CoV (Opas, 2023) – mas nenhuma com potencial de contaminação tão veloz quanto o Sars-CoV-2, diante da ausência de vacinas e de condutas clínicas específicas.

Neste emaranhado, a contaminação pela Covid-19 diferiu das demais, sobretudo, pela “capacidade de afetar e vulnerabilizar todas as pessoas, em todos os lugares e ao mesmo tempo, exatamente como a globalização neoliberal” (Romano *et al.*, 2020). Diferente das

outras, essa pandemia afetou o centro do mercado. Além disso, também foi encarada a partir da dimensão ideológica do discurso, que vincula o poder ao controle da crise – diferentes instituições, principalmente os Estados, se colocaram em uma batalha epidemiológica e política contra o vírus.

Somado a esses dois aspectos, outro acontecimento ganhou evidência: a *infodemia*, “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (Opas, 2020), sobretudo diante da Era das Redes Sociais, na qual as informações circulam de modo exponencial, sem filtros de confiabilidade.

Notadamente, a vigilância epidemiológica exigiu políticas de contingenciamento em todo o mundo, com a adoção de medidas de distanciamento social, prevenção de contágio e deflagração de estado de calamidade pública, em meio às inseguranças e aos questionamentos sobre o grau de periculosidade do vírus. E, como agravante, esse panorama se desenrolou em meio ao cenário inédito de fluxo exacerbado de informações, em escalas exponenciais – reforçado por ideologias políticas, em meio a um contexto de polarização, típico das situações de anormalidade e marcado pela ascensão da desordem informacional, com suas distorções, omissões de contexto e enviesamento das notícias (Heller; Jacobi; Borges, 2020).

Com base nesse panorama, este artigo se caracteriza como uma reflexão teórica de natureza básica e do tipo exploratório, com delineamento bibliográfico e abordagem qualitativa. Assim, a análise repercute sobre os possíveis impactos decorrentes da desordem informacional para a propagação da infodemia, a partir da gestão de Jair Bolsonaro, durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. O intuito é apresentar reflexões sobre a infodemia no contexto da Covid-19 e identificar as implicações da desinformação para o agravamento da crise sanitária.

Para isso, o estudo leva em consideração não os aspectos biológicos do contexto pandêmico, mas questões de ordem social, derivadas da dinâmica informacional vigente, por meio do qual o excesso de conteúdo contribui para que as pessoas se sintam “[...] ansiosas, deprimidas, sobrecarregadas, emocionalmente exaustas e incapazes de atender a demandas importantes” (Opas, 2020).

Então, compreender essa dinâmica e pensar soluções que possam gerenciar crises desse tipo são elementos de interesse da Comunicação, da Ciência da Informação e das diferentes especialidades da Saúde, principalmente quando o foco está na mediação, produção e gestão informacional como mecanismos de fortalecimento e disseminação de projetos políticos – que podem, inclusive, ameaçar as democracias.

A questão da (des)informação

No Brasil, o direito à informação é garantido pela Constituição de 1988, como disposto no artigo 14, no qual é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional (Brasil, 1988). No artigo 196, a Carta Magna também é clara em relação à outra garantia fundamental a todo e qualquer cidadão brasileiro: “A saúde é direito de todos e dever do Estado” (Brasil, 1988). Juntas, informação e saúde estabelecem uma relação intrínseca, de modo que são retroalimentadas, uma pela outra, na própria dinâmica social. Os diferentes eventos registrados ao longo da História revelam como o acesso à informação plena é fundamental para uma promoção, efetiva, da saúde pública.

Aqui, cabe considerar a informação como fenômeno social coletivo, por meio do qual o conhecimento resulta da interação do indivíduo com o meio. Portanto, o fenômeno informacional é pensado a partir de uma perspectiva social, pautada na lógica do regime de informação. Ou seja, trata-se de um olhar para a informação construída (Ramalho *et al.*, 2007), fruto de regimes que estabelecem um modo de produção informacional dominante, a partir dos quais são definidos sujeitos, instituições, normas e padrões de seletividade (González de Gómez, 2002). O conteúdo informacional, portanto, não é um recurso neutro ou objetivo, mas moldado e influenciado por uma série de elementos contextuais. Então, não cabe pensar apenas a respeito do conteúdo informacional disseminado, mas em quem o produziu e a serviço de quais interesses.

Dotada de politicidade e interesses, essa estrutura também é responsável pela produção desordem informacional – ou desinformação –, como é compreendida a “informação falsa, enganosa e/ou imprecisa, que pode ser criada propositalmente com prejuízo a alguém ou erroneamente” (Moura; Furtado; Belluzzo, 2019, p. 38). Mas seriam informação e desinformação fenômenos propriamente distintos?

Heller, Jacobi e Lima (2022) consideram a desinformação um elemento da própria informação, mas com tendência que agrega a deturpação (consciente ou não) de sentido na transmissão de enunciados discursivos como fator comunicacional. Eles consideram que informação carrega desinformação. Para isso, tomam como parâmetro três questões: i) o excesso de dados, que pode gerar sensação de ansiedade informacional paralisante; ii) a incapacidade biológica de reter e analisar todos os vieses de uma informação; e iii) toda informação contém a carga ideológica de quem a produz e dissemina. Ideia que também já era defendida por Moura, Furtado e Belluzzo (2019), que apontam a desinformação como a informação que desinforma, que aliena.

Mas a conjuntura atual coloca o fenômeno como algo ainda maior e mais complexo, com possibilidades diversas no papel de impossibilitar o acesso à verdade e à construção de conhecimento bem fundamentado, seja por meio da intencionalidade ou não. Isso porque a desordem informacional, conforme conceituação estabelecida por Wardle e Derakhshan (2017), apresenta-se em três categorias – *mis-information*, *mal-information* e *dis-information*:

Mis-information é quando informações falsas são compartilhadas, sem intenção de causar danos; *dis-information* é quando informações falsas são conscientemente compartilhadas para causar danos; e *mal-information* ocorre quando informações genuínas são compartilhadas para causar danos, muitas vezes movendo informações projetadas para permanecer privadas na esfera pública (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 5, tradução nossa).

Como se observa pela citação apresentada acima, há nuances específicas para se compreender os aspectos funcionais de deturpação do conteúdo informacional. Com isso, Wardle e Derakhshan (2017) buscam ampliar categorias sistemáticas de tratamentos à desordem da informação. Assim, verifica-se que há características para distinguir informações falsas daquelas prejudiciais. E é nesse sentido que Wardle e Derakhshan (2017) defendem três modalidades estruturantes a respeito da desordem persistente na atualidade sobre o conteúdo informativo.

Fig 1. Desordem da informação.



Fonte: Wardle e Derakhshan (2017, tradução nossa).

Nota-se que o modelo acima considera a intenção para o engano, como determinante para cada uma das categorias. Contudo, evidencia-se não só o desafio de mensurar a intencionalidade do interlocutor e/ou do produtor da informação, mas como essa intencionalidade pode se manifestar, explícita e implicitamente, uma vez que “[...] apesar da intencionalidade ser uma ação consciente e dirigida a um propósito, ela pode ser gerada e formar necessidades, interesses e desejos oriundos de imposições externas camufladas” (Sanchez *et al.*, 2022, p. 7). Por isso, *disinformation* e *misinformation* fundem-se entre si, já que o dano sempre existirá, independente da existência ou não de intencionalidade.

Na contemporaneidade, o problema torna-se ainda mais grave, já que as Tecnologias de Informação e Comunicação acionaram novos atores: qualquer indivíduo pode criar e disseminar conteúdos, a qualquer hora, de qualquer lugar, com amplo alcance e livremente. Trata-se de milhares de produtores e reprodutores de desinformação.

A problemática atingiu escalas tão grandes que culminou na elaboração de relatório da Comissão da União Europeia, em abril de 2018. O documento destaca como o fenômeno abala a confiança nas instituições e nos meios de comunicação, enfraquece a liberdade de expressão, causa oscilações na opinião pública, bem como prejudica as democracias — seja por comprometer a capacidade de tomar decisões bem-informadas, seja por, na maioria das vezes, corroborar com pensamentos extremistas.

Não obstante, a Comissão Europeia (2018) ainda apontou as três possíveis causas para a propagação da desinformação: i) um conjunto de fenômenos que afetam sociedades

que passam por rápidas mudanças, sejam culturais ou econômicas, propiciando a desinformação e, assim, um cenário de tensão social, polarização e desconfiança; ii) se manifesta no contexto de uma comunicação social em transformação; e iii) as tecnologias adotadas pelas redes sociais são manipuladas para a propagação da desinformação, passando pelas etapas de criação, ampliação e divulgação pelos utilizadores.

Essa manipulação se agrava porque perpassa, cada vez mais, a mimetização da verdade, visto que “a desinformação se configura hoje como dinâmica de produção, circulação e validação de pseudocertezas, isto é, de informações que tendem a se aproximar de uma suposta verdade (correspondência com o fato, o acontecido), quando, com efeito, são mensagens distorcidas” (Salgado; Mattos, 2021, p. 46).

Tal conjuntura demonstra um prejuízo à razão em detrimento de discursos e comportamentos fundamentados em crenças, corroborados por preconceitos e ideias preestabelecidas, típicos da pós-verdade. Como alerta Araújo (2020), esse cenário traz desdobramentos e implicações com impactos na democracia e na tolerância, repercutindo em diversas questões de ordem social, como populismo, autoritarismo e discurso de ódio.

A problemática da (des)infodemia

A pandemia da Covid-19 jogou luz sobre uma problemática com raízes anteriores à própria crise sanitária acarretada pelo vírus Sars-CoV-2: *a epidemia da informação*, que já crescia exponencialmente, no século XXI, mas ganhou seu verdadeiro protagonismo, durante a maior emergência de saúde pública da história da Humanidade.

A epidemia da informação ganhou contornos tão relevantes no contexto social que tem sido objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento. O fenômeno tem sido abordado a partir do conceito de infodemia, para designar o “grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo, devido a um evento específico” (Opas, 2020, p. 2), como no caso da pandemia da Covid-19.

A infodemia, apesar de ser um fenômeno antecedente ao surgimento do Sars-CoV-2, “[...] cunhado primeiramente em 2003, no *The Washington Post*, que reúne morfemas provenientes dos vocábulos informação e epidemia” (Santos *et al.*, 2020), apresenta-se como

um desdobramento pandêmico e torna urgente a análise da cadeia informativa, que, mesmo antes, já passava por diversas transformações.

Vale frisar que o fenômeno se caracteriza, fundamentalmente, pelo excesso de informações. Portanto, “não está relacionada à qualidade ou ao tipo de informação e sim à quantidade de modo primário, ou seja, o excesso de informação atrapalha na verificação da confiabilidade e/ ou da veracidade” (Zattar, 2020, p. 3).

De tal modo, a infodemia evidencia, sobremaneira, a problemática da rápida e exponencial propagação da desinformação, que “[...] se expande no mesmo ritmo que a produção de conteúdo, e as vias de distribuição se multiplicam” (Opas, 2020). Sobre isso, destaca-se:

Esse fenômeno tem tomado maiores proporções em uma sociedade imersa no ciberespaço, devido à extensão e variedade de conteúdos em redes sociais que podem ser criados e agregados pelo usuário. Nessa direção, a infodemia é um problema social que pode ter consequências drásticas: o compartilhamento contínuo de desinformação em meio a uma doença pandêmica pode gerar caos, surtos, pânico, desabastecimento, superlotação e a própria aceleração do processo epidêmico, que impactam diretamente em diversos setores, como na política, na economia e na saúde das pessoas (Santos *et al.*, 2020, p. 4).

Não à toa, em cartilha própria, a Organização Pan-Americana da Saúde (Opas, 2020) pontuou cinco dos principais riscos da infodemia para o agravamento da pandemia da Covid-19: dificultar que fontes idôneas e confiáveis sejam encontradas; as pessoas podem se sentir ansiosas, deprimidas e sobrecarregadas; pode afetar processos de tomada de decisões; não há controle da qualidade do material publicado; qualquer pessoa pode escrever e publicar qualquer conteúdo na rede.

Do mesmo modo, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) desenvolveu cartilha dedicada, especialmente, ao alerta sobre a *desinfodemia* – o contraponto intrínseco da infodemia, a *epidemia da desinformação*, desencadeada, segundo Zattar (2020), por cinco fatores: a pós-verdade, que também atua como um reforço às crenças e às opiniões dos indivíduos; a polarização, demarcada por ódio e intencionalidade; a relação produção \times consumo informacional; as tecnologias da informação e da comunicação; e a disseminação e o compartilhamento de informação na velocidade das mídias digitais.

Na cartilha da Unesco, Posetti e Bontcheva (2020) destacam como a desinfodemia fez uso de diferentes ferramentas, no âmbito digital, para proliferar campanhas antivacinas e desinformações políticas, a partir de textos, imagens, vídeos e demais recursos multimídia. O documento elenca quatro principais formatos de desinformação no contexto da Covid-19: a) narrações e memes emocionais; b) *sites* e identidades inventadas; c) imagens e vídeos fraudulentamente adulterados, inventados ou retirados de contexto; e d) infiltração e campanhas de desinformação planejadas. Portanto, nota-se que:

A desinfodemia surge como uma desinformação em meio à pandemia ao expor as pessoas aos riscos das informações falsas, a partir da deslegitimação da produção do conhecimento científico e exposição pública, com (*disinformation*) ou sem intencionalidade (*misinformation*), mas que o objetivo pode ser desde uma “brincadeira” até as disputas políticas ou as vantagens comerciais de um determinado grupo farmacêutico, por exemplo (Zattar, 2020, p. 6).

Posetti e Bontcheva (2020) também elencaram as nove principais temáticas a partir das quais essas desinformações foram produzidas, no contexto de desinfodemia: origens e disseminação do coronavírus e da doença Covid-19; estatísticas falsas e enganosas; impactos econômicos; desacreditar jornalistas e meios de comunicação confiáveis; ciência médica: sintomas, diagnóstico e tratamento; impactos na sociedade e no meio ambiente; politização; conteúdo promovido por atores que buscam ganho financeiro fraudulento; e desinformação focada em celebridades.

O cenário de desordem informacional em larga escala, tão exponencial que associou-se a um termo cujo morfema faz referência à palavra epidemia, refletiu no desequilíbrio de enfrentamento à crise sanitária, permeada pelo compartilhamento exacerbado de informações – sejam elas fidedignas, falsas, incompletas, apelativas, duvidosas ou retiradas de contexto –, muitas vezes, baseadas em crenças e valores individuais ou a serviço do interesse de determinados grupos sociais ou políticos, com impactos em tomadas de decisão que vão desde a procura ou não por vacina até a adoção de medidas preventivas de combate ao vírus.

Desinformação no contexto da polarização política brasileira

O Brasil tem um enorme passado pela frente, disse, certa vez, o ilustrador brasileiro Millôr Fernandes. Mas é exatamente o esquecimento da sua própria história que coloca o país de

volta a um contexto de polarização que, em um passado recente, fez eclodir um dos regimes mais autoritários que a Nação já presenciou, como foi a Ditadura Militar de 1964. A história brasileira, marcada por ambiguidades e “feita do encadeamento de eventos que se acumulam e evocam alterações substanciais, também anda repleta de seleções e lacunas, realces e invisibilidades, persistências e esquecimentos” (Schwarcz, 2019, p. 223).

A nova polarização brasileira, marcada pelo antipetismo, pelo conservadorismo e pela ascensão de uma extrema direita no Brasil – que encontrou no *Bolsonarismo* seu alicerce – *versus* os movimentos progressistas e uma esquerda ávida por reparações, desde o golpe que destituiu Dilma Rousseff, em 2016, serviu de pano de fundo para a construção de diferentes narrativas acerca da História recente do país.

Trata-se de uma redução do ambiente político e democrático a dois polos, cada vez mais, antagônicos. E esse fenômeno é corroborado pelos processos midiáticos, sobretudo no ambiente digital, no Brasil e no mundo – nos Estados Unidos, por exemplo, pesquisa sobre as origens e as consequências da polarização afetiva demonstra que “à medida que as pessoas passam mais tempo online e em sites de redes sociais, elas são mais propensas a serem expostas inadvertidamente a conteúdo polarizador por outras pessoas em sua rede” (Yengar *et al.*, 2019, p. 135). Além dela, a grande mídia também atua de forma preponderante para a disparidade e a construção de narrativas ideológicas que acentuam o distanciamento dos dois polos.

Assim, haja vista que polarizar implica em reduzir, evidencia-se uma limitação para a diversidade, o que representa uma ameaça à própria democracia – que é a maior garantia de que o debate entre os antagônicos possa existir, sem cerceamento de direitos e liberdades. Como pontua Schwarcz (2019):

As polarizações, como temos tentado explicar, têm o poder de matar a democracia, gerar uma retórica da divisão e eleger apenas demagogos que não representam os desejos de justiça, segurança, ética, igualdade, os quais, suponho, são de todos nós, brasileiros (Schwarcz, 2019, p. 235).

Tal dinâmica ecoa, de forma ainda mais expressiva, na era digital, pela ilusão da segurança de estar do outro lado da tela, do anonimato e da possibilidade de ativismo na palma da mão, a um clique, por meio de *likes*, comentários e compartilhamentos. Na rede, todo e qualquer usuário pode ser um porta-voz de um discurso ideológico, com ou sem

embasamento – o que torna as discussões acerca da ética no ambiente virtual ainda mais relevantes. Afinal, o ato digital nos dá ideia de realização e “de fato, ele realiza muita coisa, mas muda a qualidade da existência e, em muitos momentos, torna-se uma locupletação perigosa” (Tiburi, 2015, p. 140).

Desinformação no debate político da Covid-19 no Brasil

No caso do Brasil, a desordem informacional teve um contorno ainda mais perigoso, visto que contou com um “colaborar” do mais alto escalão – o ex-presidente Jair Bolsonaro –, que, em cadeia televisiva nacional, chegou a dizer: “Caso fosse acometido pelo vírus, não precisaria me preocupar, nada sentiria, ou seria, quando muito, acometido por uma gripezinha”, no dia 24 de março de 2020. Nesse rol, também entram “as *fake news* que afirmam que ‘existe um medicamento específico para o tratamento ou a prevenção da Covid-19’ (categoria ‘ciência médica: sintomas, diagnóstico e tratamento’) – essa é a notícia falsa mais disseminada pelo presidente Jair Bolsonaro” (Falcão; Souza, 2021, p. 66), em referência à hidroxicloroquina, medicação cuja eficiência nunca foi comprovada cientificamente para o tratamento da doença.

Desde a deflagração da Covid-19 no Brasil, o ex-presidente compartilhou, propagou e ajudou a produzir *fake news* acerca da doença, tornando-se um dos principais expoentes do discurso negacionista no país. Em meio à crise sanitária, “Bolsonaro disse que a pandemia não passava de uma gripezinha, falou que as ações de combate ao vírus representavam uma histeria e que a preocupação com o espalhamento da doença era uma fantasia propagada pela mídia” (Soares *et al.*, 2021, p. 75).

Ao considerar o posto ocupado, a cadeira do Executivo, Bolsonaro terminou por “validar” a perpetuação de desinformação, desacreditando a imprensa e a ciência – sobretudo, a nacional – entre seus seguidores e, também, entre a população de modo geral, que, habitualmente, busca nas autoridades uma voz oficial. Entre as práticas desinformativas que contaram com seu apoio, conforme Falcão e Souza (2021), destacam-se: o não uso de máscara; a participação em eventos com aglomerações; a alegação de que um histórico de atleta acarretaria minimização dos impactos da doença; e a afirmação de que havia uma supernotificação de mortes no país.

Conforme levantamento da agência *Aos Fatos*, plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos, Bolsonaro disse 6,9 informações falsas por dia, no ano de 2021.

O agravamento da pandemia em 2021 ajuda a explicar por que a retórica desinformativa de Bolsonaro atingiu um novo patamar. Somente sobre Covid-19, o presidente deu 1.278 declarações enganosas no ano passado, o que representa mais da metade (58,5%) de todas as alegações falsas ditas por ele desde que a doença surgiu (2.183) (*Aos Fatos*, 2022).

Entre as afirmações mais repetidas pelo presidente, está a de que “o governo federal agiu desde o início da crise para preservar vidas e empregos”, com 109 repetições, segundo checagem de *Aos Fatos*, que aponta 5,7 mil declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro, em 1,2 mil dias à frente da Presidência. A frase do presidente sugeria que saúde pública e economia haviam sido tratadas simultaneamente, com o mesmo peso. Mas, no relatório da agência, a informação é considerada falsa, pelas seguintes razões:

O presidente, porém, não tratou as duas questões com o mesmo peso, já que, desde o início da pandemia no país, tem minimizado os efeitos da Covid-19. Em diversas entrevistas e declarações públicas, Bolsonaro relacionou a doença a uma “gripezinha” e chegou a dizer, em discurso realizado no dia 18 de setembro, que o isolamento social seria “conversinha mole” e que as medidas de restrição de circulação seriam para “os fracos” (*Aos Fatos*, 2022).

Outra desinformação produzida por Jair Bolsonaro teve ainda mais repetições, 132 no total. Trata-se da seguinte afirmação: “Quis impor o ritmo do combate à pandemia, fui tolhido. Decisão judicial. Quem decide são os governadores e depois prefeitos, eu sou o último da fila. Eu baixo uma medida, o governador pode mudar, o prefeito pode mudar”. A declaração também foi considerada falsa, visto que o Supremo Tribunal Federal (STF) não limitou a atuação do presidente, mas concedeu a governadores e prefeitos a legitimidade para tomar medidas locais em relação à circulação de pessoas, sem que o Executivo pudesse derrubar as restrições – sobretudo, ao considerar o silenciamento e a inércia do Governo Federal sobre o tema.

Esse panorama revela, portanto, duas particularidades que circundam as discussões acerca da desinformação: “(1) não é possível avaliar a intencionalidade dos indivíduos na disseminação de desinformação e (2) os contextos do espelhamento de desinformação frequentemente estão associados a disputas de sentido, mais do que a simples intenção de

enganar” (Soares *et al.*, 2021, p. 76). Portanto, ela é utilizada a favor de atores e/ou grupos políticos.

Soares *et al.* (2021) destacam como o aplicativo *WhatsApp*, por exemplo, tornou-se uma ferramenta de amplo alcance para a reprodução de informações falsas, distorcidas ou manipuladas. A plataforma é vista como fonte de espelhamento central de desinformação, devido a funcionalidades técnicas, sob influência de *affordances*, “processo interativo entre a tecnologia e suas ferramentas e os usuários e as formas como se apropriam das ferramentas” (Evans *et al.*, 2017 apud Soares *et al.*, 2021, p. 77), ou seja, a plataforma está disponível para os usuários, mas cabe a eles a decisão do uso, da intencionalidade que darão ao seu acesso à ferramenta. E é exatamente esse caráter “intimista”, de pessoalidade, que torna a prática de desinformação ainda mais perigosa por meio do aplicativo.

Outro recurso adotado para a propagação da desordem informacional são as contas falsas, que, diferentemente de *softwares* automatizados dos *bots* (mais facilmente identificados), trata-se de “perfis construídos com precisão demográfica e psicológica com o intuito de interagir com pessoas reais, conquistar laços afetivos e influenciar a opinião em comunidades que debatem política” (Ortellado; Ribeiro, 2018, p. 7).

De tal forma, tecnologias da informação e da comunicação passaram a ser utilizadas para mimetizar conteúdos verídicos e “as notícias que refutam a veracidade dos acontecimentos, reservadas às prerrogativas da desinformação, tornaram-se práticas comuns no processo de modelar a opinião da sociedade e cooptar o senso comum” (Souza; Santos, 2020, p. 234).

Portanto, faz-se necessário atentar para um projeto político que se colocou e se manteve no poder por meio de práticas baseadas na produção de notícias falsas, na omissão e na distorção de informações, tanto no Executivo quanto no Legislativo. Um panorama que explicita como distorção e inversão atuam como desinformações de relevantes prejuízos, uma vez que a inversão é um tipo de distorção e distorcer é poder (Tiburi, 2015).

Diante desse panorama, ao considerar que todo governo busca usar a história a seu favor (Schwarcz, 2019), é urgente pensar qual enredo foi construído para o Brasil nos últimos anos. Afinal, “governos de tendência autoritária costumam criar a sua própria história –

voltar ao passado buscando uma narrativa mítica, laudatória e sem preocupação com o cotejo de fatos e dados – como forma de elevação” (Schwarcz, 2019, p. 225).

Não obstante, no Brasil, o governo federal também potencializou a desordem informacional, por meio da ocultação, da ausência de informações. O portal *Coronavírus Brasil*, por exemplo, responsável por apresentar uma gama de dados acerca da evolução da Covid-19 no País, no início da pandemia, por meio de gráficos, números, territorialidade e painel interativo – acessíveis ao público em geral e aos especialistas de diferentes segmentos – dispôs, inicialmente, de amplo potencial de produção e disseminação informacional. No entanto, foi retirado do ar e, em seguida, teve seus dados reduzidos aos balanços diários da Covid-19, em meados de junho de 2020, com a eliminação, inclusive, da possibilidade de *download* documental por parte dos usuários.

Tal prejuízo, apesar dos esforços dos veículos de comunicação, com a implantação do Consórcio de Veículos de Imprensa, reverberou, inclusive, sobre a atuação da própria imprensa. Além de minimizar a segurança acerca da precisão das informações epidemiológicas, as dificuldades impostas pelo banco de dados do Governo Federal impuseram aos jornalistas a busca direta junto às Secretarias Estaduais de Saúde – muitas delas, também alimentadas por boletins do Ministério da Saúde, a exemplo do Estado de São Paulo, que ficou sem acesso aos seus dados, diante de ataque aos sistemas do Executivo, em dezembro de 2021.

Essas barreiras direcionam, também, a reflexões acerca do processo de disseminação da informação – sobretudo, a respeito do que chega, por onde chega e por quem é apresentado ao indivíduo. Ao considerar que a mediação e a produção da informação são movimentos sociais e políticos, não se deve esquecer que o armazenamento, a disponibilização, a transferência, a veiculação e a divulgação dessas informações também são.

O problema agrava-se, principalmente, diante da emergência de um cenário de infodemia, cujos prejuízos são amplificados em uma era marcada pelas redes sociais e pelo “perigo da desinformação durante surtos de vírus, causado por rumores publicados sem informações oficiais que rapidamente acabam se espalhando devido ao compartilhamento dos usuários na rede” (Santos *et al.*, 2020, p. 4).

De tal modo, as disparidades e a crise política representaram impactos preocupantes na produção de dados estatísticos e informacionais, sobretudo diante da centralização e/ou ocultação de informações oficiais por parte do Executivo. Isso porque os números, como os apresentados no painel *Coronavírus Brasil*, constituem instrumento ou linguagem que performam a realidade à qual almejam estabilizar, a partir dos quais é possível explicitar, ou não, determinado fenômeno. Assim, é importante considerar que não apenas os números são politicamente compostos e arranjados, mas também a política é numericamente feita e disputada (Desrosières, 1998; Rose, 1999 *apud* Maricato; Richter, 2021, p. 246).

Conclusão

A partir deste levantamento, nota-se como a desinformação tornou-se um mecanismo a serviço de projetos políticos antidemocráticos que endossam o cenário de polarização no Brasil e, por ele, também são endossados. Ou seja, a desordem informacional nasce da polarização, assim como a polarização é retroalimentada por ela.

Além disso, mesmo sem ser, a razão principal – ou direta –, a desinfodemia, certamente, contribuiu para as mais de 700 mil mortes por Covid-19 no País e pelo montante de 37,6 milhões de casos acumulados, ao longo de três anos de pandemia – estatísticas que colocaram o Brasil no 2º lugar do ranking de óbitos em todo o mundo, em números absolutos, atrás apenas dos Estados Unidos, no levantamento da Organização Mundial da Saúde (2023).

Identificou-se, no País, uma sucessão de medidas de agentes públicos fundamentadas em notícias falsas, distorcidas ou fora de contexto, propositalmente, por meio da qual é possível assegurar que a desinformação é, antes de tudo, uma prática política que atende a interesses específicos no tecido social e que se perpetua, com ou sem intencionalidade.

Essa constatação levanta, ainda, sérias questões sobre a responsabilidade dos líderes políticos na produção e na difusão de informações precisas e confiáveis, bem como o papel do conteúdo informacional e da ideologia como possíveis Determinantes Sociais de Saúde – haja vista que a desinformação, alinhada a padrões narrativos ideológicos, atuou como agente capaz de minar os esforços no combate à pandemia, gerar desconfiança na população e comprometer a efetividade das medidas de saúde públicas.

Evidentemente que este artigo se delimita aos propósitos estabelecidos em seus objetivos de pesquisa. Com isso, o presente estudo mantém ênfase teórica com as reflexões delineadas pelos aportes fundamentais identificados na análise da literatura científica, caracterizando uma abordagem essencialmente qualitativa sobre o contexto brasileiro da desordem informacional. Assim sendo, admite-se que esta pesquisa não se esgota por si. Com isso, há lacunas pertinentes e relevantes que denotam a ausência de dados empíricos para análise da desinformação que pudessem explicitar o comprometimento da efetividade das medidas de saúde públicas. Portanto, recomenda-se que haja estudos futuros contendo em seus objetivos de investigação a análise contextual de dados empíricos.

REFERÊNCIAS

- AOS FATOS. **Bolsonaro disse cerca de sete informações falsas ou distorcidas por dia em 2021**. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-disse-cerca-de-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/>. Acesso em: 18 de julho de 2023.
- ARAÚJO, C. A. A. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 25, p. 1-17, jan./dez., 2020.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016].
- COMISSÃO EUROPEIA. **Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia**. Bruxelas, 26 abr. 2018. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>. Acesso em: 2 maio 2023.
- FALCÃO, P.; SOUZA, A. B. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da covid-19 no Brasil. **RECIIS: Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, jan./mar. 2021.
- GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. G. de. Orientações contemporâneas da Ciência da Informação: vinculações com a epistemologia social. **Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 11, n. 22, p. 179-198, jul./dez., 2022.
- HELLER, B.; JACOBI, G.; LIMA, J. B. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 49 n. 2, p. 189-204, maio/ago., 2020.

MARICATO, G.; RICHTER, V. S. O que fazem os números?: produções, usos e efeitos da quantificação da vida cotidiana. **Mediações: Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 26, n. 2, p. 241-255, maio/ago., 2021.

MOURA, A. R. P.; FURTADO, R. L.; BELLUZZO, R. C. B. Desinformação e competência em informação: discussões e possibilidades na arquivologia. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 6, n. 1, p. 37-57, jan./abr., 2019.

OMS. **Coronavirus dashboard**, 2023. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

OPAS. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/FactsheetInfodemic_por.pdf?sequence=16&isAllowed=y. Acesso em: 5 nov. 2021.

OPAS. **Histórico da pandemia de Covid-19**. 2023. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 30 maio 2023.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Márcio. Polarização e desinformação *online* no Brasil. São Paulo: FES, 2018. (Análise. Friedrich Ebert Stiftung Brasil; 44). Disponível em: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/14629.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PINKER, S. **O novo iluminismo**: em defesa da razão, da ciência e do humanismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: descifrando la desinformación sobre el COVID-19. Paris: UNESCO, 2020. E-book. Disponível em: https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation_es.pdf. Acesso em: 18 jul. 2022.

RAMALHO, R. A. S.; *et al.* Paradigmas contemporâneos da ciência da informação: a recuperação da informação como ponto focal. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, Marília, v. 6, n. 1, p. 16-27, jan./jun., 2007.

ROMANO, J. O. *et al.* O vírus não é democrático: a pandemia da Covid-19 como acontecimento e a disputa de discursos. **Le Monde Diplomatique Brasil**, São Paulo, jun, 2020. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/o-virus-nao-e-democratico-a-pandemia-da-covid-19-como-acontecimento-e-a-disputa-de-discursos/>. Acesso em: 12 nov., 2021.

SALGADO, T.; MATTOS, M. A. Da informação à desinformação: conceitos e abordagens das teorias acerca da comunicação. *In*: ALZAMORA, G.; MENDES, C. M.; RIBEIRO, D. M. (org.). **Sociedade da desinformação e infodemia**. Belo Horizonte: Selo PPGCOM/UFMG, 2021. Cap. 2, p. 39-62. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/wp-content/uploads/2021/10/Sociedade-da-desinformacao-e-infodemia-Selo-PPGCOM-UFMG.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2022.

SANCHEZ, F. A.; *et al.* Intencionalidade e mediação da informação no contexto dos ambientes informacionais digitais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 28, n. 2, e-111998, abr./jun., 2022.

SANTOS, A. D. G. D. *et al.* Letramento informacional, covid-19 e infodemia. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5214, jul./dez., 2020.

SCHWARCZ, L. M. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SOARES, F. B. *et al.* Desinformação sobre o Covid-19 no *whatsapp*: a pandemia enquadrada como debate político. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 8, n. 1, p. 74-94, jan./abr., 2021.

SOUZA, J. S.; SANTOS, J. C. S. D. Infodemia e desinformação na pandemia da covid-19. **Revista Fontes Documentais**, Aracaju, v. 3, n. esp., p. 231-238, 2020.

TIBURI, M. **Como conversar com um fascista**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

YENGAR, S. *et al.* The origins and consequences of affective polarization in the United States. **Annual Review of Political Science**, v. 22, n. 1, p. 129-146, Jan./Dec., 2019.

WARDLE, C.; DERAQSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Estrasburgo: Council of Europe, 2017.

ZATTAR, M. Competência em informação e desinfodemia no contexto da pandemia de Covid-19. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5391, jul./dez., 2020.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

OLGA MYLLENA DINIZ BOTELHO SANTANA

Doutoranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia em cooperação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCI IBICT/UFRJ). Mestre em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI UFAL). Jornalista (UFAL).

E-mail: myllena.diniz@gmail.com

MARCOS APARECIDO RODRIGUES DO PRADO

Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/UFAL). Mestre e doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP).

E-mail: marcos.prado@ichca.ufal.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 122-142, jan-jun, 2024

Desmascarando a comunicação do governo federal brasileiro sobre Covid-19 na cobertura do telejornalismo

Desenmascarando la comunicación del gobierno federal brasileño sobre Covid-19 en los informativos de televisión

Unmasking the Brazilian federal government's communication on Covid-19 in TV news coverage

Ivan PAGANOTTI

Doutor/USP – Pesquisador CNPq e docente
do PósCom/Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
E-mail: ivan.paganotti@metodista.br

Raphael Leal de Oliveira SANCHES

Mestre e doutorando/Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
E-mail: raphaellealoliveira@yahoo.com.br

*Enviado em: 26. jun. 2024
Aceito em: 04. jul. 2024*

RESUMO

Em meio a pandemia da COVID-19, o Ministério da Saúde (MS) organizou um documento de 26 páginas para a proteção sanitária e comunicação dos mecanismos de combate a pandemia de COVID-19. Este artigo pretende responder como este plano do MS foi apresentado pelos telejornais brasileiros e analisa como a resposta sanitária do governo federal foi transmitida ao público, construindo uma análise comparativa da cobertura do Jornal Nacional e do Jornal da Record nos dias 1º e 3 de abril de 2020 a respeito do posicionamento da Organização Mundial da Saúde em relação ao uso de máscaras descartáveis na pandemia e, após um ano, as revisões sobre este posicionamento em abril de 2021.

Palavras-chave: *Telejornalismo; Desinformação; Covid-19.*

RESUMEN

En medio de la pandemia de COVID-19, el Ministerio de Salud (Mds) organizó un documento de 26 páginas para la protección de la salud y la comunicación de los mecanismos para combatir la pandemia de COVID-19. Este artículo pretende responder a cómo este plan del Mds fue presentado por los informativos de la televisión brasileña y analiza cómo la respuesta sanitaria del gobierno federal fue transmitida al público, construyendo un análisis comparativo de la cobertura del Jornal Nacional y del Jornal da Record de los días 1 y 3 de abril de 2020 en relación con la posición de la Organización Mundial de la Salud sobre el uso de máscaras desechables en la pandemia y, después de un año, las revisiones de esta posición en abril de 2021.

Palabras-clave: *Tele periodismo; Desinformación; Covid-19.*

ABSTRACT

In the midst of the COVID-19 pandemic, the Ministry of Health (MoH) organized a 26-page document for health protection and communication of mechanisms to combat the COVID-19 pandemic. This article aims to answer how this MoH plan was presented by Brazilian TV news. This article analyzes how the federal government's health response was transmitted to the public, building a comparative analysis of the coverage of Jornal Nacional and Jornal da Record on April 1 and 3, 2020 regarding the World Health Organization's position on the use of disposable masks in the pandemic and, after a year, the revisions on this position in April 2021.

Keywords: *TV News; Desinformation; Covid-19.*

Introdução¹

Através da reflexão de Habermas (2014) sobre o papel da esfera pública na troca de informações e definição de políticas públicas, esta pesquisa pretende discutir as estratégias de comunicação de riscos apresentada pelo Ministério da Saúde (MS) brasileiro e pela Organização Mundial da Saúde (OMS) durante a fase inicial da pandemia de COVID-19. O estudo contempla a necessidade desta comunicação em realidades de alertas sanitários e pandêmicos como o enfrentado no início da década de 2020, avaliando os passos desta comunicação a ser divulgada para a imprensa e população diante do aumento ou não da gravidade enfrentada.

Um elemento central na política sanitária é a divulgação de informações acessíveis, claras e fundamentadas, ponderando a urgência necessária do problema com um plano de ação exequível. O papel dos meios de comunicação de massa é salutar nessas estratégias de divulgação, e podem ocorrer tensões quando há divergências entre as autoridades (como a coordenação problemática entre as recomendações das autoridades internacionais, federais e locais, durante a pandemia no Brasil) entre o poder público e a mídia (com críticas de jornalistas sobre a fundamentação ou a implantação dos planos sanitários do poder público) ou mesmo entre veículos de comunicação (visto que diferentes meios se alinharam a posições distintas entre as defendidas pelas autoridades sanitárias em divergência).

Para avaliar como as divergências sobre planos sanitários é apresentada na mídia, este artigo realiza análise comparativa entre a comunicação dos principais telejornais do país – Jornal Nacional (JN), da TV Globo e Jornal da Record (JR), da TV Record – no primeiro ano de pandemia, buscando responder a seguinte pergunta: como foram apresentados e discutidos os planos de resposta à pandemia de COVID-19 na cobertura do telejornalismo brasileiro sobre o governo federal?

A análise desses telejornais tem como principal objetivo identificar alinhamentos ou divergências destes veículos em relação aos planos do poder público durante a pandemia da

¹ Este artigo amplia e atualiza dados discutidos na dissertação de mestrado “O posicionamento do telejornalismo da TV Globo e Record no contexto da Covid-19”, defendida em 2023 por Raphael Leal de Oliveira Sanches no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, sob orientação de Ivan Paganotti.

COVID-19. Assim, foram escolhidas três edições de cada telejornal: nos dias 1 e 3 de abril de 2020 (edições selecionadas por abordarem a alteração da política de recomendação de máscara da Organização Mundial da Saúde, no mês seguinte à chegada da pandemia ao Brasil) e no dia 1º de abril de 2021, após um ano do primeiro telejornal analisado, para assim avaliar a evolução dessa cobertura. O trabalho procura avaliar como esses veículos jornalísticos trataram a divulgação de informações imprecisas, questionáveis e até mesmo demonstrativamente falsas em um momento de crise da gestão pública da saúde internacional.

O debate na esfera pública

Habermas (2014) já destacava a relação essencial entre os meios de comunicação e a participação democrática no debate público na modernidade. Havendo liberdade de expressão com livre fluxo de informações e opiniões, a opinião pública pode debater questões de relevância e influenciar o processo decisório pelas autoridades públicas, cobrando transparência sobre seus atos e justificativas sobre sua fundamentação (HABERMAS, 2014). Isso é possível pois “a consolidação da democracia moderna e das liberdades civis está relacionada ao surgimento do modelo liberal de imprensa, que se considera portadora da verdade e com a função de fiscalização sobre os governos” (STEVANIM; MURTINHO, 2021, p. 41).

A modernização dos meios de comunicação concretiza o grande poder da mídia e a sua capacidade de influenciar a grande massa, impactando a circulação de posicionamentos na esfera pública (HABERMAS, 2014). Grandes acontecimentos repercutem na cobertura midiática, e o debate sobre esses eventos também pode impactar o desenrolar dos eventos e a resposta de atores sociais e gestores públicos. Durante a pandemia da COVID-19, isso foi ainda mais potencializado pelas redes digitais e a multiplicidade de telas (KANTAR Ibope Media, 2021), consequência da evolução midiática que leva os fatos ao público de uma forma mais visível e instantânea. Apesar de toda esta rapidez e propagação de conteúdos, para a devida aplicação e aceitação do que está sendo informado, é necessário que o público confie na fonte da informação (OMS, 2018).

O surto de coronavírus envolveu o reconhecimento do jornalismo como uma instância essencial nas sociedades do século XXI. Neste caso, os dados, tanto sobre o consumo quanto sobre a avaliação da credibilidade da cobertura jornalística, reafirmam a alta relevância social do sistema

mediático no nosso mundo em momentos críticos (SOUZA, 2021, p.9).

Ministério da Saúde e a organização da comunicação de riscos na COVID-19

Desde que as primeiras notícias sobre a manifestação de um novo vírus na cidade de Wuhan na China em dezembro de 2019 foram manchetes em todo o mundo, uma série de medidas, no campo da comunicação, foram adotadas no Brasil para maior promoção de informações credíveis sobre a nova pandemia e para impedir a disseminação acentuada da desinformação sobre a futura manifestação da COVID-19 no país. Afinal, como Kunczik (2002) já apontava, autoridades governamentais e seus devidos representantes são fontes importantes para a informação, e em um momento de crise, tem ainda mais responsabilidade sobre seus posicionamentos, devido ao seu potencial na influência de opiniões públicas.

É relevante ressaltar neste estudo que o Brasil se organizou para disponibilizar aos diversos veículos de informação conteúdos consistentes sobre a evolução da COVID-19. Uma das primeiras ações foi a inauguração, pelo Ministério da Saúde, no dia 22 de janeiro de 2020, do Centro de Operações de Emergência em Saúde Pública (COE-COVID-19) que tem como coordenação a Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS). “A principal função do SVS é direcionar as ações do Ministério da Saúde na resposta à possível emergência de saúde pública” (BRASIL, 2020b). O Ministério da Saúde (MS), criado pela lei 1.920 em 1953 (Biblioteca Virtual em Saúde, 2020), tem como objetivo, “dispor de condições para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades, controlando as doenças endêmicas e parasitárias e melhorando a vigilância à saúde, dando, assim, mais qualidade de vida ao brasileiro” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).

Possuindo a responsabilidade de colaborar na geração das informações e alertas sanitários à imprensa e, por consequência, à população, o Ministério da Saúde, através da SVS, organizou um documento com 26 páginas. Esta cartilha apresentava o Plano de Contingência Nacional para a Infecção Humana pelo novo Coronavírus (BRASIL, 2020b). Com o alerta de pandemia, por parte da Organização Mundial de Saúde, as autoridades sanitárias federais buscavam “nortear a atuação do MS na resposta à possível emergência de Saúde pública, buscando uma atuação coordenada no âmbito do SUS” (BRASIL, 2020b, p.4). Ou seja, através do Ministério da Saúde e adotando os três níveis de emergência descritos

neste documento (Tabela1), o país se organiza, através do SUS, para o devido atendimento e cuidados à população.

Tabela 1: Níveis de emergência e ações adotadas pelo Brasil através do Plano de Contingência Nacional para a Infecção Humana nos casos da COVID-19 – Brasil

Nível de emergência:	Ações:
1- <i>Alerta</i> : risco elevado de introdução do SARS-COV no Brasil sem a apresentação de casos suspeitos;	Neste nível de resposta a estrutura do Centro de Operações de emergência (COE) é simplificada e restrita aos órgãos e instituições mais relacionados com a competência de detectar, investigar, manejar e notificar casos potencialmente suspeitos da infecção humana pelo novo coronavírus. Nesse momento inicial, várias doenças respiratórias comuns poderão ser fator de confusão. Para isso, é necessário dispor de todas as definições de caso que contemplem situações possíveis, incluindo a definição de caso excluído. Importante salientar a todos os serviços que as definições serão suficientemente sensíveis no início e progredirem para maior especificidade. No entanto, mesmo no início, alguns casos podem não se enquadrar na definição adotada. Nessas situações, deve-se avaliar caso a caso, devendo prevalecer a conduta clínica local, mesmo que o caso em questão não seja incluído para investigação, no primeiro momento.
2- <i>Perigo Iminente</i> : confirmação uma situação que confirme um caso suspeito;	A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios exercerão, em seu âmbito administrativo, as seguintes atribuições: XIII - para atendimento de necessidades coletivas, urgentes e transitórias, decorrentes de situações de perigo iminente, de calamidade pública ou de irrupção de epidemias, a autoridade competente da esfera administrativa correspondente poderá requisitar bens e serviços, tanto de pessoas naturais como de jurídicas, sendo-lhes assegurada justa indenização. Neste nível de resposta a estrutura do COE será ampliada com a presença de órgãos fora do setor saúde, mas que tenham relação com a resposta coordenada ao evento.
3- <i>Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN)</i> : confirmação de transmissão local do primeiro caso de coronavírus.	Reconhecimento de declaração de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Estas situações configuram condições para recomendação ao Ministro da Saúde de declaração de ESPIN

Fonte: Ministério da Saúde (BRASIL, 2020b, p.5-6)

O mais alto nível de alerta em saúde é chamado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. Este alerta foi declarado pelo órgão em 30 de janeiro de 2020. Passado, pouco mais de um mês, no dia 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada como uma pandemia, conforme OPAS (2020a).

Reforçando o conteúdo de comunicação à disposição dos mais diversos meios de comunicação, o Ministério da Saúde passou a apresentar diariamente Boletins Epidemiológicos sobre a realidade da COVID-19 no país. O primeiro boletim foi publicado no dia 3 de fevereiro de 2020 (Brasil, 2020a) disponibilizando, online, à população a situação epidemiológica brasileira e mundial, além de explicar os objetivos da vigilância, as características gerais sobre a Infecção Humana pelo Novo Coronavírus, entre outras informações.

Em momentos de risco e emergências sanitárias referentes a COVID-19, ocorre a responsabilidade, por parte dos órgãos públicos, de levar até as pessoas mais vulneráveis informações relevantes e em tempo real. Com isso, surge a necessidade da comunicação de riscos que tem como principal objetivo permitir “às pessoas em risco compreenderem e adaptarem comportamentos de proteção. Permite também às autoridades e peritos auscultarem e darem resposta às preocupações e necessidades das pessoas” (OMS, 2018, p. 1). Segundo o próprio órgão, esta comunicação técnica tem como principal público os políticos responsáveis pela gestão das emergências na saúde pública, agentes de comunicação, sociedade civil e as organizações privadas e públicas envolvidas na organização desta emergência sanitária.

Apesar de todo este esforço em comunicar informações sanitárias à população, a maneira como as pessoas percebem a pandemia é outro ponto relevante para se levar em consideração neste estudo sobre a realidade pandêmica. É esta percepção que contribui para que a população aumente ou diminua sua participação na adoção das medidas preventivas. Uma percepção de baixo risco diminui a o reconhecimento da gravidade da situação e limita o comprometimento com as medidas de resposta, enquanto a observação de alto risco tem efeito oposto, ampliando a identificação da ameaça e reforçando seu combate. Segundo a própria Organização Mundial da Saúde (2018), a confiança na informação é a pedra fundamental para qualquer comunicação.

Do lado contrário, a falta de confiança entre a população e os órgãos públicos sanitários, incentiva a comportamentos mais expostos à doença e, também, a uma mudança de postura referente a precaução e cuidados básicos de proteção. É justamente isso que a comunicação de riscos precisa evitar. É nesse cenário de desconfiança que a desinformação encontra ambiente propício para a multiplicação de informações falsas ou descontextualizadas:

Estas e outras questões – como a dos assintomáticos poderem transmitir ou não o vírus, do uso ou não de máscaras para evitar contaminações ou da permanência ou não do vírus em superfícies ao exterior – vieram introduzir uma diminuição da confiança das pessoas nos préstimos da OMS (SOUSA, et al. 2020, p. 18).

O uso ou não das máscaras descartáveis para reduzir a exposição ao vírus foi um tema particularmente polêmico: parte do público e mesmo autoridades oscilaram entre a resistência e a adoção das máscaras, um tópico bastante explorado nas edições dos telejornais mais assistidos do país no começo da pandemia.

Análise: COVID-19 e o Ministério da Saúde nos telejornais

Entre outras medidas sanitárias, um dos temas que gerou bastante dúvida, no início da pandemia da COVID-19, foi a orientação da Organização Mundial da Saúde (OMS) a respeito da utilização ou não das máscaras de proteção (SOUSA, et al. 2020). Este estudo pretende construir uma análise comparativa que mostra as mudanças de posições retratadas nas reportagens exibidas nos telejornais. As edições escolhidas foram 1º e 3 de abril de 2020 (datas do debate sobre o uso ou não das máscaras sanitárias por parte da OMS) e um ano depois, em 1º de abril de 2021.

O Jornal Nacional foi exibido nacionalmente pela TV Globo numa quarta-feira, dia 1º de Abril de 2020. Nesta edição o Jornal seguiu o padrão monotemático (CAJAZEIRA et al.,2020) a respeito das reportagens exibidas sobre a COVID-19 em comparação com a edição do Jornal da Record - veja Tabelas 2 e 3.

Tabela 2 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 01/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	17
reportagens sobre a COVID-19	17
reportagens sobre outros assuntos	0

Fonte: autoria própria

No comparativo entre os dois telejornais, o JR exibiu maior quantidade de matérias nesta edição. Fora isso, o telejornal da TV Record, transmitiu relevante quantidade de reportagens sobre a nova pandemia, mas mudou de assunto, abordando duas matérias de outros temas que não fossem a COVID-19.

Tabela 3 – Jornal da Record (JR)Data de exibição: 01/04/2021 Quantidade

reportagens exibidas	24
reportagens sobre a COVID-19	22
reportagens sobre outros assuntos	2

Fonte: autoria própria**Jornal Nacional – edição de 01/04/2020**

Os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos abordaram em dois momentos a coletiva de imprensa da OMS realizada em Genebra, na Suíça, contrastando com a coletiva de imprensa em Brasília do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. Na primeira reportagem, o JN ressaltou a orientação do órgão sobre a necessidade do distanciamento social como forma de prevenção de contaminação da doença – incluindo declaração do Diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan. Na segunda matéria, destacou a fala do diretor Geral, Tedros Adhanom Ghebreyesus, que alertou para o grande número de mortos por COVID-19 pelo mundo (dobro de casos em 24 horas). Ressaltou que a restrição à circulação de pessoas ajuda a limitar a propagação do vírus, mas que pode ter consequências indesejadas aos mais pobres e vulneráveis e reforçou que os governos implementem medidas de assistência social. A matéria destaca o recado do diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan para o Brasil: “Reforço que o monitoramento, quarentena, isolamento, testes e o fortalecimento dos nossos sistemas de saúde”, destacando que “a prioridade das máscaras é para os profissionais de frente da saúde, para os infectados e para os que cuidam destas pessoas”, concluiu o diretor Executivo da OMS.

Na cobertura da coletiva de imprensa do Ministério da Saúde, Luiz Henrique Mandetta alertou sobre a falta de equipamentos para os profissionais da saúde e respiradores para as pessoas infectadas. Pediu à população para redobrar os esforços para o isolamento

social. Ressaltou a falta de equipamentos de proteção individual em todo o mundo: “Máscaras, luva e gorro não se usam apenas para o coronavírus, se usa para operar todas as urgências.” Fez um apelo para quem tiver máscaras, levar para os médicos nos hospitais: “Eles vão precisar! Reesterelizar estas máscaras para serem usadas por mais tempo.” Destacou a importância do isolamento social: “Se relaxarmos e fizermos aglomeração, isso pode piorar a necessidade dos equipamentos de proteção hospitalar. Estamos preocupados com o estoque de equipamentos.” Sobre o uso de máscaras ressaltou a mesma orientação da OMS: “Destinado aos profissionais de saúde e doentes.” Mas, pela primeira vez, citou as máscaras de pano como opção de proteção: “Se o cidadão quer uma proteção extra, deve usar a máscara de pano. Faça a sua máscara de pano! Tem na internet. Lave com água sanitária. Tenha 4 ou 5 máscaras de uso pessoal. Lave, use e reaproveite! Agora, é lutar com as armas que a gente tem.” O então Ministro da Saúde se pronunciou sobre a utilização da cloroquina como medicamento de cura da COVID-19: “Não tem recomendação médica. Este remédio causa arritmia cardíaca. Em vez do coração bater no ritmo, ele faz com que saia do ritmo normal. Não temos segurança. Não se sabe se é bom”. A coletiva foi encerrada com a notícia da compra de 500 mil testes rápidos da China: “Estes testes começarão a ser distribuídos para todos os estados”, afirmou o Ministro da Saúde.

Jornal da Record – edição de 01/04/2020

A edição do telejornal do início do mês de abril foi apresentada por Sérgio Aguiar e Adriana Araújo. Sobre a coletiva da OMS, o jornal destacou a sonora do Diretor Geral, Tedros Adhanom Ghebreyesus, ressaltando a sua preocupação com o número de mortos no mundo que dobrou em 1 semana e que o número de pessoas contaminadas pode chegar a 1 milhão dentro de poucos dias.

Com relação a coletiva do Ministério da Saúde, o jornal adota uma abordagem diferente da emissora concorrente e o JN). Em nenhum momento o JR cita a prioridade e a utilização de máscaras pelos profissionais da saúde, nem a realização do isolamento social.

Sobre a entrevista de Luiz Henrique Mandetta, o JR resalta o esforço do Ministério da Saúde para comprar da China os testes da COVID-19 que serão, também, distribuídos para todos os estados. Pede que todos os estados do país façam esforços financeiros para a compra de testes. O JR resalta a afirmação do Ministro da Saúde sobre o atraso na entrega

dos kits de diagnóstico do coronavírus que foram comprados do Reino Unido e que a chegada atrasará porque os 3 milhões e meio de testes estavam contaminados com o vírus.

Sobre as edições do JN e JR do dia 03/04/2020

Diante de toda a realidade e novas informações sobre a recomendação ou não, por parte da OMS, sobre o uso da máscara, o dia 3 de abril de 2020 é uma data importante porque é quando o posicionamento da entidade é alterado. O Jornal Nacional inicia a sua edição do dia 3 de abril ressaltando as novas direções da OMS e do Ministério da Saúde, referentes a atualização da pandemia; já o Jornal da Record traz fala inédita do Ministro da Saúde sobre o uso da cloroquina no tratamento de pacientes da COVID-19.

Jornal Nacional – 03/04/2020

Os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos, abriram a edição com a coletiva de imprensa do Ministério da Saúde. A âncora, Renata Vasconcellos, fez questão de destacar o mal-estar entre o presidente da República, Jair Bolsonaro e o então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. O comentário da jornalista deixou claro as diferenças de pensamentos e ações da presidência da República e do Ministério da Saúde na condução da pandemia no país.

Na coletiva de imprensa do Ministério da Saúde o Jornal Nacional destacou novamente as falas do Ministro da Saúde que reforçaram a importância de evitar aglomerações para que o número de casos não cresça no país. Ressaltou que sua gestão estava fazendo de tudo para poupar vidas. Perguntado sobre as divergências com o presidente da república, disse que vê o Brasil como um paciente e que buscará na ciência o melhor tratamento. “Não existe uma fórmula pronta para esta epidemia porque o mundo não tem.” E ressaltou: “Aprendi com os meus mestres: médico, não abandona paciente, (...) orientamos a população que siga as recomendações dos seus governadores que possuem os melhores números para propor as suas medidas”. O ministro reforçou que “a sociedade que conseguir manter um código muito restrito, conseguirá passar sem espiral alta, as que tiveram maior grau de movimento, tiveram espiral alta”. O ministro conclui indicando que “quando se tem e colapso, a economia sofre muito mais. Quando se tem colapso, não se tem outra alternativa, a não ser uma quarentena horizontal, algo que não experimentamos no Brasil”.

Sobre a coletiva de imprensa da Organização Mundial da Saúde, o JN destacou que a OMS assumiu pela primeira vez que o uso de máscaras caseiras, em algumas circunstâncias, pode fazer parte de uma estratégia abrangente para coibir a COVID-19. Segundo o Diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan, “médicos e enfermeiras da linha de frente devem ter prioridade para as máscaras de alta proteção. Mas, usar coberturas no nariz e boca não é uma má ideia. Em algumas circunstâncias, as máscaras caseiras podem ajudar na proteção da pandemia, (...) a OMS vai apoiar os governos que adotarem este procedimento, (...) esta recomendação não anula as outras, como: lavar bem as mãos, manter o distanciamento e ficar em casa”. Já o diretor geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, advertiu: “se os países retirarem as regras de restrições de circulação de pessoas antes da hora, a COVID-19 pode reaparecer e o impacto econômico pode ser ainda mais severo e prolongado.”

O JN também ressaltou o pronunciamento da diretora do Fundo Monetário Internacional (FMI), Kristalina Gueorguieva, indicando que a pandemia paralisou a economia global e colocou o mundo numa recessão pior que a de 2008. “Mais de 90 países pediram financiamento de emergência”, afirmou. Em seguida ressaltou: “O FMI está trabalhando em conjunto com o Banco Mundial e a OMS para convencer credores a suspender a cobrança de dívidas de países mais pobres por, pelo menos, 1 ano”.

Após o comunicado da OMS sobre a liberação e recomendação de uso das máscaras caseiras, o Jornal Nacional apresentou, ao vivo, uma nota explicando o novo procedimento adotado pela Globo aos funcionários do jornalismo: todos os que estiverem dentro dos veículos da empresa e nos ambientes de trabalho deverão usar máscaras.

Tabela 4 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 03/04/2020	Quantidade
reportagens exibidas	17
reportagens sobre a COVID-19	15
reportagens sobre outros assuntos	2

Fonte: autoria própria

Conforme a Tabela 4, 17 matérias foram exibidas no total, entre conteúdos nacionais e internacionais. O JN passou a exibir reportagens sobre outras temáticas que não fosse somente a COVID-19. Após a segunda análise sobre a edição completa do principal

telejornal da Rede Globo, é possível perceber que a linha editorial do noticiário prioriza exibir as coletivas dos órgãos oficiais com seus respectivos diretores à frente. Também é importante ressaltar que, ao divulgar a mudança de recomendação da OMS para o uso de máscara, a própria dinâmica da cobertura do JN foi também afetada, adotando essa nova norma como política para toda a emissora, demonstrando alinhamento dos jornalistas com as autoridades sanitárias e reforçando, perante a população, a importância desta medida.

Jornal da Record – 03/04/2020

O Jornal da Record foi apresentado em 3 de abril de 2020 por Sérgio Aguiar e Adriana Araújo. O JR destacou uma entrevista do Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, que não foi exibida por sua rival - TV Globo (JN) na mesma edição deste dia: Luiz Henrique Mandetta, até então, se manifestava contrário ao uso da cloroquina no tratamento das vítimas por COVID-19. O Jornal da Record, destacou o novo posicionamento do ministro que admitiu, pela primeira vez, a utilização do tratamento: “Estávamos adotando o tratamento para os pacientes críticos. Vamos adotar para os graves sem a necessidade de CTI, mesmo que as evidências sejam frágeis para que os médicos tenham a opção de poder utilizá-los”, ressaltou a declaração do Ministro.

Nesta mesma edição, o JR destacou a afirmação da Organização Mundial da Saúde (OMS) de que a medida mais eficaz para conter a pandemia é o confinamento – algo pouco destacado pelo telejornal até então. Ao mesmo tempo, ressaltou a necessidade do acompanhamento de ações econômicas para a garantia e a subsistência da população, principalmente dos mais pobres. Sobre o pronunciamento oficial da OPAS (Organização Pan- Americana da Saúde) a respeito do uso das máscaras cirúrgicas para os profissionais da saúde (OPAS, 2020b) e máscaras não cirúrgicas para a população em geral, o JR não exibiu nada a respeito deste assunto, ao contrário do JN que dedicou longo tempo na temática e inclusive passou a adotar máscaras para seus repórteres.

Tabela 5 – Jornal da Record (JR)

Data de exibição: 03/04/2020	Quantidade
reportagens exibidas	29
reportagens sobre a COVID-19	23
reportagens sobre outros assuntos	6

Fonte: autoria própria.

No comparativo entre os dois telejornais, o JR exibiu maior quantidade de matérias nesta edição (Tabela 5). Fora isso, o telejornal da TV Record, transmitiu relevante quantidade de reportagens sobre a nova pandemia e mudou de assunto mais vezes, em comparação com a edição passada de 1º de Abril de 2020, com a exibição de 6 reportagens sobre outros assuntos.

A Organização Pan- Americana da Saúde (OPAS), ligada a OMS, divulgou no dia 6 de Abril de 2020 (segunda-feira), ou seja, logo após os telejornais terem exibido em seus noticiários na noite da sexta-feira, a orientação sobre a utilização de máscaras cirúrgicas. Neste documento oficial, o braço da Organização Mundial da Saúde na América Latina, ressalta que o uso de máscaras cirúrgicas deve ser priorizado para os profissionais da saúde (OPAS, 2020b) e orienta sobre a utilização de máscaras não cirúrgicas.

Enquanto isso, os tomadores de decisão podem se adiantar e orientar o uso de máscaras não cirúrgicas. Onde isto acontecer as seguintes características relacionadas às máscaras não cirúrgicas devem ser levadas em consideração:

- Número de camadas de tecido.
- Respirabilidade do material utilizado.
- Não passagem de água pelo tecido/Qualidades hidrofóbicas.
- Formato da máscara.
- Ajuste da máscara (OPAS, 2020b, p.3).

Sobre as edições do JN e JR do dia 01/04/2021

Após 12 meses de intervalo na análise comparativa deste estudo, um ano depois do impasse da OMS entre recomendar ou não a utilização de máscaras para a população, o Ministério da Saúde teve trocas constantes de ministros (Motta, 2021), permanecendo no poder o quarto empossado: Marcelo Queiroga (os outros ministros que passaram pelo Ministério da Saúde foram: Luiz Henrique Mandetta no início da pandemia, Nelson Teich e Eduardo Pazuello).

Os repórteres das duas emissoras passaram a utilizar máscaras também em frente às câmeras. As determinações partiram, respectivamente, das duas emissoras. No caso da TV Globo (2021), a recomendação começou a valer no dia 4 de maio de 2020. Já a TV Record passou a adotar o mesmo procedimento três dias depois, em 7 de maio de 2020, conforme Ricco (2020).

Jornal Nacional – 01/04/2021

O Jornal Nacional do dia 1º de abril de 2021 foi apresentado por William Bonner e Renata Vasconcellos.

Tabela 6 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 03/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	20
reportagens sobre a COVID-19	11
reportagens sobre outros assuntos	9

Fonte: autoria própria.

Não houve nenhuma matéria abordando as coletivas de imprensa ou orientações do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde como ocorreu nas edições analisadas anteriormente. Houve mudança na dinâmica das reportagens do Jornal Nacional da Rede Globo com a inclusão de informações sobre o início da vacinação em todo país. Além do boletim diário, dentro da edição do telejornal com o número de pessoas contaminadas pela COVID-19, o JN passou a, também, acompanhar com boletim diário, o número de pessoas vacinadas em todo país desde dezembro de 2020, início do programa vacinação em todo o país (BRASIL, 2021).

Jornal da Record – 01/04/2021

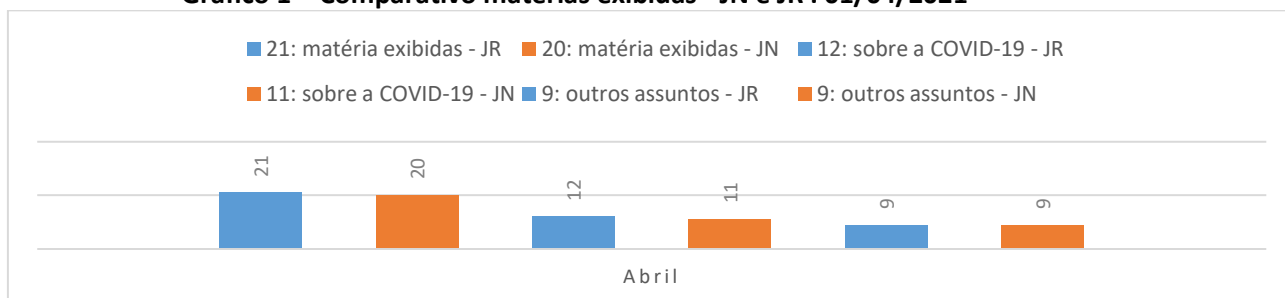
O Jornal da Record no dia 1º de abril de 2021 foi apresentado por Christina Lemos e Luiz Fara Monteiro.

Tabela 7 – Jornal da Record (JR)

Data de exibição: 01/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	29
reportagens sobre a COVID-19	23
reportagens sobre outros assuntos	6

Fonte: autoria própria.

É possível perceber uma semelhança na quantidade de matérias exibidas, temáticas e outros assuntos referentes nas edições comparativas do JN e JR. O fato de ter começado a campanha de vacinação no país (OPAS, 2021b) é um dos indicativos, através desta pesquisa, para maior uniformidade da informação, apesar de cada um dos telejornais terem suas características diferenciadas em todas as edições comparadas.

Gráfico 1 – Comparativo matérias exibidas - JN e JR : 01/04/2021

Fonte: autoria própria.

A comparação demonstra algumas pequenas diferenças entre os dois principais telejornais brasileiros no resultado do balanço dos casos da COVID – 19, a respeito do número de mortos e contaminados. Ainda que a abertura a posições divergentes seja essencial no debate democrático, a falta de uniformidade na comunicação de questões científicas e de políticas pública, durante uma emergência sanitária, trouxe impactos para a adoção ou a resistência de segmentos da população em relação às medidas de combate à pandemia (Souza, et al., 2021).

Considerações finais

Este estudo teve o intuito de contextualizar, a organização da comunicação, sua importância e efeitos na sociedade. A pesquisa discute a comunicação de riscos numa pandemia tão particular e devastadora. Os efeitos foram sentidos na esfera pública atual, diante de uma organização de comunicação administrada nacionalmente pelos órgãos de governo (MS) e internacionalmente (OMS), através de suas fases de comunicação e ação, observando o comportamento do vírus. A organização da comunicação de riscos foi organizada e elaborada, mas a fragilidade ocorreu na prática desta comunicação.

Mudanças de posicionamento, resultados da própria dinâmica da pandemia, nem sempre foram comunicadas de forma adequada: era importante destacar que novas pesquisas e a própria evolução do vírus levaria a mudanças nas recomendações das autoridades sanitárias, mas muitas vezes essas alterações foram vistas como divergências ou insegurança dos responsáveis pelo combate à pandemia. Perdido em uma situação sem precedentes, o público acabou confuso, entre comunicados divergentes, como aconteceu no caso das mudanças sobre o uso de máscara, discutido nesta análise.

Evidentemente, a divergência entre instâncias governamentais e até a troca de ministros da saúde sinaliza transtornos internos na gestão sanitária: dependendo de qual autoridade estava na frente dos microfones, ora o vírus foi tratado como uma ameaça terrível, ora foi minimizado, fazendo com que a população se questione sobre o que, de fato, acontecia e o que deveria ser feito.

Nas análises comparativas entre os dois maiores telejornais brasileiros, o estudo conclui ações diferenciadas na comunicação e informação. As duas edições do JN em 2020 priorizaram trechos das coletivas de imprensa do MS e da OMS, reforçando a unidade entre os dois órgãos sobre a informação da pandemia e os cuidados com a higienização, distanciamento social e isolamento, acreditando que esta seria a melhor forma de comunicar à população o que estava acontecendo. Fora isso, as edições do JN mostraram o placar dos casos do coronavírus no país, apresentando o número de contaminados e mortos nas últimas 24 horas e o total de casos. O telejornal da Rede Globo foi o único a abordar em ambas as edições o uso das máscaras, destacando que as sanitárias deveriam ser reservadas para os profissionais da saúde, enquanto as de pano poderiam ser usadas pelo público em geral. O JN apresentou um tom mais crítico à postura do governo federal frente a pandemia evitando exibir entrevistas de representantes ou ministros do executivo além de Mandetta. Numa das matérias, destacou a falta de comprometimento do Palácio do Planalto para evitar a disseminação do vírus desde o início da pandemia. Os 36 eventos oficiais realizados com a presença do Presidente da República foram repletos de aglomerações e com o mandatário sem máscara. O telejornal da emissora não deixou de mostrar as ações na economia do governo federal como liberações do auxílio emergencial para os trabalhadores informais.

Já as edições de 2020 do JR exibiram maior quantidade de reportagens sobre a nova pandemia e outras temáticas do que o JN. Alinhado à aproximação política da emissora e da liderança bolsonarista, o JR valorizou as ações do governo federal, apresentando possíveis entrevistas e coletivas do presidente e seus ministros. Nos boletins com o placar do coronavírus, mostrou o número de pessoas contaminadas pela COVID-19 no país, número de mortos e o saldo total, além dos casos de pessoas recuperadas em 24 horas e o total de recuperados – um elemento sempre privilegiado na comunicação oficial do MS de Bolsonaro. Já no giro pelo mundo, adotou a mesma postura que a concorrência: número de mortos e contaminados pela COVID-19. O diferencial foi a apresentação do número de recuperados. Na edição do dia 03/04/2020, o JR mostrou algo que não foi abordado pelo Jornal Nacional:

a mudança de postura do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, sobre a utilização da cloroquina no tratamento de pacientes contaminados pela COVID-19. O então ministro era contrário ao tratamento e reforçou, no trecho analisado, que as evidências da eficácia do tratamento eram já “frágeis”, mas passou a admitir naquele momento a utilização do medicamento para os casos mais graves da doença. O JR apresentou pesquisas científicas à procura de uma cura ou confecção de vacinas para o coronavírus, ações não apresentadas pelo JN em nenhuma de suas edições. Da mesma forma que seu rival, mostrou o auxílio emergencial.

Ao final da análise, o estudo ressalta a definição da adoção da máscara de pano pela OMS como opção de proteção ao contágio da COVID-19. A demora nesta conclusão foi evitar que a população se sentisse totalmente protegida e esquecesse de executar os outros cuidados: lavar bem as mãos, álcool gel e o distanciamento social.

Um ano depois, em abril de 2021, o JN e o JR apresentaram convergências: os repórteres de ambas as emissoras já adotavam máscaras de proteção. Nas abordagens das matérias, as duas emissoras realizaram conteúdos valorizando os profissionais da saúde, exemplos de pessoas que se recuperaram do vírus pelo mundo e os avanços da campanha de vacinação iniciada no país - mostrando o placar de vacinação com as aplicações das 1ª e 2ª doses contra a COVID-19, atualizando sempre o número de pessoas contaminadas e mortas pelo novo coronavírus. Ainda assim, o JR permanecia apresentando, em todas as suas edições, o número de recuperados da doença no Brasil e no mundo.

Em conclusão, este estudo aponta que a campanha de vacinação, nas edições estudadas do dia 1º de abril de 2021, aproximou a linha editorial dos telejornais concorrentes. Ainda que grupos antivacina tenham tentado dissuadir o público, o grande interesse sobre a vacinação uniu a cobertura desses dois veículos, que se alinharam na divulgação das campanhas de imunização.

REFERÊNCIAS

BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE. Aniversário da criação do Ministério da Saúde. **BVMS**, 2020. Disponível em: <https://bvmsms.saude.gov.br/25-7-aniversario-de-criacao-do-ministerio-da-saude-2>. Acesso em: 26 jun. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Centro de Operações de Emergências em Saúde Pública COE-COVID-19. **Boletim Epidemiológico**, v.2. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 2020a. Disponível em: <https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2020/fevereiro/13/Boletim-epidemiologico-COECorona-SVS-13fev20.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **Plano de Contingência Nacional para Infecção Humana pelo novo Coronavírus COVID-19**. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 13 Fev. 2020b. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/publicacoes-tecnicas/guias-e-planos/livreto-plano-de-contingencia-espin-coe-26-novembro-2020>. Acesso em: 26 jun. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria Extraordinária de Enfrentamento à COVID-19. **Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a COVID-19**. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 7 Out. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/publicacoes-tecnicas/guias-e-planos/plano-nacional-de-vacinacao-covid-19>. Acesso em: 26 jun. 2024.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins et al. A monotematização da cobertura jornalística da Covid-19 no Jornal Nacional e Jornal da Record. **Revista Pauta Geral: estudos em jornalismo**, Ponta Grossa, v.7, p.1-17, 2020. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/16968/209209213862>. Acesso em: 26 jun. 2024.

FISCHER, Desmond. **O Direito de Comunicar: Expressão, informação e liberdade**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.

GLOBO, Jornal Nacional. Repórteres da Globo vão passar a usar máscara inclusive diante da câmera nas ruas. **G1**, 4 maio 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/04/reporteres-da-globo-vao-passar-a-usar-mascara-inclusive-diante-da-camera-nas-ruas.gh.html>. Acesso em: 26 jun. 2024.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

KANTAR, Ibope Media. *Consumo de vídeo bate recorde no Brasil*. Kantaribopemedia, 09 mar. 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>. Acesso em: 26 jun. 2024.

KUNCZINK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul – Manual de Comunicação**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Missão, visão e valores institucionais. **MS**, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/aceso-a-informacao/institucional>. Acesso em: 26 jun. 2024.

MOTTA, Anaís. Mandetta, Teich, Pazuello e Queiroga: os 4 ministros da saúde da pandemia. **UOL**, 8 mar. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/03/15/mandetta-teich-pazuella-e-queiroga-os-4-ministros-da-saude-da-pandemia.htm>. Acesso em: 26 jun. 2024.

OPAS. **Folha informativa – COVID-19**. Washington: Organização Pan-Americana da Saúde, 2020a. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso em: 26 jun. 2024.

OPAS. **Orientação sobre o uso de máscaras no contexto da COVID-19**. Washington: Organização Pan-Americana da Saúde, 6 Abr. 2020^b. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51994/OPASBRACOV1920041_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 26 jun. 2024.

OMS. **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública**: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2018. Disponível em: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201_por.pdf?ua=1. Acesso em: 26 jun. 2024.

RICCO, Flávio. Record também determina que repórteres passem a usar máscara na TV. **UOL**, 5 maio 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/05/05/record-tambem-determina-que-reporteres-passem-a-usar-mascaras-na-tv.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SOUZA, Sheila Rodrigues et al. **Ciência e SUS no cotidiano**: reflexões sobre a cobertura midiática durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. Brasília, Universidade de Brasília, 2021. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2309/3885>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SOUZA Vitor de. et al. Riscos, dilemas e oportunidades: atuação jornalística em tempos de COVID-19. **Revista Estudos em Comunicação**, Portugal, n. 31, p. 1-33, 2020. Disponível em: <http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/881/pdf>. Acesso em: 26 jun. 2024.

STEVANIM, Luiz Felipe; MURTINHO, Rodrigo. **Direito à Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2010.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

IVAN PAGANOTTI

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e pesquisador do CNPq (PQ-2). Realiza pós-doutorado no TIDD/PUC-SP, sob orientação de Pollyana Ferrari. Doutor em Ciências da Comunicação pela USP.

E-mail: ivan.paganotti@metodista.br

RAPHAEL LEAL DE OLIVEIRA SANCHES

Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob orientação do Prof. Dr. Ivan Paganotti, desenvolve pesquisa com bolsa CAPES. Coordenador e docente do curso de jornalismo da Faculdade Canção Nova.

E-mail: raphaellealoliveira@yahoo.com.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 143-164, jan-jun, 2024

Desinformação e vacina: “O Lado Obscuro das Vacinas”

Misinformation and vaccine: “The Dark Side of Vaccines”

Desinformación y vacuna: “El Lado Oscuro de las Vacunas”

Tiago MAINIERI

Pós-doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Docente da Universidade Federal de Goiás (UFG).

E-mail: tiagomainieri@ufg.br

Rafael MARQUES

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do

Paraná (UFPR).

E-mail: borgesrm@hotmail.com

Enviado em: 03/07/2024

Aceito em: 14/08/2024

RESUMO

Este trabalho é fruto de uma pesquisa netnográfica realizada no grupo antivacina do *Facebook* O Lado Obscuro das Vacinas. Neste artigo, é realizada a análise das origens de conteúdo do grupo, com o objetivo de identificar o teor informativo ou desinformativo delas. O recorte são todas as publicações do ano de 2019. Esta análise é embasada pelas discussões teóricas acerca da desinformação e suas interseccionalidades com aspectos sociais. A metodologia engloba a etnografia e análise de conteúdo. Em resumo, os resultados apontam para uma tendência de busca por conteúdo externo para compartilhamento com os outros membros, inclusive aquele que lança mão de publicações jornalísticas. Além disso, é evidente a relevância da interação.

Palavras-chave: *Desinformação; Vacina; Redes Sociais; Facebook.*

RESUMEN

Este trabajo es resultado de una investigación etnográfica realizada en el grupo anti-vacuna de Facebook O Lado Obscuro das Vacinas. En este artículo se propone analizar los orígenes de los contenidos del grupo, con el objetivo de identificar su contenido informativo o no informativo. La selección son todas las publicaciones del año 2019. Este análisis se basa en discusiones teóricas sobre la desinformación y sus interseccionalidades con los aspectos sociales. La metodología es responsabilidad de la etnografía digital y el análisis de contenido. En resumen, los resultados apuntan a una tendencia a la búsqueda de contenidos externos para compartir con otros miembros, incluidos aquellos que utilizan publicaciones periodísticas para este fin. Además la relevancia de la interacción es evidente.

Palabras clave: *Desinformación; Vacuna; Redes sociales; Facebook.*

ABSTRACT

This study is the result of ethnographic research carried out in the anti-vaccine *Facebook* group O Lado Obscuro das Vacinas. In this article, it is proposed to analyze the origins of the group's content, with the aim to identify their informative or uninformative content. The selection is all publications from the year 2019. This analysis is based on theoretical discussions about disinformation and its intersectionalities with social aspects. The methodology is the responsibility of digital ethnography and content analysis. In summary, the results point to a tendency to search for external content to share with other members, including those who use journalistic publications for this purpose. Furthermore, the relevance of interaction is evident.

Keywords: *Disinformation; Vaccine; Social media; Facebook.*

Introdução

A profusão de conteúdo falso circulante na internet e as suas sérias consequências foram tema de discussão pública e pesquisa ao redor do mundo nos últimos anos. Diferentemente da prática de espalhar pontualmente boatos, fofocas ou informações imprecisas, a desinformação se beneficia de algumas das qualidades mais proeminentes da internet, como a velocidade de propagação, alto alcance, relativo baixo custo e acessibilidade. Na sociedade hiperconectada em rede, marcada pela economia da atenção, a disseminação de informações falsas tem consequências tão sérias que o fenômeno tem sido apontado como uma ameaça à saúde pública e à democracia, por exemplo.

Naturalmente, diversas instituições se voltaram para este fenômeno em um esforço de lidar com suas consequências. É possível apontar exemplos como o das agências de checagem (*fact-checking*) e iniciativas de comunicação pública da ciência para consulta pública sobre conteúdo veiculado na rede e difusão de conhecimento epistemologicamente confiável. Outras iniciativas que valem ser citadas passam por debates sobre implementação de legislação específica contra a prática desinformativa, responsabilização das plataformas e desmonetização de conteúdo desinformativo.

Neste cenário desinformativo, dois tipos de abordagens são mais evidentes em pesquisas sobre o assunto (embora, é claro, não sejam as únicas): aqueles estudos que estão centralizados em iniciativas de combate à desinformação, incluindo aqueles sobre agências de checagem, *accountability* e *compliance* de plataformas de redes sociais, políticas públicas, legislação, educação científica, etc.

Outra gama de estudos procura compreender e analisar o outro lado da moeda: os desinformadores, as vítimas da desinformação e sua comunicação. Estes estudos buscam elucidar o processo desinformativo em suas diversas interfaces, como sua origem, financiamento, conteúdo, estratégias e responsáveis. Este trabalho faz parte deste segundo grupo.

Um dos tipos de desinformação mais evidentes atualmente é aquele anti-vacina. A Organização Mundial da Saúde (OMS) já apontava, em 2019, antes da pandemia de Covid-19, que a hesitação vacinal influenciada por desinformação era uma das ameaças globais à saúde pública. A crise sanitária que ocorreu desde o início de 2020 até final de 2021 não só

comprovou a seriedade desta ameaça como também trouxe um debate acalorado sobre a relevância do tema.

Este trabalho¹ busca compreender a dinâmica comunicacional de comunidades anti-vacina e para isso realiza uma etnografia das publicações e comentários de um grupo do Facebook chamado O Lado Obscuro das Vacinas. O grupo foi criado em 24 de dezembro de 2014 e possuía, na data de análise, mais de 15 mil membros. Durante todo o período de observação o grupo oscilou seu estado de acessibilidade entre público e privado, principalmente para evitar punições da plataforma².

Neste estudo, ainda é realizada uma discussão teórica sobre o fenômeno desinformativo e seus entrelaçamentos com o movimento anti-vacina. Em seguida, são apresentadas a abordagem metodológica e os resultados da análise, em especial as origens dos conteúdos veiculados e seu teor informativo. Por fim, estes resultados são discutidos à luz dos conceitos teóricos abordados.

1. Desinformação, conceitos e contextos

Embora a fabricação de notícias falsas não seja novidade na história humana, as novas formas de socialização oportunizadas pelos novos meios de comunicação digitais propiciaram novos patamares para este problema. Traquina (2005, p. 180) afirma que notícias são o resultado de um processo de produção simbólica, onde ocorre a percepção, seleção e transformação de acontecimentos em um produto final, a notícia.

Porém, em um contexto contemporâneo de quase ubiquidade das plataformas e uma crise epistêmica marcada pelo desarranjo da noção de credibilidade (Gomes; Dourado, 2019; Oliveira, 2020; Albuquerque; Quinan, 2019), este poder simbólico que os meios tradicionais de comunicação possuíam esbarra em uma nova lógica sistêmica das redes que não só desestabilizam estas estruturas tradicionais de hierarquias e distribuição de poder como também oportunizam novas lógicas de ascensão político-social através de recursos de rede, engajamento e comunicação (Castells, 2015).

Desse modo, produtores de conteúdo que alcançam uma performance bem sucedida dentro das lógicas das plataformas podem conquistar tanto destaque quanto, quiçá mais, do que fontes de informação e conhecimento tradicionalmente detentoras de credibilidade

¹ Este trabalho é um recorte de uma dissertação (Marques, 2021) de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

² Atualmente (julho/24) o grupo encontra-se inacessível, embora a *fanpage* e o site funcionem normalmente.

perante a sociedade como, por exemplo, universidades, cientistas, Estado e jornalistas. A pluralidade e saturação de fontes de informações (Traquina, 2005; Keen, 2009) pode tornar esparsa a atenção dos consumidores de mídia e reduzir a relevância de meios tradicionais.

Consequentemente, a proliferação de conteúdo falso, impulsionado por estes fatores, consegue conturbar o ecossistema informativo digital. Se a discussão sobre o fenômeno desinformativo desafia governos, cientistas e especialistas, para o cidadão comum, talvez leigo, conectado à rede e alheio a discussões políticas e acadêmicas sobre a segurança informacional na internet, essa cacofonia informacional pode passar despercebida ou, pior ainda, natural.

Como aponta Wolton (2011, p. 50-53), a abundância de informação não significa verdade, pelo contrário, elas podem ser aparentemente idênticas e levar à intolerância e à desinformação. É nesse turbilhão de informações dissonantes que a hesitação vacinal (Levi, 2013; Succi, 2018) ganha força, ao oportunizar o encontro entre aqueles que procuram ou topam com informações sobre saúde nas redes e produtores de informações falsas ou imprecisas sobre vacinas, doenças, efeitos colaterais entre outras coisas.

Antes de prosseguir é importante ressaltar que, embora usados constantemente como sinônimos, fake news e desinformação não são a mesma coisa. As *fake news* (Sacramento *et al.*, 2022; Jaster; Lanius, 2018) podem ser definidas como notícias verificáveis e intencionalmente falsas, mas, atualmente, este termo não é suficiente para descrever este ecossistema informativo marcado pela insegurança em relação às fontes e integridade das informações compartilhadas (D'ancona, 2018; Wardle; Derakhshan, 2017; Bennett; Livingston, 2018). Adota-se, portanto, o termo desinformação, que abrange de forma mais ampla este ecossistema (des)informativo marcado por uma extrema desconfiança sobre as instituições que outrora foram baluartes da verdade e uma nivelção de opiniões que disputam entre si sob critérios de audiência emotivos condicionados pelas plataformas.

Além da insegurança informacional, D'Ancona (2018) argumenta a existência de uma indústria da desinformação, definida por ele como uma difusão sistemática de informações falsas por organizações não facilmente identificáveis em favor de grupos de interesse que se beneficiam com um obscurecimento dos fatos, confusão e/ou controvérsia do público sobre determinado tema (D'ancona, 2018, p. 46-48).

Esta perspectiva da desinformação instrumentalizada em torno de objetivos específicos, principalmente capital, também pode ser observada na análise que os historiadores Oreskes e Conway (2010) realizaram de diversos acontecimentos na história dos EUA onde explicitam como representantes de diversas indústrias, cientistas, e governo se enfrentaram para influenciar no estabelecimento da verdade. Em seu livro, os autores (Oreskes; Conway, 2010, n.p.) explicitam como cientistas antiéticos foram cooptados por indústrias para defenderem seus interesses disfarçando lobby de ciência. Casos notáveis apontados são da indústria do cigarro que questionava estudos relacionando o tabagismo ao câncer ou empresas do ramo petrolífero questionando a relação entre combustão de combustíveis fósseis e o aquecimento global.

Outro fato importante é que estes cientistas contavam com uma mídia complacente que, para justificar o espaço dado a este tipo de discurso, argumentava que todos os lados deveriam ser ouvidos. Em última instância, os autores (Oreskes; Conway, 2010, n.p.) concluem que todo esse maquinário desinformativo era projetado e mantido com o propósito claro de defender aos interesses de donos de capital interessados em *laissez-faire*, o liberalismo econômico, onde donos de capital fazem o que bem entendem e o Estado permanece mínimo e abnegado de regulamentação.

Esta proliferação de desinformação tem, em última instância, uma consequência séria: o abalo na confiança em instituições fundamentalmente democráticas como a imprensa e a política (Bennett; Livingston, p. 126-127, 2018). Em substituição e oposição a estas instituições produtoras de conhecimento e informação, até então detentoras de credibilidade, irrompe uma enxurrada de informações baseadas não só em informações falsas mas também em teorias conspiratórias, pseudociências, ciência picareta entre outras formas de engano não-científico ou factual.

Embora seja essencial considerar o papel dos indivíduos envolvidos em comunidades virtuais que engajam e proliferam conteúdos falsos, conspiratórios ou difamatórios, a desinformação também pode se originar de outras fontes. Autores como Oreskes e Conway (2010) e Lewandosky *et al.* (p. 108, 2012) argumentam que as principais origens de desinformação são: a) rumores e ficção, b) governo e políticos, c) interesses particulares e) a mídia. Esta perspectiva complexifica a apreensão do fenômeno ao trazer para a discussão o papel das próprias instituições produtoras de conhecimento no ecossistema desinformativo.

Pilati (2020, p. 98-104) indica três armadilhas nas quais indivíduos podem cair acreditando estarem dando crédito a um sistema de crença válido: a) pseudociência, aquela prática que se traveste de científica mas falha em prover sua falseabilidade e corroboração dos pares, elementos essenciais do conhecimento científico apontados por Popper (2008); b) ciência picareta, aquela ciência feita erroneamente, propositalmente ou não; c) protociência, aquele conhecimento científico incipiente e ainda não comprovado que é apropriado de maneira precoce como verdade.

Pilati (2020, p. 84) propõe ainda um novo conceito: os escaninhos mentais. Ancorado na Teoria da Dissonância Cognitiva de Festinger (1975), que explica como indivíduos mantêm sistemas de crenças incompatíveis para satisfazer as necessidades de assertividade e infalibilidade de sua psique, Pilati (2020) argumenta que os indivíduos formam estes escaninhos como forma de isolar e suspender sistemas de crença conflitantes a fim de manter uma harmonia no seu sistema de crenças e na sua forma de compreender o mundo. Esta é a brecha para que um indivíduo creia ao mesmo tempo, por exemplo, na teoria da evolução (ciência) e na astrologia (pseudociência).

Esta adesão a conteúdos sem base factual também é abordada por Albuquerque e Quinan (p. 102, 2019), que, ao discorrerem sobre a ascensão de teorias conspiratórias no debate público, apontam como origem do problema uma crise epistemológica resultante da relação conturbada dos indivíduos com as instituições modernas. Segundo os autores:

Com experiências pessoais (como relatos próprios, ou de algum parente ou alguém próximo) no topo da hierarquia de credibilidade de informação para sujeitos da modernidade e a suspeitas em relação à mídia tradicional, a opinião pessoal não-mediada passa a ter um peso político importante (Albuquerque; Quinan, p. 90, 2019).

Marinelli (p. 1189, 2020) corrobora esta perspectiva e reitera que a atratividade de relatos próximos e familiares com o cotidiano do indivíduo possui grande apelo pela sua proximidade com a realidade. O autor nomeia esta condição de empirismo pessoal limitante (Marinelli, p. 1197, 2020), onde “apenas as experiências pessoais, adquiridas individualmente, importam”. Está aberta, desta maneira, uma grande brecha para produtores de qualquer tipo de conteúdo falso que queiram se aproveitar desta crise de confiança nas instituições tradicionalmente confiadas como portadoras da verdade, como a imprensa e a ciência, por exemplo.

Se a adesão a narrativas desinformativas e pseudocientíficas parece ser fácil, ações de checagem parecem não oferecer uma solução. Nyhan e Reifler (2007) realizaram experimentos com indivíduos expostos a notícias falsas que posteriormente foram expostos a notícias verdadeiras e constataram que os participantes se recusaram a mudar de opinião sobre o tópico. Na verdade, em alguns casos, eles chegaram a fortalecer ainda mais suas crenças. Em suma, Nyhan e Reifler (2007) constataram que o comprometimento ideológico ultrapassava contradições factuais das crenças.

O papel da mídia como produtor ou disseminador de desinformação passa por diversos fatores sistemáticos, mas dois são essenciais a este trabalho (Lewandowsky *et al.*, p. 110-111, 2012): em primeiro lugar há a tendência da mídia em simplificar, representar erroneamente ou dramatizar resultados científicos - principalmente por urgências do processo jornalístico e orientação por audiência. Em segundo lugar, os autores apontam um desejo por apresentar uma história pelos seus dois lados.

Essa é uma brecha que permite que um doutor em física tenha o mesmo espaço e autoridade representada em uma reportagem que um terraplanista, por exemplo. Se, como demonstrado, a ciência picareta ou proto-ciência são elementos centrais para a desinformação, poderia dizer-se o mesmo sobre o jornalismo picareta ou proto-jornalismo? De qualquer forma, algumas iniciativas gestadas a partir da práxis jornalística despontam como medida de contenção à perda de credibilidade da imprensa e também da ascensão de informações falsas nas redes.

Afonso Albuquerque (2021) problematiza a “autoproclamada solução para a desinformação pelas agências de checagem de notícias falsas”. Em sua análise, o autor (Albuquerque, p. 133-134, 2021) aponta uma tendência geral neoliberalista no modo de atuação destas agências, uma leniência com conteúdo produzido pelas empresas tradicionais de imprensa (como se fossem naturalmente imparciais e verdadeiras) e um foco de atuação sobre atores políticos ou meios de comunicação tomados como politicamente alinhados.

Esta crítica é especialmente válida ao propor um debate sobre a necessidade de se estabelecer critérios críticos de consumo de informação além da simples atribuição por autoridade de status de verdade. Se é necessário combater a desinformação, é ainda mais pertinente manter um ceticismo saudável sobre quem ou o quê ocupará este posto de emissor da verdade. Então, se ao trazer para o debate instituições produtoras de conhecimento e informação mais “confiáveis” e/ou “íntegros” e considerar seu papel no ecossistema

desinformativo, é possível vislumbrar uma conceituação que consiga abranger melhor o fenômeno.

Claire Wardle e Hossein Derakhshan descreveram em um relatório o que chamaram de ecossistema da desinformação em seu processo e conteúdo. Segundo o relatório, conteúdos podem ser classificados quanto a seu modo de propagação (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 5): a) Informação incorreta (*Mis-information*): compartilhamento de informação falsa, sem intenção de dano. Conteúdos com falsa conexão ou conteúdo enganoso. b) Desinformação (*Dis-information*): compartilhamento de informação falsa, com intenção de dano. Conteúdos com falso contexto, conteúdo manipulado, fabricado ou impostor; c) Má-informação (*Mal-information*): compartilhamento de informação genuína, com intenção de dano. Conteúdos como vazamentos, assédio e discurso de ódio, por exemplo.

Destes três modos de propagação, a má-informação é o único que não possui teor de falsidade, de acordo com Wardle e Derakhshan (2017), embora seja imbuído da intenção de dano. Ela pode sim ser prejudicial, mas os outros dois modos de propagação, a informação falsa (*mis-information*) e a desinformação (*disinformation*) possuem conteúdo falso e são pertinentes a este trabalho.

De acordo com os autores (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 17), este ecossistema da desinformação (*disinformation* e *misinformation*) é composto por sete conteúdos distinguíveis. São eles: 1) Sátira ou paródia: conteúdo sem intenção de prejudicar, mas com potencial de enganar; 2) Conteúdo enganoso: uso de informações de maneira enganosa para enquadrar um assunto ou indivíduo; 3) Conteúdo impostor: personificação de uma fonte genuína; 4) Conteúdo fabricado: conteúdo 100% falso criado com a intenção de enganar e prejudicar; 5) Falsa conexão: quando manchetes, ilustrações ou legendas estão em desacordo com o conteúdo; 6) Falso contexto: conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas; 7) Manipulação do contexto: quando uma informação ou imagem autêntica é manipulada com o objetivo de enganar.

Contudo, um elemento do processo desinformativo adotado não pode ser acessado nesta abordagem metodológica. É impossível determinar se o indivíduo disseminador da desinformação (neste trabalho, o ator da rede que posta conteúdo desinformativo) crê que o conteúdo veiculado é verdadeiro ou falso. Embora seja possível analisar o conteúdo da postagem para determinar a sua veracidade e assumir o desejo do ator da rede de persuadir pelo ato de postar, analisar os outros elementos do processo descrito por Wardle e Derakhshan (2017) se torna problemático em uma pesquisa em redes sociais.

Duas possibilidades são abertas: a do desinformador, que age deliberadamente com intuito de desinformar, e a do disseminador de desinformação, que pode não suspeitar da inveracidade do conteúdo que dissemina. Porém, embora seja difusa a diferença entre elas e improvável a identificação de qual seja o caso, é possível apontar quais informações são falsas e o porquê de serem falsas. Em ambos os casos, conteúdo falso é o ponto central. Assim, é possível indicar quais publicações são desinformativas, entendidas aqui como adjetivo para publicações com conteúdo falso, e quais atores estão disseminando desinformação. Também é possível identificar quais portais disseminam este tipo de conteúdo. Este é o entendimento que guia a abordagem metodológica a seguir.

2. Metodologia e resultados

A desinformação é potencializada pelo uso das tecnologias de informação e comunicação, proliferando nas redes sociais digitais que, segundo Recuero (2010, p. 24), são grupos sociais expressos através de conexões entre diversos atores mediadas pelo computador. Dois elementos, assim, são essenciais para a compreensão de uma rede social: atores e conexões. Os atores nas redes sociais são, graças à natureza da comunicação mediada por computador, “construções identitárias do ciberespaço” (Recuero, 2010, p. 25).

Estas construções identitárias digitais interagem entre si e criam laços, formando a própria estrutura social do espaço em questão. As conexões são o segundo elemento essencial para a compreensão de uma rede social. Segundo Recuero (2010, p. 30), elas são constituídas dos laços sociais provenientes das interações entre os atores da rede. Estas interações podem ser percebidas como as ações performáticas comunicativas dos atores em suas conexões. São estes atores e conexões que constituem a teia sobre a qual a desinformação cresce.

Os resultados trazidos aqui são um recorte de uma pesquisa anterior (Marques, 2021) e abrangem a natureza da origem do conteúdo publicado no grupo do Facebook O Lado Obscuro das Vacinas durante o ano de 2019. A escolha desse período justifica-se pelo fato de ser anterior à pandemia de Covid-19, que conturbou e homogeneizou tematicamente comunidades virtuais anti-vacina e pelos números recordes de baixa cobertura vacinal no país.

A partir de uma pesquisa exploratória, foram encontrados vários grupos anti-vacina nas plataformas de redes sociais. O Lado Obscuro das Vacinas se destaca como um dos

grupos mais ativos e com o maior número de integrantes. Inicialmente, tratava-se de um grupo fechado. Posteriormente, alterou-se seu status tornando-se um grupo aberto. A administração e a moderação do grupo são realizadas por (I. S.), através de um perfil pessoal que também evidencia administrar, de forma paralela, uma página (*fanpage*) e um site que funcionam como um espelho das principais postagens veiculadas na comunidade. Esta administradora e moderadora pode excluir publicações, membros, alterar o caráter de privacidade do grupo, aceitar ou rejeitar usuários que solicitem entrada e também suspender ou excluir o grupo.

A concepção de etnografia em ambientes virtuais despertou muitas discussões teóricas (Fragoso *et al.*, 2011, p. 171-172) sobre a adaptação do termo para ambientes deslocados de fisicalidade e temporalidade. Etnografia na internet conta com uma gama de termos associados a este campo de pesquisa acadêmica e mercadológica. Segundo Fragoso *et al.* (2011, p. 198), netnografia, etnografia digital, webnografia e ciberantropologia são alguns exemplos da pluralidade de termos que tentam nomear este tipo de pesquisa, mas são essencialmente o mesmo processo, que aqui é denominado simplesmente etnografia.

Embora Kozinets (2010) e Hine (2000, p. 65) apontem a observação participante como passo importante na etnografia em ambientes virtuais, a realização deste trabalho esbarrou em algumas peculiaridades do objeto. Pode-se entender a observação participante como a interação com os atores no *locus* de forma participativa. Kozinets (2010, p. 95) aponta que a falta completa de participação do etnógrafo no campo de maneira participativa o priva de uma compreensão mais profunda da cultura a ser observada, o que poderia resultar em um trabalho meramente descritivo. Fragoso *et al.* (2010, p. 187) estende esta potencial fragilidade para a extração automatizada de dados, que poderia facilmente se confundir com a própria etnografia e resultar em um trabalho igualmente descritivo, mas nomeado como etnográfico.

Esta condição, de observância não-interativa, necessária aqui, é chamada por Hine (2000, p. 48) de *lurker*, ou espreitador. O espreitador seria um observador invisível que não perturba o campo, e é papel que pode ser ocupado por qualquer membro do grupo. Embora a autora (Hine, 2000) aponte que o pesquisador que agir como espreitador perde a capacidade de testar suas interpretações na prática da interação, ele ganha em ter acesso a um campo autêntico por praticamente não contar com suas digitais.

A coleta dos dados foi realizada através da ferramenta de captura de imagem *Lightsbot*, registrando as publicações e comentários na data de coleta. Ao todo foram coletadas 1022 publicações. Estes arquivos foram armazenados cronologicamente em repositórios específicos. Após isto, foi realizada uma análise de conteúdo a partir das categorias temáticas inferidas após a etnografia sob a perspectiva da discussão teórica e factual levantada até aqui. Esta análise é feita a partir da metodologia proposta por Bardin (1977), adaptada ao objeto deste trabalho e à metodologia etnográfica. Esta etapa de análise busca extrair conhecimento sobre as publicações registradas no período e aqui são apresentados os resultados concernentes às origens destes conteúdos.

3. Resultados

Dentro da lógica interativa do *Facebook*, o ator nesta rede pode compartilhar um link externo de um site (incluindo outras redes sociais), compartilhar publicações de outras páginas do *Facebook*, de outros grupos do *Facebook* e de perfis pessoais na rede social. O compartilhamento dentro da plataforma diz respeito a publicações cujo conteúdo foi replicado da própria plataforma *Facebook*, ou seja, outros grupos, páginas e perfis. O compartilhamento é bastante popular e exerce um papel de integração da comunidade a outras fontes de conteúdo dentro da própria plataforma.

E, por último, é possível publicar sem compartilhamento, com uma manifestação própria do ator na própria comunidade. Esta maneira de publicação possibilita ao ator anexar imagens, documentos ou vídeos originais. A origem destes conteúdos, no entanto, é indefinida, não pode ser acessada. Na tabela 1 são listadas as frequências de cada tipo de origem registrada.

Tabela 1: Origem e frequência de conteúdo.

Origem	Frequência	Porcentagem
Site	422	>37%
Próprio	380	>33%
Perfil externo	193	>17%
Página	120	>10%
Grupo externo	6	0,5%
Evento	1	0,08%

Total	1122
-------	------

Fonte: Autores.

Há de se salientar a grande proporção de utilização de conteúdos externos, uma apropriação que usa até o limite as possibilidades da plataforma. Hine (2000, p. 141) afirma que o uso de uma voz diferente, geralmente de alguém com mais autoridade aos olhos da comunidade, acrescenta autenticidade para o ator ao emprestar a ele corroboração. Esta predominância de links externos demonstra também a importância da atividade de atores performando como conectores dentro da rede, trazendo conteúdos para os outros membros.

O segundo lugar, bem próximo, de publicações originais demonstra também a importância da interatividade em detrimento de somente compartilhamento de informações entre os membros. A inferioridade dos outros quatro tipos de origem demonstram, talvez, uma concorrência de relevância entre grupos, páginas e perfis anti-vacina na plataforma. Se o objetivo do grupo é crescer e se fortalecer, a escolha de origem diz muito sobre que tipo de fonte o grupo dá preferência no compartilhamento de conteúdo. Ou, mais ainda, também dá indício de que o sistema desinformativo anti-vacina no *Facebook*, ou seja, o conjunto de páginas, grupos e perfis que propagam este tipo de conteúdo, pode ser desagregado, isolado pela plataforma, reduzido ou qualitativamente ordinário.

Mas, além do seu tipo, também é importante compreender a natureza desta origem, qual é o tipo de conteúdo que ela comumente produz e qual é a sua relevância para o grupo. Na tabela 2 é possível observar a classificação proveniente da análise, com o teor da origem, a sua frequência total e a média de reações que esta categoria alcançou nas publicações.

Tabela 2: Teor e média de reações das origens.

Teor da origem	Frequência	Média de reações
Perfil ou página comum no Facebook	602	>15
Mídia tradicional	163	>58
Desinformativo	155	>26
Outros	59	>36
Governamentais/científicos	52	>23
Medicina alternativa	46	>20
Suspeito	45	>23

Fonte: Autores.

Enquanto a maioria das categorias são autoexplicativas, algumas devem ser melhor detalhadas. Há a distinção de origens legítimas no *Facebook*, enquadrados na categoria “Perfil ou página comum no *Facebook*” para as desinformativas, que foram enquadradas em sua respectiva categoria. Já a categoria “Outros” agrega origens com foco em entretenimento, blogs genuínos, canais no *Youtube* legítimos, etc. Enfim, fontes que não tem foco relevante para este trabalho.

Com frequência majoritária (53%) perfis e páginas comuns no *Facebook* poderiam ser perfis próprios, perfis externos, grupos ou páginas que fossem comuns. Em geral eram publicações próprias no grupo. Os perfis externos eram, em sua maioria, de membros do grupo. Os atores postaram manifestações ou conteúdos em seus perfis pessoais e depois compartilharam no próprio grupo. Alguns o faziam, talvez, com intenção de agregar capital social para si dentro do grupo. Outros apenas compartilhavam uma publicação sua em que compartilhavam outro conteúdo. A menor proporção de compartilhamento externo foi a de perfis de terceiros, páginas e grupos.

Origens com teor de Medicina Alternativa mereceram um destaque pela sua frequência e relevância na análise. Elas eram comumente associadas a desinformação contra vacinas e apresentavam tratamentos, medicamentos ou práticas terapêuticas como alternativas à vacinação. Não é possível afirmar que algum dos membros seja proprietário das empresas por trás destes sites, mas é possível afirmar que estes sites, ao promover a hesitação vacinal em detrimento da compra de seus serviços e produtos, promovem seu próprio negócio utilizando desinformação. Este fato parece corroborar a afirmação de D’Ancona (2018) de que existe uma indústria da desinformação.

Para categorizar uma origem como desinformativa recorreremos a algumas referências: As diversas origens foram consultadas por uma pesquisa no site por notícias/informações sabidamente falsas, pela presença em sites checagem de fatos como propagador de notícia falsa e a partir do Manual de identificação de *Fake News* elaborado pelos grupos de divulgação científica Vidya Academics e Pretty Much Science. Em última instância, foi realizada uma pesquisa sobre as alegações e fatos do conteúdo para, caso fossem descobertos como falsos, serem categorizados como desinformativos.

Para caracterizar uma origem como suspeita, observou-se a veiculação de uma informação, notícia ou relato inverossímil e/ou exagerado, sem fontes ou com relato

inacessível. Por exemplo, é comum nesta categoria vídeos e relatos escritos de óbitos e intoxicação por vacinas cujos autores, localidades e vítimas não podem ser identificados. As origens desta categoria estão muito mais próximas da desinformação do que da legitimidade, mas não foi possível comprovar que suas alegações eram falsas.

A categoria desinformativa consegue uma boa média de reações e está em terceiro lugar em frequência. A categoria suspeita também demonstra boa capacidade de repercussão. Isso demonstra a relevância deste tipo de conteúdo, mas também que não é só disso que se faz a dinâmica comunicativa dentro do grupo. Abaixo, a Tabela 3 descreve as naturezas de conteúdo identificadas dentro da categoria desinformativo a partir da classificação de Wardle e Derakhshan (2017).

Tabela 3: Natureza do conteúdo desinformativo

Natureza do conteúdo desinformativo	Frequência	Média de reações
Sátira ou paródia: conteúdo sem intenção de prejudicar, mas com potencial de enganar	0	0
Conteúdo enganoso: uso de informações de maneira enganosa para enquadrar um assunto ou indivíduo	253	>32
Conteúdo impostor: personificação de uma fonte genuína	64	>28
Conteúdo fabricado: conteúdo 100% falso criado com a intenção de enganar e prejudicar	76	>32
Falsa conexão: quando manchetes, ilustrações ou legendas estão em desacordo com o conteúdo	18	>38
Falso contexto: conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas	70	>47
Manipulação do contexto: quando uma informação ou imagem autêntica é manipulada com o objetivo de enganar	0	0

Fonte: Autores.

O maior destaque em relevância, ou seja, em capacidade de gerar reações nas publicações ficou com a categoria “Mídia tradicional”. As publicações que compartilhavam matérias jornalísticas legítimas buscavam gerar debate usando uma notícia verdadeira como ponto de discussão, base para emitir uma opinião ou mesmo para associar uma desinformação.

O uso de uma fonte legítima, pelo menos aos olhos do senso comum, pode agregar credibilidade ao discurso do ator, afastando uma percepção de que o seu argumento é falso ou desinformativo. A mesma lógica ocorre com fontes do tipo “Governamentais/científicos”, que aglomeram comunicados, dados, estudos, notícias oficiais e científicas legítimas.

A maior capacidade de gerar reações dentro do grupo está associada, portanto, ao uso de fontes legítimas. Isso pode ter ocorrido pelas seguintes razões: a) forte oposição ao discurso oficial/científico, gerando debate fervoroso, b) a preocupação de aparentar legitimidade e credibilidade, c) ao enxergar fontes com credibilidade social noticiando tópicos de seu interesse, o grupo se sentia representado de certa maneira em seu ativismo.

Se o uso de uma fonte externa legítima (mídia tradicional) é mais comum que fontes desinformativas, este fato merece atenção. Observe a seguir como ocorre a apropriação de uma fonte legítima, neste caso uma notícia do site jornalístico G1, na figura 1:

Figura 1: Publicação com matéria jornalística.



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2245067712402504>

A apropriação ocorre de maneira legítima, não descontextualizando ou incorrendo em nenhum tipo de estratégia desinformativa. Embora nos comentários da publicação tenha ocorrido uma associação errônea com a vacinação contra Meningite pelos outros atores (o que talvez tenha sido a intenção do ator que postou a matéria), não há desinformação na publicação em si. Ela serve ao propósito inicial de fomentar discussões e fortalecer os laços

do grupo. Agora observe a publicação da Figura 2, onde também é compartilhada uma matéria jornalística.

Figura 2: Publicação com matéria jornalística 2.



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2409177522658188>

Nesta publicação, que tem como foco a crise da vacinação contra o HPV no Acre, em 2019, o portal de notícias Folha do Acre repercute as posições contrárias à vacinação de movimento anti-vacina local e dá voz para a médica Maria Gadelha que se tornou porta-voz “científica” do movimento político que se iniciou nesta crise.

Em resumo, após uma série de reações pós-vacinação, um movimento anti-vacina se formou e conquistou espaço na mídia local, logo conseguindo espaço em audiências na Câmara de Vereadores de Rio Branco, na Câmara dos Deputados e no Senado Federal. Este movimento contou com o apoio de políticos e autoridades médicas como Gadelha, que serviam de insígnia de cientificidade das alegações anti-vacina. O caso terminou com a suspensão da vacinação local, mesmo com um estudo na USP que desmentiu as reações

alérgicas. No entanto, muita repercussão política e midiática - obviamente é benéfica para um movimento como esse.

Novamente, não há nenhuma estratégia desinformativa por parte do ator que compartilhou a notícia mas aqui fica clara uma subjetividade do processo desinformativo: o jornalismo sensacionalista e sem compromisso com a ciência - ou pelo menos disposto a dar voz a “autoridades” para explicar o fato do ponto de vista do outro lado.

Vale ressaltar, que a médica Maria Gadelha é praticante de uma terapia pseudocientífica chamada Ozonoterapia. A médica vende em suas redes sociais como única solução para desintoxicar seu organismo das sequelas vacinais. Fica clara a brecha aberta no jornalismo para a disseminação de desinformação (nesse caso anti-vacina e pseudocientífica) de maneira leniente, provavelmente ancorada em um suposto ideal de imparcialidade.

A mesma lógica de apropriação oportuna de conteúdo jornalístico também se aplica à ciência, como no caso das celebradas participações de profissionais de saúde no movimento anti-vacina, mas também na busca por qualquer conteúdo científico que possa, de alguma forma, referendar as crenças do grupo. Por exemplo, na figura 3 é possível observar comentários em que esta preocupação fica evidente.

Figura 3: comentários sobre informações científicas



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2375520159357258/>.

A partir dos dados coletados e observações durante a etnografia ficou claro como o grupo, embora naturalmente seja atravessado por contradições e informações falsas, obedece a uma lógica própria de relação com o conhecimento; onde imprensa, Estado e ciência são recursos que podem ter valor se forem acionados no contexto certo. E isso pode ser feito

tanto por desinformadores quanto desinformados pois a comunidade é viva, dinâmica e interativa e não somente uma audiência. A desinformação é sistêmica e não é responsabilidade exclusiva de desinformadores munidos de redes sociais. Há um ecossistema desinformativo que sustenta a indústria da desinformação.

Considerações finais

Com a realização deste trabalho objetivou-se apresentar parte dos resultados do estudo etnográfico desenvolvido sobre o grupo anti-vacina. Com os resultados do estudo, podemos lançar novos questionamentos: Qual é o papel da imprensa na desinformação? Esta pergunta suscita um amplo debate, ao mesmo tempo que joga luz sobre o processo desinformativo de maneira crítica e visando compreender melhor o fenômeno para combatê-lo, corre-se o risco de municiar aqueles indivíduos que veem na imprensa um inimigo a ser combatido.

A análise das frequências e teor destas origens, assim como sua repercussão, deixou claro que este grupo possui fontes desinformativas, naturalmente, mas também que boa parte do debate é ancorado em conteúdo legítimo, produzido por terceiros como a imprensa. Quer seja de maneira descontextualizada ou não, a apropriação de conteúdo jornalístico é de grande relevância (teve a maior média de reações observada) nesta análise e foco central da discussão realizada até aqui.

Contudo é necessário muito cuidado ao colocar o jornalismo numa posição que pode ser erroneamente interpretada como causal ou maliciosa. Esta não é a conclusão deste trabalho. A imprensa é essencial no combate à desinformação, a partir de uma práxis ética, profissional e balizada (também) pelo interesse público.

Embora as limitações metodológicas e conceituais impeçam o enquadramento taxativo de atores como desinformadores, é possível argumentar que autoridades da área da saúde que participam do movimento anti-vacina, como a médica Maria Gadelha, estão um pouco mais próximas de receberem este título ao passo que parecem agir em detrimento de seu próprio conhecimento técnico e conhecimento produzido por seus pares. Esse argumento é fortalecido pelos indícios de venda de produtos e serviços de medicina alternativa que promete substituir ou curar sequelas da vacinação.

Os desinformadores e desinformados não podem ser denominados alienados. Na verdade, demonstram ser extremamente articulados e vasculham fontes de conhecimento que *a priori* rejeitam atrás de informações que possam ser úteis em seu discurso. Artigos científicos, bulas, notícias e relatórios governamentais, por exemplo, podem ser escolhidos a dedo para este fim, mesmo que de forma completamente manipulada, descontextualizada ou contraditória.

Dentro da lógica operacional do grupo, o uso de uma fonte legítima pode agregar a credibilidade que faltava aos membros do grupo, afastando suspeitas de falseamento ou manipulação. A maior média de reação a fontes legítimas pode indicar uma corroboração dessa percepção.

A partir da análise propomos que essa relevância talvez possa ser explicada pelos seguintes motivos: a) existe uma forte rejeição a estas fontes, o que geraria engajamento por rancor/revolta; b) uma preocupação pela aparência de legitimidade e credibilidade, que poderiam ser emprestadas da fonte; e c) ao notar fontes tradicionais de conhecimento confirmando de alguma forma suas crenças o grupo se sinta (finalmente) representado.

Conforme a discussão apresentada na segunda parte deste trabalho, (Albuquerque, 2021; D’Ancona, 2018; Oreskes; Conway, 2010) a desinformação não é um fenômeno limitado a indivíduos isolados, políticos ou movimentos sociais pontuais. Ela também pode envolver órgãos de imprensa, empresas, cientistas e até mesmo ONGs. Portanto, qualquer ação de prevenção e combate à desinformação tem que ser ampla e não depositar esperanças em soluções fáceis e centralizadas mas sim na colaboração representativa democrática e pautada pelo interesse público.

Se há, de fato, uma disputa pela verdade, é preciso frear aqueles interessados na disseminação de desinformação mas, da mesma forma, ponderar sobre quem ou o quê vai ocupar este espaço de enunciador da verdade. Dito de outra forma: a luta contra a desinformação não pode legitimar uma desinformação velada praticada por instituições que ocupem este espaço da verdade, tampouco uma censura pautada em uma forma de autoritarismo preventivo.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso. **As fake news e o Ministério da Verdade Corporativa**. In: Revista Eptic. Vol. 23, nº 1, Jan-Abr. 2021.

ALBUQUERQUE, Afonso de; QUINAN, Rodrigo. **Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “professor terra plana”**. In: Revista Mídia e Cotidiano, Artigo Seção Temática, Volume 13, Número 3, dezembro de 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edições 70, Lisboa 1977.

BENNETT, Lance. LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. In: **European Journal of Communication** 2018, Vol. 33(2) 122–139, 2018.

CASTELLS, Manuel. **O poder da Comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra, 2015.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Ed. Faro Editorial, Barueri, 2018.

FESTINGER, Leon. **Teoria da dissonância cognitiva**. Rio de Janeiro. Ed. Zahar, 1975.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. SAGE Publications Ltd. Londres. 2000.

JASTER, Romy; LANIUS, David. What is fake news? In: **Versus**, [S. l.], n. 2, v. 125, p. 207-227, 2018.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KOZINETZ, Robert. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. SAGE Publications Ltd, London. 2010.

LEVI, Guido. **Recusa de vacinas: causas e consequências**. São Paulo: Segmento Farma, 2013.

LEWANDOSKY, Stephan; ECKER, Ullrich; SEIFERT, Colleen; SCHWARZ, Norbert; COOK, John. **Misinformation and its correction: continued influence and successful debiasing**. In: *Psychological Science in the Public Interest* 13(3) 106–131, 2012.

MARINELLI, Fábio. **O terraplanismo e o apelo à experiência pessoal como critério epistemológico**. In: *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, v. 37, n. 3, p. 1173-1192, dezembro de 2020.

MARQUES, Rafael. **Desinformação anti-vacina: análise comunicacional do grupo O Lado Obscuro das Vacinas**. Orientador: Prof. Tiago Mainieri. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC). Goiânia, 195 f. 2021.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **When corrections fail: the persistence of political misperceptions** - Duke University; Georgia State University; 2007. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2010-08932-007>.

OLIVEIRA, Thaianne. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. In: **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, 2020.

ORESQUES, Naomi. CONWAY, Erik M. **Merchants of doubt: how a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming**. ISBN: 978-1-59691-610-4 (ebook).

PILATI, Ronaldo. **Ciência e pseudociência: por que acreditamos naquilo em que queremos acreditar**. São Paulo. Ed. Contexto, 2020.

POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo. Ed. Cultrix, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Ed. Sulina. 2010.

SACRAMENTO, Igor; FALCÃO, Hully; LEIROZ, Flávia. E quando não eram fake news? Boato e cisma sobre vacinação no Brasil de 1999/2000. In: **Animus**. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 21, n. 47, 2023.

SUCCI, Regina. Recusa vacinal: o que é preciso saber. In: **Jornal de Pediatria**, Volume 94, Issue 6, Novembro–Dezembro 2018, Páginas 574-581.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. d., 2005, 224p.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Published by the Council of Europe**. Strasbourg Sedex, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

TIAGO MAINIERI

Pós-doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
Docente da Universidade Federal de Goiás (UFG).

E-mail: tiagomainieri@ufg.br

RAFAEL MARQUES

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

E-mail: borgesrm@hotmail.com



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 165-184, jan-jun, 2024

Integridade da informação: um possível novo conceito para o estudo da desinformação

Integridad de la información: un posible nuevo concepto para el estudio de la desinformación

Information integrity: a possible new concept for the study of disinformation

Carlos Alberto Ávila ARAÚJO

Pós-doutor/Universidad de Salamanca (Espanha). Professor
titular da Escola de Ciência da Informação da Universidade
Federal de Minas Gerais (ECI/UFMG)

E-mail: casal@eci.ufmg.br

Enviado em: 07/06/2024

Aceito em: 25/08/2024

RESUMO

Recentemente, documentos oficiais produzidos pela Organização das Nações Unidas (em seu Programa para o Desenvolvimento), ou pelo G20, o grupo das 20 maiores economias do mundo (por meio do seu Grupo de Trabalho da Economia Digital) apresentaram o conceito de integridade da informação. Mas o conceito não tem, ainda, desenvolvimento na literatura científica. O objetivo deste texto é analisar o conceito, por meio do estudo de três documentos oficiais. A seguir, busca-se confrontar os elementos que compõem o conceito com o quadro atual das pesquisas sobre desinformação. Tal quadro é marcado por uma grande diversidade, seja em relação aos vários conceitos utilizados (desinformação, pós-verdade, infodemia, *fake news*), seja por conta das diferentes vinculações teóricas de tais pesquisas (funcionalismo, marxismo, interpretativismo ou humanismo). Conclui-se que o conceito de integridade da informação tem potencial para colocar em diálogo pesquisas produzidas em âmbitos diferentes – mas, para isso, precisa ser ainda desenvolvido no âmbito científico.

Palavras-chave: *Integridade da informação; Desinformação; Infodemia.*

RESUMEN

Recientemente, documentos oficiales elaborados por las Naciones Unidas (en su Programa de Desarrollo), o por el G20, el grupo de las 20 economías más grandes del mundo (a través de su Grupo de Trabajo de Economía Digital) presentaron el concepto de integridad de la información. Pero el concepto aún no se ha desarrollado en la literatura científica. El objetivo de este texto es analizar el concepto, a través del estudio de tres documentos oficiales. A continuación, buscamos comparar los elementos que componen el concepto con el marco actual de investigación sobre desinformación. Esta situación está marcada por una gran diversidad, ya sea en relación con los diversos conceptos utilizados (desinformación, posverdad, infodemia, *fake news*), ya sea por los diferentes vínculos teóricos de dichas investigaciones (funcionalismo, marxismo, interpretativismo o humanismo). Se concluye que el concepto de integridad de la información tiene el potencial de poner en diálogo las investigaciones producidas en diferentes áreas, pero, para que esto suceda, aún necesita ser desarrollado en el campo científico.

Palabras-clave: *Integridad de la Información; Desinformación; Infodemia.*

ABSTRACT

Recently, official documents produced by the United Nations (in its Development Program), or by the G20, the group of 20 largest economies in the world (through its Digital Economy Working Group) presented the concept of information integrity. But the concept has not yet been developed in scientific literature. The objective of this text is to analyze the concept, through the study of three official documents. Next, we seek to compare the elements that make up the concept with the current framework of research on disinformation. This situation is marked by a great diversity, whether in relation to the various concepts used (disinformation, post-truth, infodemic, *fake news*), or due to the different theoretical links of such research (functionalism, Marxism, interpretivism or humanism). It is concluded that the concept of information integrity has the potential to put research produced in different areas into dialogue – but, for this to happen, still needs to be developed in the scientific field.

Keywords: *Information Integrity; Disinformation; Infodemic.*

Introdução

Nos dias 02 e 03 de abril de 2024, ocorreu em Brasília a “Conferência Livre: Ciência no Combate à Desinformação”, um pré-evento da V Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (CNTCI), que aconteceu nos dias 30 e 31 de julho e 1º de agosto de 2024. Esse evento foi promovido pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) em parceria com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), com apoio da Secretaria de Comunicação Social (Secom), da Presidência da República, e do Departamento de Ciência e Tecnologia (Decit), do Ministério da Saúde. Nessa conferência, cientistas de todo o país, de várias áreas, propuseram uma agenda conjunta de trabalho relacionada aos desafios da desinformação, das teorias da conspiração e do discurso de ódio. O encontro trouxe, ainda, uma novidade para os debates sobre tais assuntos: o conceito de “integridade da informação”.

Como apresentado nesta conferência, e em alguns outros eventos que a sucederam, a ideia de integridade da informação passou a estar presente em documentos oficiais produzidos por entidades que congregam diferentes países. Um exemplo é o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), uma iniciativa das Nações Unidas que se propõe a atuar na luta contra a pobreza, a desigualdade e as mudanças climáticas, contando com uma rede de especialistas e parceiros de 170 países. Outro exemplo é o Grupo de Trabalho da Economia Digital do G20 (G20 DEWG, na sigla em inglês).

O G20 ou Grupo dos 20 é um fórum composto pelos países que possuem as maiores economias do mundo. Seu objetivo é discutir e coordenar políticas econômicas que têm impacto em todo o planeta. O grupo foi criado em 1999 e atualmente conta com 19 países (África do Sul, Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, Estados Unidos, França, Índia, Indonésia, Itália, Japão, México, Reino Unido, Rússia e Turquia), além de dois organismos regionais - União Europeia e União Africana, esta, admitida recentemente. Juntos, eles representam cerca de 85% do PIB mundial e 64% da população mundial. A presidência do fórum é feita de maneira rotativa por um membro do

grupo pelo período de um ano. Em 1º de dezembro de 2023, o Brasil assumiu a presidência do G20, e no final de 2024 será a vez da África do Sul.

O Grupo dos 20 possui uma série de grupos de trabalho, voltados para diferentes aspectos da realidade econômica mundial. Um deles é o G20 DEWG (Development Working Group). Criado em 2021, este grupo tem por objetivo apresentar estudos para ajudar na formulação de políticas públicas sobre o potencial digital da economia. Já foram propostos temas como a conectividade significativa e universal, a inteligência artificial, o governo digital e, mais recentemente, a integridade da informação. No dia 20 de setembro de 2023, foi lançada a Declaração Global sobre Integridade da Informação Online, em Nova York, nos Estados Unidos. Nos dias 30 de abril e 01 de maio de 2024, ocorreu um evento paralelo do G20 com o tema “Integridade da informação e confiança no ambiente digital”. O tema da integridade da informação também estará presente na 19ª Reunião de Cúpula do G20 que acontecerá na cidade do Rio de Janeiro, nos dias 18 e 19 de novembro de 2024.

Da mesma forma que o Brasil preside o G20 ao longo do ano de 2024, ele também lidera o G20 DEWG neste ano, o que significa que o Brasil acabou assumindo também um protagonismo em relação à ideia de integridade da informação. Assim, nos dias 30 de abril e 1º de maio de 2024, em São Paulo, foi promovido pelo G20 DEWG, sob liderança do Brasil, um encontro paralelo do G20 especificamente sobre integridade da informação, sob o tema “Integridade da Informação e Confiança no Ambiente Digital”.

Assim, a temática da integridade da informação acabou tendo destaque nas discussões e negociações internacionais relativas às tecnologias digitais, à desinformação e à consolidação da democracia, sendo o Brasil um dos principais entusiastas dessa questão. Porém, até o momento, o tema não tem expressão na literatura científica. Foi por essa constatação que nasceu a preocupação que fundamenta este texto. Busca-se, neste trabalho, analisar em que medida a ideia de integridade da informação pode acrescentar ou contribuir para as discussões que já vêm ocorrendo, nos últimos anos, em torno dos temas ligados à desinformação.

Já existe muito conhecimento acumulado sobre o assunto. Esse conhecimento é caracterizado por uma grande diversidade teórico-metodológica e, também, relativo a uma imensa gama de objetos empíricos. As pesquisas sobre o assunto vêm utilizando conceitos variados, tais como pós-verdade, desinformação, *fake news* e infodemia, entre outros. Tais

pesquisas também se inserem em perspectivas epistemológicas distintas, resultando em problematizações oriundas de diferentes horizontes. Dessa forma, o objetivo deste texto é apresentar inicialmente uma reflexão em torno do conceito de integridade da informação, tendo como referência três documentos de organismos internacionais, para a seguir os confrontar com as discussões já existentes sistematizadas por meio de outros conceitos ou referenciais. O objetivo final é verificar qual o potencial do conceito de integridade da informação para o avanço das pesquisas e contribuições já existentes, bem como colaborar para a fundamentação do conceito de integridade da informação no âmbito do conhecimento científico.

Três documentos sobre a integridade da informação

O tema da integridade da informação ganhou relevância no debate institucional internacional em 2023. De acordo com Santos (2024), essa relevância se deu principalmente a partir da publicação do documento “Our Common Agenda: Policy Brief 8”, pela Organização das Nações Unidas (ONU), em junho de 2023. A mesma autora aponta ainda que, em fevereiro de 2022, o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (Pnud) publicou o documento “Information Integrity: Forging a Pathway to Truth, Resilience and Trust”. Neste documento há duas referências para o conceito de integridade da informação: um produzido por uma empresa chamada Yonder (que existiu de 2017 a 2022) e outro, o relatório “Protecting Information Integrity: National and International Policy Options”, produzido pelo World Leadership Alliance-Club de Madrid, de novembro de 2018. Ainda conforme Santos (2024), o termo desde então tem sido amplamente utilizado por organismos internacionais em instrumentos de cooperação entre diferentes países, mas não está presente na literatura científica até o momento.

Ainda que tenha havido a publicação de outros documentos sobre integridade da informação, para a análise empreendida no presente texto serão considerados apenas os três documentos mencionados por Santos (2024), pois são eles que têm relação direta com a recente utilização do termo no âmbito das reuniões e ações do G20, ou seja, estão diretamente vinculados a políticas econômicas de impacto global, relacionados aos desafios que vêm se colocando para todo o planeta. Cada um dos documentos será apresentado a

seguir, em uma síntese que busca selecionar os elementos mais relevantes a serem analisados na seção seguinte deste texto.

O primeiro documento (The World Leadership Alliance, 2018) tem como título “Proteção da integridade da informação: opções de políticas nacionais e internacionais” e foi produzido pela The World Leadership Alliance - Club de Madrid (WLA-CdM), a partir das discussões da Chatham House. Tais discussões foram realizadas na Mesa Redonda sobre Governança Global para Integridade da Informação organizada em conjunto com o Ministério dos Negócios Estrangeiros da República da Letônia na cidade de Riga, no dia 27 de setembro de 2018. A WLA-CdM é uma assembleia de líderes políticos composta por mais de 100 ex-presidentes e primeiros-ministros de mais de 60 países, que discutem temas ligados à democracia, governança e cidadania com objetivo de produzir recomendações e consultorias em escala mundial.

O ponto de partida do texto é a ideia de que o acesso à informação é o principal pilar da democracia, ou seja, de que o exercício dos direitos políticos (votar, expressar opiniões) depende do acesso a informações confiáveis, equilibradas e completas sobre as questões políticas e governamentais. Nesse sentido, as tecnologias digitais e as redes sociais poderiam ser vistas como impulsionadores da democracia. Todo o documento está inserido na problemática das relações entre tecnologias digitais e processos políticos.

Logo no começo há a constatação de que as tecnologias digitais garantiram avanços, entre os quais uma maior possibilidade de participação e envolvimento dos cidadãos, acesso direto a líderes políticos, transparência, possibilidade de cobranças e novos serviços públicos. Mas elas também trouxeram novos desafios, tais como o aumento de publicações anônimas ou apócrifas, a facilidade de publicação e retransmissão de conteúdos a custo zero, o surgimento das câmaras de eco (causadas pela priorização de conteúdo relacionado ao histórico de navegação dos usuários) e o uso de dados pessoais para direcionamento de publicidade. Todos esses fatores acabaram por favorecer o surgimento de um intenso fluxo de informações total ou parcialmente falsas, discursos de ódio e ideias extremistas.

É dentro desse quadro que o documento dedica um tópico inteiro à definição de integridade da informação, e essa é a parte do documento que será explorada neste artigo. Antes de apresentar a definição, contudo, o texto apresenta uma crítica aos termos normalmente utilizados para se referir à ampla circulação de informações falsas, tais como

fake news, *disinformation*, *misinformation* e *information manipulation*. Esses termos vêm sendo usados por especialistas e articulam características como: a) ações intencionais ou não intencionais; b) no caso das intencionais, com objetivo de causar danos ou sem esse objetivo; c) conteúdos completamente falsos ou manipulados. O documento menciona ainda outros fenômenos como os algoritmos de conteúdos, as câmaras de eco e a publicidade microdirecionada.

Buscando utilizar um termo que agrupasse essa variedade de fenômenos, o documento propõe então a expressão “integridade da informação”. O uso dessa expressão no documento vem de dois relatórios, um intitulado “Project on Democracy and the Internet” da Stanford University e outro intitulado “Integrity Initiative” do Institute for Statecraft. A partir desse referencial, a integridade da informação é definida como a confiabilidade, o equilíbrio e a completude das informações às quais os cidadãos têm acesso, relacionadas aos temas políticos (ações governamentais, ações dos atores políticos relevantes, entre outros). Os problemas contemporâneos relacionados com as tecnologias digitais são vistos, assim, como ameaças à integridade da informação. E a justificativa do uso do termo se coloca na medida em que ele representa uma ampliação do escopo: da intencionalidade da produção de conteúdos para o que acontece com a informação durante a sua circulação, isto é, as práticas empresariais e mercadológicas, a velocidade e o alcance dos conteúdos, o direcionamento de mensagens e a lógica de recomendações dos algoritmos, entre outros fenômenos que atuam promovendo a deterioração da integridade da informação. Essa é a ideia síntese da proposta deste novo termo. Após a apresentação dessa definição, é destacada a principal consequência das ameaças à integridade da informação: embora sempre tenha havido discordâncias entre grupos com ideologias diferentes, estaria acontecendo agora, pela primeira vez na história, um desacordo generalizado a respeito de fatos básicos da realidade.

O segundo documento (United Nations, 2022) analisado neste artigo tem por título “Integridade da informação: construindo o caminho para a verdade, a resiliência e a confiança”. Ele foi publicado em fevereiro de 2022 pelo Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (UNDP, sigla para United Nations Development Programme). Foi produzido por Niamh Hanafin, sob a supervisão de Simon Finley, e teve, para sua redação, o apoio de equipes de outros temas do UNDP, tais como os de Gênero, Juventude, Eleições, Direitos Humanos e Estado de Direito e Prevenção de Conflitos. Ele também foi embasado nas respostas dadas em uma consulta pública mundial feita pela Unesco sobre o impacto da

desinformação, o “Forging a Path to a Better Information Ecosystem - Effective Governance, Media, Internet and Peacebuilding Responses to Disinformation”. A obra tem um duplo objetivo: avançar no quadro conceitual e fornecer orientação prática para a construção de programas e políticas públicas.

O documento começa com a ideia de que o acesso à informação confiável, que passe por verificações ou controles, é fundamental para que a humanidade possa lidar com diferentes desafios. Os desafios listados nessa obra representam um escopo muito maior do que apenas a questão da democracia, como no documento anterior. Entre os desafios mencionados estão os conflitos violentos, os retrocessos democráticos, as emergências climáticas, a pandemia de Covid-19, a busca por uma governança eficaz, o desenvolvimento sustentável, a transparência, responsabilidade e confiança nas instituições, o combate aos preconceitos e a busca por sociedades inclusivas, pacíficas e justas. Nesse quadro, argumenta-se que a internet mudou as condições de produção, distribuição e consumo de informação, trazendo por um lado oportunidades (maior acesso, maior liberdade de expressão, maior possibilidade de participação pública) e, por outro, desafios (favorecimento de conteúdo sensacionalista, desinformação, uso de robôs).

Em relação a esses desafios apresentados, o documento os organiza, num tópico posterior, em três grandes áreas de preocupação. A primeira é a governança e a democracia. Nessa área, ocorre a erosão da confiança pública nas instituições governamentais e nos meios de comunicação de massa. Com menor confiança, a vulnerabilidade à poluição da informação se torna maior. Como consequência, ocorre uma degradação do debate público – degradação essa relativa à qualidade do debate, aos temas debatidos e às opiniões polarizadas. A segunda área é a coesão social, na medida em que a desinformação impulsiona a polarização política e social e, com isso, gera estigmatização de grupos marginalizados. A terceira são os direitos fundamentais – entre os quais está o direito à informação precisa e confiável. Como a desinformação limita o acesso à informação confiável, a capacidade das pessoas em distinguir ficção dos fatos fica reduzida. Tal quadro é agravado por alguns fatos, como a falta de um enquadramento internacional sobre tais questões, a dificuldade a se ter acesso a informações importantes para a pesquisa (já que as chamadas *big techs* limitam o acesso a dados sobre sua lógica de funcionamento), a pluralidade de atores envolvidos em possíveis soluções, entre outros.

O documento possui ainda um marco conceitual, a partir do qual são apresentados três conceitos centrais e dois conceitos correlatos. O primeiro conceito central é ecossistema de informação, que se refere a um todo complexo que engloba a infraestrutura de informação, ferramentas, meios de comunicação, produtores, consumidores, curadores e distribuidores. É nesse ecossistema que a informação se move, vira fluxo. Esse fluxo é diretamente moldado pelos ambientes tecnológicos, culturais, sociais e políticos.

O segundo conceito é integridade da informação, que, como ressaltado no texto, surgiu no ambiente corporativo e se refere à proteção da informação. Nesse contexto, o conceito se refere a três propriedades que a informação deve ter (confiabilidade, equilíbrio e completude) para garantir um ecossistema de informação saudável, de forma a se proporcionar que os cidadãos tenham uma visão adequada dos diferentes ambientes (político, sanitário, ecológico, etc.) para a tomada de decisões.

O terceiro conceito é poluição da informação, que se refere a conteúdos falsos, enganosos ou manipulados, intencionalmente ou não, e que podem provocar danos. Neste ponto, o documento faz referência à categorização de Wardle e Derakhshan (2017), que preveem as seguintes categorias: desinformação (*disinformation*), informação falsa ou errônea (*mis-information*) e informação maliciosa (*mal-information*).

Os dois conceitos correlatos são discurso do ódio (cuja definição é aquela oficialmente adotada pela ONU, ou seja, discursos violentos ou pejorativos contra pessoa ou grupo em função daquilo que eles são) e a propaganda (técnicas persuasivas que podem ser usadas para a poluição da informação).

Em outro momento do documento, há a construção de um amplo quadro analítico. Nele, são identificados os quatro ambientes nos quais ocorrem os fenômenos da poluição da informação: o político, o dos meios de comunicação e seu entorno, o social e o legislativo. Para cada um deles, são identificados: a) os elementos facilitadores; b) os promotores e direcionadores da poluição da informação (como a baixa confiança nas instituições, o populismo, a falta de pluralidade na mídia, a existência de uma mídia hiperpartidária, o discurso público polarizado, a legislação ineficaz, etc); c) as vulnerabilidades; e d) o impacto da poluição da informação (a degradação do debate público, a participação reduzida dos cidadãos, a divulgação de notícias inúteis, a estigmatização de grupos vulneráveis, o aumento

da violência, legislação que restringe o espaço cívico e as vozes dissidentes, crescimento da indústria da desinformação, etc.).

Já o terceiro documento (United Nations, 2023) tem como título “Integridade da informação nas plataformas digitais” e foi publicado em junho de 2023. Ele faz parte da série de onze informes da “Our common agenda”, um conjunto de publicações que tem por objetivo dinamizar as discussões em torno da Agenda 2030 e facilitar a consecução dos “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”. Essa obra é o oitavo volume dessa série, e foi preparada pelo secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres.

O objetivo do documento é ajudar na produção de um consenso sobre como as ameaças à integridade da informação afetam os diferentes povos do mundo nos níveis global, nacional e local, bem como apresentar algumas bases para um possível código de conduta comum para países, plataformas digitais e outros atores relevantes. Como nos demais documentos, constata-se que as plataformas digitais trouxeram benefícios (maior possibilidade de participação, de divulgação, de engajamento) mas também possuem um lado sombrio (com a disseminação de mentiras e discursos de ódio).

No texto há um tópico voltado para a definição de integridade da informação. Ela é definida em termos de precisão, consistência e confiabilidade dos conteúdos informativos. A integridade da informação é ameaçada pela desinformação, pela informação falsa e pelo discurso de ódio. No documento há uma distinção entre desinformação (informação imprecisa produzida com intenção de enganar e causar dano) e informação falsa (disseminação não intencional de informações imprecisas), além da definição de discurso de ódio adotada pela ONU.

Há também um tópico específico sobre integridade da informação e plataformas digitais, que incluem as redes sociais, os motores de busca e os aplicativos de mensagens. Ainda que os meios de comunicação de massa sejam, também, fontes de erros e desinformação, o documento destaca que no caso das plataformas digitais há uma novidade que é velocidade, o volume e a capacidade de propagação da desinformação. Um agravante é o fato de as plataformas digitais coletarem dados sobre os usuários e suas interações. A desinformação se mostrou um grande negócio dentro da chamada economia da atenção em que os algoritmos são projetados para priorizar conteúdos que mantenham a atenção e o engajamento dos sujeitos.

Em outra parte do documento, são apresentadas questões que podem fortalecer a integridade da informação. Uma delas são as respostas regulatórias, isto é, as plataformas serem responsabilizadas legalmente por conteúdos difamatórios e de assédio, e os usuários poderem sinalizar conteúdos ilegais e contestarem decisões de moderação. Outras questões são a desmonetização da desinformação; a identificação clara de conteúdo publicitário; a capacitação dos usuários para reconhecimento e sinalização de desinformação; a melhoria da transparência das plataformas, entre outras. O documento termina com um direcionamento para um código de conduta das Nações Unidas com os seguintes princípios: compromisso com a integridade da informação, respeito aos direitos humanos, apoio à mídia independente, aumento da transparência, empoderamento dos usuários, fortalecimento da pesquisa e do acesso a dados, respostas ampliadas, desestímulos mais fortes à produção de desinformação e promoção de maior confiança e segurança.

A pesquisa sobre desinformação: conceitos e vertentes teóricas

Nos últimos anos, houve uma grande produção científica e institucional que constatou que o mundo tem experimentado novas condições de produção, circulação e consumo de informação, condições essas marcadas por uma significativa presença de conteúdos falsos, distorcidos, descontextualizados ou negacionistas.

Uma grande parte das pesquisas sobre tais fenômenos se deu a partir da noção de pós-verdade (McIntyre, 2018; Fuller, 2018). Na definição do dicionário Oxford, no cenário da pós-verdade, os apelos à emoção e às crenças pessoais são mais importantes na formação da opinião do que os fatos da realidade (D’Ancona, 2018). A pós-verdade é um fenômeno que se produz na confluência de três condições. A primeira delas é a ampla disseminação de informações falsas (algumas completamente falsas, e não apenas distorções como na era dos meios de comunicação de massa) com suporte tecnológico que permite alcances inimagináveis. A segunda é a possibilidade de checagem nos dias atuais, em que muitas pessoas podem, em poucos segundos e com aparelhos de uso cotidiano como o *smartphone* ou o *notebook*, checar a veracidade das informações recebidas por elas por qualquer meio. A terceira é o fato de as pessoas não fazerem isso, isto é, não checarem, não verificarem se uma informação é verdadeira ou falsa, antes de a repassarem e dela se apropriarem. É esse desinteresse, esse desdém pela verdade, que marca aquilo que vem sendo identificado como uma “cultura da pós-verdade” (Wilber, 2018) ou um “regime de pós-verdade” (Broncano,

2019). A expressão cultura designa justamente um conjunto de valores, de naturalizações, de estímulos a um determinado comportamento – no caso, o desprezo pela verdade, a valorização daquilo que confirma ideias preconcebidas, a seleção apenas daquilo que é confortável. A pós-verdade caracteriza um imaginário contemporâneo no qual a desconsideração da verdade é naturalizada, estimulada, exaltada, como um valor ou uma virtude (D’Ancona, 2018).

Outro conjunto de investigações se deu a partir da noção de desinformação. Neste campo, o trabalho já mencionado no tópico anterior, de Wardle e Derakhshan (2017), é uma referência pioneira. Os autores desenvolveram um quadro conceitual em torno de três categorias: desinformação (*disinformation*), quando uma informação falsa é deliberadamente compartilhada com a intenção de causar dano; informação falsa ou errônea (*mis-information*) é aquela que é compartilhada sem intenção de causar dano; e informação maliciosa (*mal-information*), que se refere a informação genuína que é compartilhada com a intenção de causar danos. O esquema conceitual dos autores, portanto, trafega entre a intencionalidade dos autores e a veracidade dos conteúdos. A partir dessa linha, muitos estudos buscaram investigar os atores envolvidos na produção sistemática de desinformação, bem como o papel das chamadas *big techs* nesse processo (Empoli, 2019; Fischer, 2023).

Uma linha derivada centrou-se no conceito de *fake news*, analisando os processos de produção de conteúdos falsos num quadro de referência dos processos de produção de conhecimentos jornalísticos, científicos ou outros nos quais existem processos de verificação, controle, validação e responsabilização (Magallón Rosa, 2019; Barbosa, 2019). Em muitos casos, tais estudos se deram a partir do conceito de autoridade cognitiva ou autoridade epistêmica, isto é, aquelas instituições cuja função social é produzir e disseminar conhecimentos verdadeiros, verificados, de acordo com as evidências, seguindo determinados protocolos e o consenso científico (Froehlich, 2019; Miller, 2020)

Outro conjunto de pesquisas vem se desenvolvendo a partir do conceito de infodemia (Naeem e Bhatti, 2020). A associação dos termos informação e pandemia significa uma caracterização patológica da dimensão informacional: a gigantesca abrangência e velocidade de disseminação de informações falsas tem produzido um quadro em que as informações falsas estão mais presentes na vida das pessoas do que as verdadeiras e de qualidade, e acabam tendo muito mais influência na tomada de decisões e na definição das

linhas de ação. Conforme Zarocostas (2020), esse excesso de informações circulantes (algumas verdadeiras, outras falsas) faz com que seja difícil para as pessoas encontrarem as informações verdadeiras na hora de tomar as decisões e agir. O autor aponta que esse fenômeno pode agravar uma situação de pandemia (como a vivida em 2020) também por gerar ansiedade, sobrecarga e exaustão nas pessoas, além de tornar mais complexos os processos de controle de qualidade do que é publicado e de atestar a idoneidade das fontes de informação. Assim se constitui uma natureza “pandêmica” dos fenômenos informacionais, tomados desde a perspectiva de seus efeitos adversos ou disfunções.

Há outros termos e conceitos que vêm sendo utilizados nos estudos sobre as dinâmicas informacionais contemporâneas. Algumas vezes eles são usados como sinônimos, outras vezes há alguma sobreposição, mas, normalmente, o que ocorre é a abertura de agendas de pesquisas específicas a partir da utilização de um ou outro termo.

Além dessa diversidade conceitual, há também uma diversidade teórica. Muitas pesquisas realizadas sobre esses fenômenos se enquadram numa abordagem funcionalista buscando ver, por exemplo, a perda da confiança nas autoridades cognitivas como disfunções; outras, numa lógica marxista, em análises de denúncia ideológica, identificando interesses e vinculações dos diferentes autores e canais de informação; outras são voltadas para a compreensão de quem são os receptores ou usuários dos conteúdos desinformativos, seus critérios de qualidade e julgamento; e, ainda, aqueles voltados para a capacitação crítica dos usuários para lidar com os conteúdos e sua dimensão ideológica.

Em Araújo (2024) há uma sistematização da produção científica sobre desinformação e termos correlatos utilizando-se um quadro de referência construído a partir do trabalho de Burrell e Morgan (1979) sobre as ciências sociais. Burrell e Morgan (1979) organizam as ciências sociais a partir de duas dicotomias. A primeira divide, de um lado, os estudos que analisam a realidade social como tendo existência nela mesma, em suas regularidades, e de outro lado os que veem a realidade como construída pelos sujeitos. A segunda dicotomia identifica estudos que veem a vida social como uma integração de partes exercendo determinadas funções, em oposição aos que a veem como produto do conflito entre classes e grupos com interesses antagônicos. Destas duas oposições eles derivam um modelo que identifica quatro modos de se estudar a vida social: o funcionalista, o interpretativo, o estruturalista e o humanista. A partir desse quadro, Araújo (2024) identificou diferentes

questões a respeito da desinformação estudadas em trabalhos científicos de várias áreas, e os agrupou conforme as quatro perspectivas de Burrell e Morgan.

Dessa forma, puderam ser identificados estudos que entendem a desinformação como manifestação de disfunções das sociedades contemporâneas, dentro de um quadro de desordem informacional ou de infodemia. Estudos sobre os tipos de desinformação, sobre a perda da confiança nas autoridades cognitivas, sobre a necessidade de fortalecimento dessas autoridades, sobre iniciativas de letramento a respeito do modo de funcionamento das autoridades cognitivas, bem como estratégias de responsabilização e criminalização em relação a quem produz e difunde desinformação se enquadram em uma perspectiva funcionalista.

Já estudos que buscam compreender por que as pessoas acreditam nas informações falsas, que critérios utilizam para escolher acessar e se apropriar de determinados canais, fontes e conteúdos, e como decidem valorizar e compartilhar certas informações se enquadram em uma perspectiva compreensiva. Estão nessa abordagem pesquisas sobre os vieses cognitivos dos usuários, sobre valores que incidem sobre os usuários (rejeição aos especialistas, desdém pela verdade), sobre os processos de fixação das crenças e sobre a ilusão de que determinados processos ocorrem sem mediação da informação (a chamada “desintermediação” da informação).

Já em uma perspectiva estrutural ou marxista, se agrupam estudos que buscam ver a dimensão ideológica da desinformação, isto é, os usos que são feitos dos conteúdos (falsos ou manipulados) para sustentar determinados interesses e relações de poder. Nessa linha estão aquelas pesquisas sobre o modelo de negócio das *big techs* (a economia política das plataformas digitais), o capitalismo de vigilância, a promoção comercial do negacionismo científico, a promoção do ódio para mobilização política de grupos e o alinhamento de grupos políticos extremistas e populistas às práticas de desinformação.

Por fim, na perspectiva humanista, estão os estudos voltados à compreensão de como os sujeitos se posicionam em relação às dinâmicas da desinformação e seu caráter ideológico, as distintas competências dos sujeitos para identificar os atores, seus interesses e os mecanismos de atuação das plataformas digitais, em condições que variam da alienação à emancipação. Uma rápida síntese dessa sistematização é apresentada a seguir, no quadro 1.

Figura 1 – As quatro dimensões da desinformação

FUNCIONALISTA/SISTÊMICA	INTERPRETATIVA/CONSTRUCIONISTA
Infodemia/desordem informacional Fortalecimento das instituições Tipologia da desinformação Responsabilização Competência em informação	Vieses cognitivos Cultura da pós-verdade Culto do amadorismo Fixação da crença Desintermediação da informação
ESTRUTURAL/MARXISTA	HUMANISTA/EMANCIPATÓRIA
Modelo de negócios Capitalismo de vigilância Negacionismo Populismo Economia do ódio	Condições de alienação Emancipatório Competência crítica em informação Justiça epistêmica Participação na democracia

Fonte: adaptado de Araújo (2024).

O conceito de integridade da informação ante as pesquisas sobre desinformação

Os três documentos apresentados neste artigo trazem uma série de elementos relacionados à integridade da informação que podem representar conexões entre os elementos apresentados no tópico anterior.

No primeiro documento analisado (The World Leadership Alliance, 2018), é possível ver o esforço em se passar de uma lógica de compreensão baseada apenas na transmissão de informação entre sujeitos, na intencionalidade e nos objetivos do produtor para uma centrada na dinâmica do fluxo da informação em diferentes contextos, ambientes e aparatos – fluxo esse sobre o qual atuam ainda diferentes variáveis, fenômenos e atores. Essa ênfase no movimento e na circulação da informação, e na atuação das dimensões política, econômica, tecnológica, regulatória, social, entre outras, sobre essa circulação, implica que não se deve estudar a informação nela mesma (seu conteúdo, seus atributos, seus elementos internos, a intencionalidade de quem a produziu), mas, sim, compreendê-la como produto da interação entre os vários fatores que a tornam possível e condicionam a sua existência – ou seja, um regime de informação (Braman, 2004). Estudar um regime de informação implica compreender o modo informacional dominante de uma determinada sociedade ou contexto, isto é, identificar quem são os atores, as organizações, as regras, as autoridades, os recursos

e as hierarquias que conformam um determinado regime – ou seja, determinadas condições de existência de discursos e enunciações. Nesse sentido, merece destaque o fato de o documento terminar com algumas recomendações de abordagens para a defesa da integridade da informação (regras, uso de recursos) e, depois, com a identificação dos atores e instâncias que devem agir na elaboração de políticas de proteção da integridade da informação. O conceito de integridade da informação, nessa perspectiva, não seria algo relacionado apenas às mensagens, aos conteúdos informacionais, mas sim algo relacionado ao seu fluxo, às suas condições de circulação. Afinal, a desinformação não se dá apenas em relação ao conteúdo. Pode se dar, por exemplo, quando a autoria de um conteúdo é falsa. Ou a identificação do canal, *site* ou empresa que a veiculou originalmente é falsa. Ou ainda quando um conteúdo antigo é posto em circulação como se fosse atual. Ou até mesmo quando informações verdadeiras circulam com um recorte descontextualizado, alterado seu sentido original.

Essa perspectiva de inserir os fenômenos informacionais num quadro de maior amplitude de dimensões está presente no segundo documento (United Nations, 2022), na medida em que o fenômeno da poluição da informação é visto como uma ameaça para questões tão distintas como o desenvolvimento sustentável, as questões climáticas, o retrocesso democrático, as violações de direitos humanos, a estigmatização de grupos vulneráveis. Adquire centralidade também nesse documento a questão das autoridades cognitivas (embora essa expressão não seja usada), na medida em que se problematiza a questão da confiança nas instituições e nos produtores de informação e na importância da coesão social. Essa coesão é entendida como um acordo em relação aos fatos básicos do mundo, aqueles sobre os quais é possível proceder à verificação, à busca de evidências, e que serão as bases sobre as quais podem ser construídos os debates públicos. É sintomático que seja neste documento que exista uma preocupação maior com a estabilização de um marco conceitual, no qual a ideia de poluição da informação alarga a compreensão de que não são apenas as informações falsas que produzem desinformação. Há também uma preocupação em mapear o que seria o regime de informação (embora também essa expressão não seja utilizada), com a identificação dos quatro componentes ambientais (o político, o dos meios de comunicação, o social e o legislativo) com os atores, recursos, hierarquias e regras que atuam em cada um deles.

O terceiro documento (United Nations, 2023) avança na compreensão central do papel das plataformas digitais na poluição da informação, evidenciando que elas não são apenas “depósitos” de conteúdos ou “veículos neutros” de conteúdos informativos. As *big techs* são atores que têm interesses e que, muitas vezes, fazem da desinformação um modelo de negócio, lucrando com a circulação de informações falsas e discursos de ódio, que geram atenção e engajamento. Elas podem ser entendidas como mediadoras, na medida em que hierarquizam e priorizam conteúdos, oferecem formas de produção e veiculação, além de coletar dados para direcionamentos seletivos.

Uma última questão diz respeito ao quadro intelectual geral ao qual a perspectiva da integridade da informação pode se inserir. Santos (2024), ao analisar os três documentos apresentados neste artigo, argumenta que a proposta do conceito de integridade da informação teria como um dos objetivos deslocar o debate de um viés negativo (o combate aos fenômenos de desinformação e discursos de ódio) para um viés positivo (de proposição de ações, de busca por um ecossistema de informação saudável). Essa é uma leitura que poderia sugerir o deslocamento de eixo de uma perspectiva crítica para uma perspectiva funcionalista.

Mas a análise dos três documentos feita neste artigo evidenciou que a noção de integridade da informação tem o potencial de articular elementos das quatro vertentes epistemológicas apresentadas. Inicialmente, é evidente o caráter funcionalista do conceito, na medida em que os documentos remetem sempre a uma ideia de ecossistema de informação saudável, de confiança nas instituições, de cumprimento das funções das instituições (aqui incluídas as autoridades cognitivas).

Mas os documentos mencionam também que há atores que se beneficiam com a poluição da informação (termo usado nos documentos, em lugar de desinformação). Há grupos que tiram vantagens políticas (exclusão de grupos vulneráveis, promoção de pautas extremistas, degradação do debate público) ou econômicas (maior atenção e engajamento, monetização) da poluição da informação. Trata-se de um claro direcionamento para uma compreensão crítica do fenômeno. Os documentos também fazem alusão à compreensão dos motivos que levam as pessoas a se engajarem, se apropriarem e compartilharem conteúdos desinformativos, relacionando tais processos à desilusão com a política e com as instituições, apresentando dados de preferência por determinadas plataformas digitais, entre

outros aspectos que se encaixam numa perspectiva compreensiva. Por fim, há nos documentos referências a iniciativas de empoderamento dos usuários, por meio de capacitações no trato com a informação e com as plataformas digitais quanto, também, na vinculação entre os processos de poluição da informação e os direitos humanos e a justiça social. Ou seja, há no conceito de integridade da informação potencial para serem trabalhadas todas as dimensões humanas e sociais relacionadas com os fenômenos da desinformação.

Considerações finais

Certa vez, ao tratar da novidade que representava o conceito de sociabilidade para os estudos em comunicação, Vera França argumentou que o

movimento em busca de novos paradigmas explicativos reflete modificações na própria realidade. É o campo do real, colocando questões, suscitando o esforço compreensivo, pontuando o discurso analítico que vem indicar o esgotamento de certas ferramentas teóricas e provocar a busca de novos esquemas conceituais (França, 1995, p. 55).

Dessa forma, a recente emergência do conceito de integridade da informação, ainda que apenas em documentos oficiais, oferece potencial para interligar as diversas descobertas já realizadas até o momento. Mas, como alerta Santos (2024), ainda não há literatura acadêmica sobre o termo. Um desafio colocado para as várias ciências que têm se debruçado sobre os fenômenos da desinformação é, justamente, aprofundar a reflexão e a construção do conceito. À medida em que isso ocorrer, ele deixará de ser apenas uma potencialidade e poderá significar uma efetiva contribuição científica.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, C. A. Á. Dinâmicas da desinformação. **Páginas a&b: arquivos e bibliotecas**, n. especial VI, 2024, p. 31-52. Disponível em [Disponível em <https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasueb/article/view/14005>](https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasueb/article/view/14005). Acesso em: 07 jun. 2024.
- BARBOSA, M. (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.
- BRAMAN, S. (Ed.). **The emergent global information policy regime**. Houndsmills: Palgrave Macmillan, 2004.
- BRONCANO, F. **Puntos ciegos: ignorancia pública y conocimiento privado**. Madrid: Lengua de Trapo, 2019.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**. Londres: Heinemann, 1979.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

FISCHER, M. **A máquina do caos**. São Paulo: Todavia, 2023.

FRANÇA, V. R. V. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, A.; PORTO, S. D. (Orgs.). **A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995, p.55-65.

FROEHLICH, T. J. The role of pseudo-cognitive authorities and self-deception in the dissemination of fake news. **Open Information Science**, v. 3, n. 1, 2019, p. 115-136.

FULLER, S. **Post-truth: knowledge as a power game**. London: Anthem, 2018.

MAGALLÓN ROSA, R. **Unfaking news: cómo combatir la desinformación**. Madrid: Pirámide, 2019.

McINTYRE, L. **Posverdad**. Madrid: Cátedra, 2018.

MILLER, S. Freedom of political communication, propaganda and the role of epistemic institutions in cyberspace. In: CHRISTEN, M.; GORDJIN, B., LOI, M. (Eds.). **The Ethics of Cybersecurity**. SpringerOpen, 2020.

NAEEM, S.; BHATTI, R. The Covid-19 'infodemic': a new front for information professionals. **Health Information and Libraries Journal**, v. 37, n.3, 2020, p. 233-239.

SANTOS, N. (2024). Por que precisamos discutir a chamada “integridade da informação”? **Le Monde Diplomatique Brasil**, 06 fev. 2024. Disponível em <<https://diplomatique.org.br/integridade-da-informacao/>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

THE WORLD Leadership Alliance – Club de Madrid's (WLA-CdM). **Protecting Information Integrity: National and International Policy Options**. Report of the Roundtable on Global Governance for Information Integrity held in Riga (Latvia) on 27 September 2018. Riga: Ministry of Foreign Affairs, 2018. Disponível em <<https://clubmadrid.org/wp-content/uploads/2019/03/Protecting-Information-Integrity-WEB.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

UNITED Nations. **Strategic Guidance on Information Integrity: Forging a pathway to Truth, Resilience and Trust**. 2022. Disponível em <<https://www.undp.org/publications/information-integrity-forging-pathway-truth-resilience-and-trust>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

UNITED Nations. **Our Common Agenda – Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms**. 2023. Disponível em <<https://indonesia.un.org/en/236014-our-common-agenda-policy-brief-8-information-integrity-digital-platforms>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WILBER, K. **Trump y la posverdad**. Barcelona: Kairós, 2018.

ZAROCOSTAS, J. **How to fight an infodemic**. The Lancet, v. 395(10225), 2020, p. 676. doi: 10.1016/S0140-6736(20)30461-X.

BIOGRAFIA DO AUTOR

CARLOS ALBERTO ÁVILA ARAÚJO

Professor titular da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (ECI/UFMG), da qual foi diretor de 2014 a 2017. Doutor em ciência da informação pela UFMG, com pós-doutorado pela Universidad de Salamanca, Espanha (2019), e pós-doutorado pela Universidade do Porto, Portugal (2011). Bolsista de produtividade do CNPq desde 2019.

E-mail: casal@eci.ufmg.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 185-205, jan.-jun., 2024

O fazer jornalismo e a Inteligência Artificial: usos do Chat GPT na produção de notícias

Hacer Periodismo e Inteligencia Artificial: usos del Chat GPT en la producción de noticias

Making Journalism and Artificial Intelligence: uses of GPT Chat in news production

Vinícius José Biazotti SABINO

Mestre/Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

E-mail: biazottivinicius@gmail.com

Macri Elaine COLOMBO

Mestre/Universidade Federal de Santa Maria

E-mail: jornalistapedagoga@gmail.com

Ulysses do Nascimento VARELA

Doutor/Universidade Federal do Amazonas

E-mail: ulysses.varela@gmail.com

Enviado em: 14/06/2024

Aceito em: 14/08/2024

RESUMO

O presente artigo tem como proposta debater como uma inteligência artificial avançada, como o Chat GPT, pode interferir no modo de produção de textos jornalísticos. Baseando-se metodologicamente em um experimento que visa dialogar como a ferramenta pode limitar ou auxiliar o trabalho de repórteres textuais, principalmente na questão do seu ethos profissional, envolvendo o seu comprometimento com a veracidade dos fatos e a sua relação com as fontes. Para a discussão teórica o artigo utiliza as referências sobre o jornalismo na era da inteligência artificial, debate sobre a ética jornalística e também dialoga sobre o modo de produção profissional. Além disso, a partir dos resultados obtidos, propõe um questionamento sobre como a ferramenta pode interferir na realização dos processos cotidianos jornalísticos.

Palavras-chave: *Inteligência Artificial; Chat GPT; Jornalismo.*

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir cómo la inteligencia artificial avanzada, como Chat GPT, puede interferir en la forma en que se producen los textos periodísticos. Metodológicamente se basa en un experimento que tiene como objetivo discutir cómo la herramienta puede limitar o auxiliar el trabajo de los reporteros textuales, principalmente en la cuestión de su ethos profesional, involucrando su compromiso con la veracidad de los hechos y su relación con las fuentes. Para la discusión teórica, el artículo utiliza referencias sobre el periodismo en la era de la inteligencia artificial, debates sobre la ética periodística y también discute el modo de producción profesional. Además, a partir de los resultados obtenidos, se plantea una pregunta sobre cómo la herramienta puede interferir en el desempeño de los procesos periodísticos cotidianos.

Palabras-clave: *Inteligencia Artificial; Chat GPT; Periodismo.*

ABSTRACT

This article aims to discuss how advanced artificial intelligence, such as Chat GPT, can interfere in the way journalistic texts are produced. Methodologically based on an experiment that aims to discuss how the tool can limit or assist the work of textual reporters, mainly on the issue of their professional ethos, involving their commitment to the veracity of the facts and their relationship with the sources. For theoretical discussion, the article uses references about journalism in the era of artificial intelligence, debates about journalistic ethics and also discusses the mode of professional production. Furthermore, based on the results obtained, it proposes a question about how the tool can interfere in the performance of daily journalistic processes.

Keywords: *Artificial Intelligence; GTP Chat; Journalism.*

Introdução

A sociedade tem presenciado avanços significativos nos modos de produção de atividades profissionais com a expansão das inteligências artificiais (IA). O jornalismo, como não poderia ser diferente, está testemunhando mudanças em suas estruturas, especialmente no que diz respeito a sua linguagem e escrita. Esse novo método se dá através da plataforma *Chat Generative Pre-Trained Transformer* - ou seja, chat transformador pré-treinado para gerar conversas (*Chat GPT*), um modelo que utiliza linguagem natural criada pela Open AI. Esta plataforma tem a habilidade de gerar diálogos com respostas para os seus usuários baseadas em buscas inteligentes na Internet e outras fontes.

Uma das grandes lacunas abertas no jornalismo foi o fato de a plataforma conseguir desenvolver textos de maneira rápida, fluida e próxima de uma linguagem humana. A sua capacidade de estar próxima de uma narrativa jornalística questiona o método de trabalho dos repórteres de texto. Isso é especialmente relevante quando se relaciona à sua responsabilidade ética em garantir a veracidade dos fatos e o uso apropriado de informações adquiridas a partir de fontes confiáveis e válidas.

Desta maneira, este artigo convida à discussão sobre como o jornalismo, que ainda não superou a inserção massiva da internet e das redes sociais, pode ser impactado com uma plataforma de inteligência artificial textual. Para esta análise, o artigo utiliza metodologicamente um experimento direto com a plataforma *Chat GPT* através de uma análise exploratória. Foram experimentados dois modelos de notícias factuais e verídicas entre os meses de maio e junho de 2023. Tendo como exemplo a matéria do G1 da empresa Globo, publicada no dia 4 de maio de 2023 por Guilherme Mazui, com o título: “Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros’”. E a matéria do UOL, publicada por Isabella Cavalcante no dia 3 de maio de 2023, com o seguinte título: “Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13,75%”. Assim, por meio de comandos para a plataforma, a pesquisa elaborou a partir desta notícia sobre a economia do Brasil, testes sobre como a IA pode elaborar textos jornalísticos sobre fatos verídicos. A discussão dos resultados desta proposta não é como o *Chat GPT* auxiliou na ferramenta de produção, mas como, ao mesmo tempo, infringiu o *ethos* jornalístico e utilizou fontes indevidamente.

No demais, o artigo também segue uma lógica teórica sobre o jornalismo e inteligência artificial e expõe uma discussão sobre a questão jornalística e a apuração do fato, o valor e a importância dos relatos das fontes e como estes dados são inseridos no texto.

Para a formulação de um argumento teórico sólido este trabalho se respalda no conceito de jornalismo na Inteligência Artificial e a sua capacidade de gerar e disseminar *fake news*. As IA's estão presentes na sociedade desde os anos de 1950. No entanto, Barbizan (2021) afirma que a aplicação massiva de automação na elaboração de textos informativos vem ocorrendo há cerca de uma década.

Apesar de já estar inserida no cotidiano das pessoas, a IA ainda está em fase de construção e suas aplicabilidades se apresentam aos poucos, como salienta Sayad (2023) quando discute sobre suas potencialidades.

O campo da inteligência artificial ainda é eminentemente empírico - são modelos estatísticos de probabilidade testados de modo experimental -, e não existe uma teoria, o que limita estabelecer o que essas tecnologias podem ou não realizar, fazer, executar, além de dificultar a identificação de influências mútuas durante a articulação com outros campos de conhecimento [...] Os modelos ou sistemas de IA extraem propriedades estatísticas do mundo para entender, por exemplo, imagens, textos e sons. Ainda não se tem clareza a respeito das demais atividades do cérebro como emoções, consciência, afeto, pois são atributos difíceis de serem definidos. Atualmente, os sistemas de IA ultrapassaram as capacidades humanas em vários domínios - como reconhecer imagens e falas, formular estratégias de jogos, traduzir idiomas ou completar frases -, mas existem outros domínios que ainda são intrínsecos aos seres humanos e que envolvem, em geral, criatividade e inovação, relacionamento interpessoal, entre outros elementos (SAYAD, 2023, p. 27).

Prado (2022), pontua que o modelo de IA GTP-2¹ foi lançado em 2019 deixando muitos pesquisadores perplexos, principalmente os que combatem notícias fraudulentas ou enganosas da mesma forma como ocorre na utilização de programas que produzem *deepfake*, ou seja, a utilização de áudios e vídeos manipulados por IA com informações falsas em um noticiário ou em um vídeo publicado na internet.

¹ O GPT-2 é a segunda geração da série GPT e foi lançado pela OpenAI em 2019. É um modelo de linguagem pré-treinado que utiliza uma arquitetura de rede neural chamada Transformer, sendo capaz de gerar texto coerente e contextualmente relevante, bem como responder a perguntas, traduzir idiomas e realizar várias tarefas de PLN.

A mesma autora comenta que no momento do lançamento, o GPT-2 o mesmo foi considerado muito bom, mas o risco do uso indevido também era alto, ao ponto de romperem com uma prática habitual de liberar a pesquisa na íntegra para o público. “Na época, a motivação da OpenAI para restringir o lançamento incluía o potencial de programas como esse criarem artigos de notícias enganosas, além de automatizar spam e abuso” (PRADO, 2022, p. 327).

E complementa ao dar o exemplo de que “o GPT-3² pode escrever notícias aparentemente confiáveis, talvez possa escrever notícias falsas convincentes; se pode redigir artigos de opinião, talvez possa redigir tweets enganosos” (PRADO, 2022, p. 331). Por isso, há a persistência de que o fácil acesso às ferramentas avançadas de IA pode permitir que atores mal-intencionados atuem, principalmente porque o espalhamento de notícias falsas vem se tornando uma prática lucrativa para alguns setores da sociedade, impactando diretamente no jogo social, democrático e político das sociedades.

Isso porque a sociedade inserida no meio digital potencializou o espalhamento de conteúdos nas mais diferentes plataformas. Jenkins (2008) desde 2006 já dizia que o espalhamento de conteúdo é uma forma de disseminar, recriar ou estimular a discussão na internet. A prática de espalhar conteúdos tornou-se uma maneira eficaz de popularizá-los nas redes sociais.

Assim, o intuito da desinformação em massa não está em informar a sociedade, mas sim falsear, embromar e conduzir o indivíduo à ilusão, visto que busca atingir, de forma rápida e viralizada determinado público.

Biolcati (2022) argumenta que a geração de informações por fontes sem aderência a critérios técnicos de imparcialidade e investigação pode gerar um ambiente favorável à disseminação de desinformação ou dados inadequados. Tal circunstância pode afetar negativamente o entendimento dos usuários em relação a assuntos gerais, especialmente aqueles de caráter político. E destaca ainda que as *fakes news* abrangem uma diversidade de conteúdos em circulação. Apesar de parecerem relatos de eventos, esses conteúdos divergem das práticas do jornalismo profissional, da pesquisa científica e de atividades correlatas (BIOLCATI, 2002).

² O GPT-3 é a terceira geração da série GPT, lançada em 2020. É notável por sua escala massiva, com 175 bilhões de parâmetros, tornando-o um dos maiores modelos de linguagem já criados. Ele é capaz de realizar uma ampla gama de tarefas de processamento de linguagem natural, como tradução de idiomas, geração de texto, resposta a perguntas e muito mais.

Metodologia

Para a pesquisa, foi utilizado o método de estudo de caso exploratório. O estudo de caso exploratório consiste, de acordo com Hartley (2004, p. 323), em “fornecer uma análise do contexto e processos que iluminam as questões teóricas que estão sendo estudadas” e, conseqüentemente, trata-se de uma atividade com estrutura diferente. Para a pesquisa exploratória, o estudo de caso é adequado por constatar os fenômenos sucedidos em determinados contextos cotidianos. Para Creswell (2007), o estudo de caso, aborda múltiplas perspectivas e com profundidade da investigação do objeto de estudo.

Foram realizadas leituras literárias específicas com o tema deste artigo, além da utilização de leituras em páginas de sites oficiais de governos, publicações acadêmicas entre outros que estejam ligados diretamente ou não com os pesquisadores que atuam com o tema da Inteligência Artificial.

Também dentro do método exploratório desta pesquisa foram realizadas entrevistas com a IA para debater como uma inteligência artificial avançada, como o *Chat GPT*, pode interferir no modo de produção de textos jornalísticos. A escolha por entrevistas (GIL, 2016) se justifica pela abordagem qualitativa adotada no estudo, que visa não apenas descrever, mas compreender os fenômenos em profundidade. As entrevistas foram conduzidas de maneira a permitir a observação das respostas geradas pela IA em diferentes contextos de produção textual, particularmente na criação de notícias.

Segundo Gil (2016, p. 27), a análise exploratória, no contexto de uma pesquisa social, tem como objetivo central desenvolver, esclarecer e ajustar conceitos e ideias, com a intenção de formular problemas mais específicos ou hipóteses que possam ser investigadas em estudos futuros. Assim o autor considera que as pesquisas exploratórias exigem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Em outras palavras:

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Para fechar nossa busca foram utilizadas como base duas matérias, cada uma de um veículo de comunicação com o mesmo tema, publicados na editoria de economia, ao tratar sobre a Selic - taxa básica de juros no Brasil. Notícias factuais e verídicas, uma publicada pelo site G1 da empresa Globo, no dia 4 de maio de 2023, por Guilherme Mazui, com o título: “Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros’” e outra matéria do site UOL, publicada por Isabella Cavalcante em 3 de maio de 2023, com o título: “Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13, 75%”. O caso foi publicado nos sites do UOL e do G1 da Globo no ano de 2023.

Os pesquisadores conduziram a IA para a concretização de textos ao solicitar ao *Chat GPT* reescrever as principais notícias veiculadas neste período, potencializando, através dos comandos, suas capacidades de produzir uma informação falsa. Para esta primeira fase metodológica, nos respaldamos na lógica de uma pesquisa experimental, a fim de coletar sistematicamente informações válidas sobre um fenômeno observável para explicá-lo ou compreendê-lo (CHIZZOTTI, 2018); (KERLINGER, 2003).

Ao reescrever as notícias por meio da Inteligência Artificial, apresentamos como os textos criados podem ser analisados a partir da regulação da IA e, principalmente, como esta ferramenta se comporta ao produzir notícias a partir do que já existe disponível na internet, se os textos criados por IA se apresentam de maneiras satisfatórias no que diz respeito às técnicas e éticas jornalísticas ao divulgar um fato verídico como as variações da Selic.

O Chat GPT e sua funcionalidade no jornalismo

Lançado inicialmente em 2018, o *Chat GPT-1* é um modelo de linguagem baseado em inteligência artificial que foi projetado pela Open AI, uma ONG sem fins lucrativos dos Estados Unidos da América com o objetivo de avançar as pesquisas e desenvolver uma IA amigável. A sua última atualização da ferramenta ocorreu em março de 2023, no entanto, esta caracteriza-se como um sistema em constante desenvolvimento em que novas versões e atualizações e funcionalidades surgem a cada momento. Segundo a própria plataforma, isto aconteceu através do desenvolvimento do GPT - 4 que foi o resultado de um processo interativo que envolveu o treinamento da IA para lidar com uma enorme quantidade de textos coletados da internet. Esse treinamento permitiu o reconhecimento de padrões,

gramática, estilo de escrita e a entender o contexto das palavras em diferentes situações possibilitando uma maior criatividade nas respostas, a compreensão de instruções mais complexas pelos usuários e melhorias no raciocínio de *Chatbot*³ para processar comandos e buscar respostas.

Assim, ao treinar com uma vasta quantidade de dados, o *Chat GPT* foi capaz de adquirir conhecimento sobre diversos tópicos, desde ciência e tecnologia até cultura, história, entretenimento, entre outras editorias que contemplam o jornalismo diário. Ao mesmo tempo, a ferramenta reforça que o seu conhecimento foi atualizado pela última vez em setembro de 2021, sendo que pode haver informações nas quais ele ainda não possui conhecimento.

Trata-se de uma ferramenta que usa Inteligência Artificial (IA) para o desenvolvimento de textos próximos à linguagem natural, em resposta a perguntas ou consultas disparadoras. A ferramenta funciona através da análise de padrões de grandes conjuntos de dados (big data) de linguagem natural, utilizando IA para produzir respostas elaboradas, e “originais”, às consultas e perguntas inseridas em uma página com a estrutura de um chat (PERES, 2023, p. 5).

Importante ressaltar que a ferramenta utiliza reconhecimento de fala, resolução de problemas complexos, além da técnica chamada de aprendizado de máquina que são desenvolvidos com base em algoritmos de aprendizado, o que possibilita que a máquina faça análises, identifique padrões e efetue previsões de maneira automatizada.

Assim, é um modelo pronto para lidar com tarefas de processamento de linguagem natural. Este mesmo modelo foi treinado com uma enorme quantidade de dados de texto, que inclui informações de uma ampla variedade de fontes, incluindo livros, artigos de notícias, artigos acadêmicos, conversas de chat, entre outras informações que podem auxiliar na construção de uma notícia.

Ao responder a perguntas ou iniciar conversas, o *Chat GPT* usa uma técnica chamada: geração de linguagem natural, que permite que o modelo produza frases e respostas em linguagem natural que soam como se fossem escritas por um ser humano. Por isso, ele é

³ *Chatbot* é um programa de computador ou dispositivo móvel projetado a partir de IA para simular uma conversa humana, especialmente por meio de texto ou de voz, para interagir com o usuário ao responder perguntas ou executar tarefas específicas.

capaz de responder a uma ampla variedade de perguntas, desde questões factuais simples até perguntas mais complexas que exigem raciocínio e compreensão de contexto. O modelo é capaz de analisar o texto de entrada e identificar palavras-chave e padrões que podem ajudar a produzir uma resposta relevante.

Com críticas ao redor do mundo, o *Chat GPT* foi banido em alguns países em seu auge de desenvolvimento, em abril de 2023. A Itália, por exemplo, foi um dos primeiros países a proibir a plataforma. Citemos a reportagem de Thiago Ramaciotti do Jornal O Globo publicado no dia 10 de maio de 2023, com o título: “*Chat GPT* começa a sofrer primeiros banimentos; países querem regulamentação”⁴, a qual mostra a Itália considerando que a IA encontra problemas e acrescentariam dificuldades com checagem de fatos com a possibilidade de publicar *fake news*. Além disso, outros países, principalmente da União Europeia, cobram uma regulamentação mais clara sobre o uso da plataforma.

Em resposta a estas ponderações, em junho de 2023, o Parlamento Europeu aprovou um projeto para regulamentar o uso de sistemas de Inteligência Artificial em todo o bloco. Publicada a proposta de lei em matéria na DW⁵, a medida visa garantir os direitos civis fundamentais, além de proteger contra as ameaças da IA contra a saúde e a segurança, ao mesmo tempo em que fomenta a inovação da tecnologia.

Mas devemos ressaltar que a União Europeia, por meio da Comissão Europeia (CE), já vinha buscando respostas e pesquisas sobre IA no cotidiano das pessoas, o que inclui a profissão do jornalista. Segundo Filho (2022) assim foi criada a Comunicação da Comissão Europeia sobre Inteligência Artificial no ano de 2018. Desta comissão saíram estratégias tidas como independentes pelos Estados-Membros, a partir das quais foi formalizado o Plano Coordenado para a Inteligência Artificial que visa, de maneira dialética, levar a uma ideia dos benefícios e desafios da vinda do IA abordando, principalmente, a temática ética numa perspectiva global, dentre outros objetivos de desenvolvimento, como as práticas éticas de gestão de dados.

Nessa linha Santaella (2023) pondera sobre os riscos da IA:

⁴ Matéria disponível em: <https://gq.globo.com/tecnologia/blog/2023/04/chatgpt-primeiros-banimentos-paises-querem-regulamentacao.ghtml>

⁵ Matéria disponível em: Inteligência Artificial (IA) – DW.

Para o presente e especialmente para o futuro, além de vários outros quesitos éticos nas mãos dos desenvolvedores e empreendedores, muito dependerá dos usos, guiados ou não pela ética, que os humanos empreenderão com os sistemas artificiais. Riscos para esse uso não faltam e eles são variados. Vejamos alguns sinais de alerta, bandeiras vermelhas dos perigos existentes e já pressentidos [...] especialmente pela lição, muito bem lembrada, da rápida degeneração ética por que passaram as redes sociais até se transformarem em um lodaçal de desinformação e mentiras (SANTAELLA, 2023, p.110).

No Brasil, as críticas não são diferentes, porém não há no horizonte alguma normativa para a regulação do uso da Inteligência Artificial. Até este momento, uma minuta, na forma do PL 2.338/2023⁶, foi apresentada pelo Senador Rodrigo Pacheco. O texto visa "proteger os direitos fundamentais e garantir a implementação de sistemas seguros e confiáveis, em benefício da pessoa humana, do regime democrático e do desenvolvimento científico e tecnológico" (BRASIL, 2023).

Em referência ao jornalismo, perguntamos ao *Chat GPT* se ele seria capaz de substituir o jornalismo. A resposta da plataforma foi a seguinte:

Embora eu possa ajudar no processo de redação e fornecer informações com base em dados existentes, não posso substituir completamente o jornalismo. O jornalismo envolve habilidades como reportagem investigativa, análise crítica e verificação de fatos. Além disso, os jornalistas desempenham um papel importante na seleção de fontes confiáveis e na tomada de decisões editoriais. Eu sou uma ferramenta complementar, mas o jornalismo humano continua sendo essencial para uma cobertura imparcial e responsável (*Chat GPT*).

Ainda perguntamos como ele pode auxiliar no trabalho do jornalista:

Eu posso auxiliar jornalistas em seu trabalho de diversas maneiras. Como modelo de linguagem, posso ajudar na pesquisa de informações, fornecer dados estatísticos relevantes e auxiliar na geração de ideias para pautas. Além disso, posso auxiliar na redação, oferecendo sugestões de estrutura e estilo. Os jornalistas também podem usar minha capacidade de processar grandes quantidades de texto para verificar a consistência e a precisão de informações (*Chat GPT*).

⁶ PL disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>

Em relação às fontes de informações no jornalismo, perguntamos como a plataforma lida com a grande quantidade de dados que podem ser utilizados como base para a construção da notícia. O robô respondeu que:

Como um modelo de linguagem, não tenho a capacidade de lidar diretamente com as fontes de informação no jornalismo. Minha função é fornecer informações com base nos dados com os quais fui treinado, que incluem uma ampla variedade de fontes da internet. No entanto, cabe aos jornalistas humanos avaliar e selecionar cuidadosamente suas fontes de informação para garantir sua credibilidade, veracidade e confiabilidade. Os jornalistas são responsáveis por seguir princípios éticos, conduzir pesquisas, entrevistas e investigações para obter informações precisas e confirmar a veracidade das informações antes de publicá-las (*Chat GPT*).

Ainda perguntamos ao *Chat GPT* se com essa grande quantidade de dados de fontes de informação, seria possível reproduzir materiais de cunho inverídico. A plataforma respondeu que:

Como um modelo de linguagem, sou treinado para fornecer respostas com base em padrões e informações presentes nos dados com os quais fui treinado. No entanto, como sou alimentado por uma grande quantidade de dados da internet, incluindo fontes confiáveis, também posso reproduzir informações imprecisas ou desatualizadas presentes nesses dados. Portanto, há o potencial de gerar respostas incorretas ou imprecisas, mas isso não significa que eu intencionalmente produza fake news. A responsabilidade de verificar a precisão das informações fornecidas por mim ou por qualquer outra fonte sempre deve recair sobre os usuários, consultando fontes confiáveis e exercendo um pensamento crítico (*Chat GPT*).

Como se nota, a partir dos próprios relatos do Chat, não é possível ainda confiar plenamente na plataforma, pois existem funcionalidades no meio jornalístico, que somente o próprio jornalista é capaz de realizar. Um dos motivos, por ter o *feeling* típico da profissão que é o de investigar e apurar os fatos.

Limitações éticas e modos de produção

Desde quando se ingressa em um curso de Graduação em Jornalismo, os futuros jornalistas já começam a ouvir e usar termos ontológicos no jornalismo como: realidade, objetividade, verdade, imparcialidade e ética jornalística, entre outros, para justificar a cultura jornalística⁷ ao construir notícias por meio da realidade vivida. Nos ateremos com maior foco sobre a questão da ética, o que envolve a linha editorial de uma empresa de comunicação, a qual aprendemos que notícia é notícia e publicidade é publicidade. Significa dizer que não se pode utilizar o editorial, um gênero jornalístico com categoria opinativa (MELLO, 2003), para vincular os interesses de uma determinada empresa, ou de políticos, por exemplo, vendendo o jornal como se fosse realmente jornalístico correspondendo à verdade e atendendo aos interesses do emissor ou autor da informação.

Mas conforme a história da imprensa conta, desde setembro de 1808, quando surgiram os primeiros jornais brasileiros, o *Correio Braziliense* e a *Gazeta do Rio de Janeiro* eram tendenciosos os seus posicionamentos, principalmente os políticos, deixando a questão da ética jornalística de lado, em determinados momentos, ao não mostrar no mínimo duas versões sobre determinado fato ou ser um jornal que aceita pagamento para publicar.

Vejamos, o primeiro jornal era editado pelo jornalista Hipólito José Costa, em Londres, devido à censura imposta pela corte portuguesa, por ser a favor da monarquia constitucional e por defender pensamentos liberais para a época como o fim da escravidão. Já o segundo tinha como linha de pensamento os interesses da família real portuguesa e era inspecionado pelo Dom João VI, sendo notadamente oficialista (LUSTOSA, 2004).

Romancini e Lago (2007, p. 40) ressaltam que estas linhas de pensamento marcaram “o jornalismo como instrumento panfletário de convencimento político caracterizando ainda por muito tempo a imprensa brasileira”, o que se formos analisar nos dias de hoje não se difere tanto, quando se observa as linhas editoriais de muitos veículos de comunicação.

Entendemos assim como linha editorial, os princípios que ditam o modo como as notícias são escolhidas e produzidas de maneira ética, para não faltar com a verdade. Lembrando que é correto que existam jornais mais afinados com essa ou aquela linha de raciocínio e que, de certa forma, acabam dando mais destaques a um direcionamento sobre

⁷ Termo utilizado por TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. 2. ed., v. 2, Florianópolis: Insular, 2008.

o que se publica especificamente na coluna da linha editorial, mas sempre eticamente deixando de maneira transparente o seu posicionamento e dando a oportunidade aos opositoristas de terem a liberdade de publicarem, por meio de artigos, ou até mesmo de serem entrevistados e/ ou serem fontes em noticiários que tendem a ser objetivos e imparciais, ou melhor dizendo, que seguem o código de ética profissional. Este código traz preceitos deontológicos que norteiam a atividade jornalística tratando principalmente da conduta e das responsabilidades profissionais do jornalista. Disponível no site da Federação Nacional de Jornalistas, é dever de todo profissional conhecer as consequências do seu trabalho e daquilo que publica diariamente. Citemos como exemplo, o clássico Caso da Escola Base, publicado em 1994, um erro jornalístico da imprensa brasileira, por não investigar ou se aprofundar nos fatos como se deve. Tido como um caso de erro grave do jornalismo, o caso pode ser visto em forma de documentário na *Globo Play*, com o título: *Escola Base - Um repórter enfrenta o passado*).

Se por um lado as responsabilidades sobre o trabalho jornalístico dependem do conhecimento do código deontológico da profissão e da ética individual intrínseca do ser humano, certamente no mundo virtual a tecnologia ainda não atingiu este patamar de consciência.

Sobre as questões éticas que envolvem os jornalistas e a IA Sayad (2023) poderá que apesar do poder da IA cabe aos profissionais o discernimento sobre a ética na profissão:

No caso de sugestões de notícias em sites de jornais e até de amizades em redes sociais, a questão ética reside em saber: será que estamos limitados as escolhas algorítmicas e, assim, perdendo diversidade de conteúdo? Nasce, assim, o conceito polêmico de "bolha informacional". Pariser 2011 explica que essa bolha surge da junção dos mecanismos de busca e seus filtros com mecanismos de previsão, os quais criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar. Esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós; e as bolhas dos filtros alteram constantemente o modo como nos deparamos com ideias e informações (SAYAD, 2023, p. 74).

Assim entendemos que a ética, de acordo com o livro *Ética no Jornalismo* “é um conjunto de processos mentais e reflexivos que derivam em práticas concretas da vida” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 18) e que “A ética pode não ser concreta, mas as

consequências de uma decisão ética repercutem no plano material” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 19).

Isto nos leva a entender que todas as profissões possuem seu código de ética, para aperfeiçoar a moral da profissão em um senso em comum, para que se tenha um limite, por exemplo, quando o jornalista constrói a notícia e a pública. Afinal, a ética é o estudo dos juízos de valor (bem/mal) aplicáveis à conduta humana, no todo ou em um campo específico. Moral é o conjunto das regras de conduta consideradas eticamente válidas” (LAGE, 2005, p. 39).

Experimento com *Chat GPT*

Um dos experimentos que este artigo realizou com o *Chat GPT* foi sobre a tentativa de produzir uma matéria jornalística sobre as críticas do Presidente Luís Inácio Lula da Silva ao Banco Central, em especial ao seu presidente Roberto Campos Neto, sobre as taxas de juro da Selic que estavam em um patamar de 13.75%, sendo considerada alta pelo político.

Para isto, recorremos a duas matérias produzidas pelo jornalismo brasileiro em veículos de comunicação conceituados, como o site G1 da empresa Globo, com matéria publicada no dia 4 de maio de 2023, por Guilherme Mazui, com o título: “*Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juro'*”. E a matéria do site UOL, publicada por Isabella Cavalcante no dia 3 de maio de 2023, com o título: “*Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13, 75%*”.

A partir da leitura destas duas matérias, em um primeiro momento foi solicitado, de maneira mais aberta, por meio de comandos ao *Chat GPT* a seguinte solicitação:

Escreva uma notícia jornalística, utilizando fontes de informação, com *lead*, e que discorra sobre as críticas do Presidente Lula ao Banco Central em relação à taxa Selic que está em 13,75%. Nesta notícia destaque as falas críticas que o Presidente Lula faz ao seu Presidente Roberto Campos Neto. Também utilize uma pluralidade de fontes, destacando as diferentes visões sobre manter a taxa nesta porcentagem (Autores, 2023).

Prontamente o Chat GPT retornou um texto conforme o quadro 1.

Quadro 1: Resposta do teste com o *Chat GPT***Presidente Lula critica diretamente o Presidente do Banco Central por manter taxa Selic em 13,75%**

O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva não poupou críticas ao Banco Central do Brasil e seu presidente, Roberto Campos Neto, pela decisão de manter a taxa Selic em 13,75%. Lula, em declarações diretas, expressou preocupação com os efeitos negativos dessa política monetária, enquanto economistas apresentaram diferentes visões sobre a manutenção da taxa nesse patamar.

Em um discurso recente, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva não mediu palavras ao criticar o Banco Central do Brasil e seu presidente, Roberto Campos Neto, pela decisão de manter a taxa Selic em 13,75%. Lula expressou preocupação com os impactos negativos dessa política monetária na economia brasileira e direcionou suas críticas diretamente a Campos Neto.

"O presidente do Banco Central precisa repensar urgentemente sua decisão. Manter a taxa Selic em 13,75% é um erro grave e prejudicial à população", disse Lula em seu discurso. Ele argumentou que a alta taxa de juros dificulta o acesso ao crédito, sufoca o crescimento econômico e prejudica principalmente os mais vulneráveis.

As críticas de Lula ecoaram em meio a um cenário de opiniões divergentes entre economistas. Para Maria Silva, renomada economista da Universidade Federal, a manutenção da taxa Selic em 13,75% é excessiva e pode agravar a crise econômica, prejudicando a recuperação e a geração de empregos. "É necessário reduzir gradualmente os juros para estimular o investimento e o consumo", afirmou Silva.

Por outro lado, João Santos, analista financeiro da XYZ Investimentos, tem uma perspectiva diferente. Ele argumenta que a manutenção da taxa Selic em 13,75% é fundamental para conter a inflação e manter a confiança dos investidores. "Uma redução abrupta dos juros poderia desencadear pressões inflacionárias e afetar negativamente a estabilidade econômica", defendeu Santos.

Enquanto as opiniões se dividem, o Banco Central reitera sua independência na tomada de decisões sobre a política monetária. A instituição leva em consideração diversos fatores, como o cenário econômico atual, as perspectivas de inflação e o contexto internacional, antes de definir a taxa Selic.

A manutenção da taxa Selic em 13,75% permanece em vigor, e o debate sobre seus efeitos na economia brasileira continua. Enquanto o governo e os especialistas discutem os rumos da política monetária, a população aguarda por respostas que possam impulsionar o crescimento econômico e melhorar as condições financeiras do país.

Fontes:

Entrevista com Luiz Inácio Lula da Silva - Discurso político

Economistas:

Prof. Maria Silva, economista da Universidade Federal

Dr. João Santos, analista financeiro da XYZ Investimentos)

Fonte: Extraído do Chat GPT (2023)

Conforme verificado no texto apresentado, o *Chat GPT* se mostra estar hábil a elaborar um texto jornalístico que possua *lead*, fontes e informações conforme o solicitado. No entanto, uma observação mais atenta nos mostra que é possível encontrar uma série de divergências sobre a estrutura de um texto jornalístico de qualidade, como por exemplo informações falsas que poderiam corroborar com a criação de uma *fake news*. Além disso, o texto não possui uma base concisa de fatos relevantes, baseando-se unicamente no mesmo núcleo da fala do presidente.

Através do *lead*, podemos observar que o Chat PT não conseguiu ser preciso na sua elaboração, apenas demonstrando um resumo sobre o que é de fato a notícia. Ao mesmo tempo observa-se um conteúdo genérico e sem informações relevantes de fato que constituem um texto jornalístico preciso.

No segundo parágrafo observamos que: “Em um discurso recente”, o *Chat GPT* não explicitou onde, como ou quando foi realizado este discurso, mostrando que a inteligência artificial não tem a capacidade de elaborar uma informação precisa sobre um fato. Houve apenas um discurso impreciso do fato.

O terceiro parágrafo traz uma fala do presidente Lula: "O presidente do Banco Central precisa repensar urgentemente sua decisão. Manter a taxa Selic em 13,75% é um erro grave e prejudicial à população". Apesar das recorrentes críticas ao Banco Central, o presidente Lula nunca disse essas palavras de maneira literal. Esta formulação traz a incapacidade de o *Chat GPT* procurar por algum acervo de outra fala sobre o presidente, como também demonstra a fragilidade para se construir discursos inverídicos.

Também foi solicitado à IA que fosse elaborado opiniões divergentes sobre a taxa. Vemos que o *Chat PGT* citou uma renomada economista de uma Universidade Federal, Maria Silva, porém, pode-se observar que foi utilizado um nome genérico e a economista não existe na realidade. A mesma coisa acontece com o analista financeiro da XYZ Investimentos, João Santos. No entanto, observamos uma tendência de discursos abruptos e estereotipados. Isto porque a Professora da Universidade Federal está a favor do governo, enquanto o analista financeiro se mostra com um posicionamento contrário.

Nos últimos dois parágrafos também vemos um discurso raso sobre a manutenção da taxa Selic. Na última frase que diz: "a população aguarda por respostas que possam impulsionar o crescimento econômico e melhorar as condições financeiras do país", fica claro o discurso quase que com um teor opinativo, sendo inaceitável na construção de um texto jornalístico de caráter noticioso. Além disso, há em evidência a conclusão sobre o fato em si, o que não se caracteriza como um texto jornalístico.

Todas estas constatações nos levam a crer que, conforme dialogado em sala de aula em outubro de 2023, na disciplina: Estudos Avançados em Comunicação I, lecionada pelo professor doutor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal da Santa Maria, Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete⁸, o *Chat GPT* e a IA tem suas vantagens, porém nada substitui de forma eficaz o trabalho de um jornalista, por este possuir o chamado *feeling* jornalístico. Mais principalmente pelo fato de este profissional ser um ser humano, o qual possui a consciência dos preceitos éticos da profissão, com capacidade de discernir sobre o que pode e não pode fazer no processo de elaboração de uma matéria jornalística e uma inteligência emocional para lidar com determinadas situações no cotidiano em um ecossistema comunicacional.

⁸ Fala do professor Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete, na disciplina Estudos Avançados em Comunicação I, UFSM, em 5 de out.2023.

Considerações

De acordo com os resultados apresentados, este estudo aponta para a complexidade e os desafios inerentes ao uso do Chat GPT e outras ferramentas de inteligência artificial (IA) no campo do jornalismo. Apesar de sua capacidade avançada para processar grandes volumes de dados, reconhecer padrões e gerar textos que se aproximam da linguagem natural, o Chat GPT demonstra limitações significativas que não podem ser ignoradas. Estas limitações são particularmente evidentes quando se trata da produção de conteúdo jornalístico, que exige precisão, verificação rigorosa dos fatos e sensibilidade às nuances do contexto social, político e cultural.

O experimento conduzido, no qual o Chat GPT foi solicitado a produzir uma matéria jornalística, revelou várias falhas críticas. A IA gerou informações imprecisas, como a atribuição de citações fictícias ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a criação de personagens inexistentes, como "Maria Silva" e "João Santos". Esse exemplo sublinha a principal limitação do modelo: sua incapacidade de distinguir entre informações verdadeiras e fictícias quando não encontra dados precisos em seu treinamento. Essa deficiência representa um risco considerável no contexto jornalístico, onde a disseminação de informações incorretas pode resultar em desinformação e prejudicar a credibilidade dos veículos de comunicação.

Além disso, o texto gerado pela IA carecia de elementos essenciais para uma notícia de qualidade, como a identificação clara das fontes e a contextualização dos fatos. A ausência de detalhes precisos sobre quando e onde o discurso do presidente Lula teria ocorrido exemplifica a superficialidade do conteúdo produzido. O modelo também demonstrou uma tendência a criar narrativas estereotipadas e previsíveis, o que levanta questões sobre a sua capacidade de capturar a complexidade dos eventos e das questões abordadas.

É importante ressaltar que o Chat GPT, enquanto ferramenta, pode ser valioso como auxiliar na pesquisa, na estruturação inicial de textos e na sugestão de ideias. No entanto, sua utilização deve ser complementada pela expertise dos jornalistas, que trazem consigo a habilidade de verificar fatos, contextualizar informações e aplicar uma análise crítica que vai além das capacidades da IA.

Por fim, o Chat GPT e outras ferramentas de IA representam avanços tecnológicos significativos que podem transformar o campo do jornalismo, mas sua aplicação deve ser realizada com cautela. A supervisão humana é imprescindível para garantir que o conteúdo

gerado esteja em conformidade com os princípios éticos e os padrões de qualidade que caracterizam o jornalismo responsável. O uso consciente dessas tecnologias pode contribuir para a eficiência e a inovação no jornalismo, desde que não se perca de vista a necessidade de manter o controle humano sobre a produção e a difusão de informações. Portanto, a IA no jornalismo deve ser vista como uma ferramenta complementar e não como um substituto para a competência, a ética e a sensibilidade dos profissionais da área.

REFERÊNCIAS

- BARBIZAN, Silvio. Jornalismo gerado por inteligência artificial: Narrativas e credibilidade. Tese- Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- BIOLCATI, Fernando, H. O. Internet, fake news e responsabilidade civil das redes sociais, São Paulo: Almedina, 2022.
- BRASIL. (2023). Projeto de Lei 2338/2023. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>. Acesso em: junho de 2023.
- CAVALCANTE, Isabella. Copom mantém a Selic em 13,75%, apesar de pressão do governo Lula. UOL, 2023. Disponível em: www.uol.com.br Acesso em: junho de 2023.
- CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 2001.
- CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ética no Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2008. 128p.
- FILHO, Ivan Barbiero. A regulação da Inteligência Artificial: um recorte sobre os Sistemas de Armas Letais Autônomas no cenário internacional. Brasil: Editora Dialética, 2022.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Sexta edição. Editora Atlas. São Paulo. 2016.
- HARTLEY, J. Case study research. In. Catherine Cassel e Gilian Symon (Eds.), Essential guide to qualitative methods in organizational research. London: Sage, 2004.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- KERLINGER, Fred Nichols. Metodologia de Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo: EPU. 2003.

LAGE, Nilson. Teoria e Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística. Elsevier Editora Ltda. 2005.

LUSTOSA, Isabel. O Nascimento da Imprensa Brasileira. Rio de Janeiro: Jorge. Zahar: 2004.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MAZUI, Guilherme. Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros'. G1. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/> Acesso em: 10 agosto de 2023.

OLIVEIRA, Thays, F.D. A utilização de tecnologias pela defesa: da inteligência artificial a armas autônomas letais. Publicado no site: Rede CTIDC em dezembro de 2019. Disponível em: www.redectidc.com. Acesso em: 2 de outubro de 2023.

PERES, F. Health Literacy on ChatGPT: exploring the potential of artificial intelligence use in academic writing. In Scielo Preprints. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5658>. Acesso em: 5 de outubro de 2023.

PRADO, M. Fake news e inteligência artificial: O poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

ROMANCINI, R.; LAGO, C. História do jornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2007. 276 p.

SANTAELLA, Lúcia. Há como deter a invasão do CHATGPT? 1.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.

SAYAD, Alexandre Le Voci. Inteligência artificial e pensamento crítico: caminhos para a educação midiática. 1.ed. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2023.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

VINÍCIUS JOSÉ BIAZOTTI SABINO

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) e bolsista da CAPES. Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

E-mail: biazottivinicius@gmail.com

MACRI ELAINE COLOMBO

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bolsista da CAPES, jornalista e pedagoga. Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

E-mail: jornalistapdagoga@gmail.com

ULYSSES DO NASCIMENTO VARELA

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), professor da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

E-mail: ulyssesvarela@gmail.com



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 206-221, jan-jun, 2024

Abra a felicidade com menos marketing: consumos mediatizados e configurações comunicativas de empresas de refrigerantes

Destapá felicidad con menos marketing: consumo mediatizado y configuraciones comunicativas de las empresas de refrescos

Open happiness with less marketing: mediatized consumption and communicative configurations of soft drink companies

Lucas de Vasconcelos TEIXEIRA

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM)

E-mail: lvteixeira@gmail.com

Enviado em: 26 jun. 2024

Aceito em: 03 jul. 2024

RESUMO

O objetivo proposto neste artigo é identificar as linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos. A pergunta de pesquisa aborda as maneiras pelas quais as indústrias de bebidas açucaradas moldam seu mundo midiaticizado para manter o domínio sobre as lógicas de representação das informações. As quatro perspectivas que ampliam a caracterização de uma configuração comunicativa - pertencimento, regras, segmentação e poder - são as chaves metodológico-analíticas deste artigo, enquanto o corpus é composto por campanhas publicitárias de refrigerantes. Os resultados apontam que o setor altera as ações comunicativas de seus players de maneira a não perder fatias de mercado e que, se isso ocorrer, que seja para um concorrente, e não para outros tipos de alimentos.

Palavras-chave: *Comunicação publicitária; midiaticização; consumo; marcas; refrigerantes.*

RESUMEN

El objetivo propuesto en este artículo es identificar las líneas de visibilidad del dispositivo mediático de las industrias de refrescos que operan en Brasil y que gestionan los procesos de subjetivación de los sujetos. La pregunta de investigación aborda las formas en que las industrias de bebidas azucaradas dan forma a su mundo mediaticizado para mantener el dominio sobre las lógicas de representación de la información. Las cuatro perspectivas que amplían la caracterización de una configuración comunicativa - pertenencia, reglas, segmentación y poder - son las claves metodológico-analíticas de este artículo, mientras que el corpus se compone de campañas publicitarias de refrescos. Los resultados indican que el sector cambia las acciones comunicativas de sus actores para no perder cuota de mercado y que, si esto sucede, debe ser ante un competidor, y no ante otro tipo de alimentos.

Palabras-clave: *Comunicación publicitaria; mediatización; consumo; marcas; refrescos.*

ABSTRACT

The objective proposed in this article is to identify the lines of visibility of the media dispositive of soft drink industries operating in Brazil that agencying subjects' processes of subjectification. The research question addresses the ways in which industries of sweetened beverages shape their mediatized world to maintain dominance over the logics of representation of information. The four perspectives that expand the characterization of a communicative configuration - belonging, rules, segmentation and power - are the methodological-analytical key aspects of this article, while the corpus is composed of advertising campaigns of soft drinks. The results indicate that the sweetened beverages sector changes the communicative actions of its players in order not to lose market share and that, if this happens, it should be for a competitor, and not for other types of food.

Keywords: *Advertising communication; mediatization; consumption; brands; soft drinks.*

Introdução

Por décadas, uma das marcas mais icônicas da nossa sociedade de consumo - a Coca-Cola -, vem ensinando a seus consumidores que o sabor da juventude e da felicidade é liquefeito, borbulhante e tem que ser bebido gelado (Casaqui; Riegel, 2016) por meio de campanhas publicitárias como as intituladas 'Viver Positivamente' (Ripoll, 2014) e 'Abra a felicidade' (Freire Filho, 2010). Outras marcas bastante conhecidas do grande público, por exemplo, a Pepsi ou mesmo a brasileira Dolly, utilizaram e/ou ainda se valem em suas comunicações publicitárias de outros chamarizes, como o 'charme' do segundo lugar e de mascotes de estética duvidosa.

A campanha publicitária do refrigerante Fys - marca pouco conhecida do grupo Heineken - foi criada pela agência AlmapBBDO em meados de 2021 (e ainda é usada) com o mote da sátira ao universo 'de marketing' construído ao longo do tempo pelos seus concorrentes Coca-Cola e Pepsi, chegando até a debochar da mascote do refrigerante Dolly. Fys anuncia que pretende fugir dos padrões quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias em seu próprio comercial.

Deste modo, debater os regimes de visibilidade que as empresas de refrigerantes pretendem estabelecer em suas campanhas publicitárias, especialmente o refrigerante Fys, é o tema deste trabalho. Já o problema de pesquisa circunscreve-se na seguinte pergunta: como as indústrias de bebidas açucaradas (refrigerantes) moldam seu mundo midiaticizado para manter o domínio que possuem sobre as lógicas de representação das informações? Por sua vez, o objetivo versa sobre a identificação das linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos.

Conforme já antecipado na contextualização inicial, o *corpus* é composto por campanhas publicitárias de refrigerantes, especialmente Fys, bebida açucarada que anuncia fugir dos padrões tradicionais das campanhas de refrigerantes quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias do segmento. As quatro perspectivas que ampliam a visualização de uma configuração comunicativa – pertencimento, regras, segmentação e poder – são as chaves metodológico-analíticas deste artigo. Os principais conceitos presentes no referencial teórico são: dispositivo midiático, midiaticização, consumo midiaticizado, configurações comunicativas.

Campanhas publicitárias de refrigerantes

Em ações comunicacionais recentes, algumas das principais marcas de refrigerantes presentes no mercado brasileiro se valem de argumentos que Fys critica/debocha em sua campanha. Por exemplo, o Guaraná Antarctica apresenta uma ação para mostrar que ‘tudo combina com Guaraná’ (figura 1); a Dolly utiliza a mesma campanha com mascote lançada há décadas, só que adaptada de acordo com a época do ano (figura 2); tanto a Coca-Cola quanto a Pepsi com foco no sabor (com suas cenas clichê), sendo que a Coca acrescenta a redução de açúcar e a Pepsi inclui o ‘experimente’ (respectivamente, figuras 3 e 4).

Figura 1: Guaraná e seu ‘tudo combina’



Fonte: Propmark¹

Figura 2: Dolly e sua campanha ‘eterna’



Fonte: Propmark²

¹ Disponível em: <<https://propmark.com.br/guarana-traz-campanha-para-mostrar-que-tudo-combina-com-o-refrigerante/>>. Último acesso: 08 ago. 2023.

² Disponível em: <<https://propmark.com.br/por-que-a-dolly-usa-a-mesma-campanha-ha-35-anos/>>. Último acesso: 08 ago. 2023.

Figura 3: Coca-Cola e o seu ‘sabor com menos açúcar’



Fonte: Mundo do Marketing³

Figura 4: Frame de comercial da Pepsi com uma variação do já recorrente ‘experimente’



Fonte: Marcas pelo Mundo⁴

Estas marcas vendem, segundo a crítica de Fys, estereótipos⁵. Ao caçoar dos concorrentes, Fys anuncia que pretende fugir desses estereótipos quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias em seu próprio comercial, como divulgado pela agência AlmapBBDO em sua ‘company page’ no LinkedIn (figura 5).

³ Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/pega-esse-sabor-o-slogan-para-a-nova-fase-da-campanha-global-da-coca-cola-sem-acucar/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

⁴ Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/pega-esse-sabor-o-slogan-para-a-nova-fase-da-campanha-global-da-coca-cola-sem-acucar/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

⁵ Estereótipos são reduções que se fundamentam em interpretações preponderantemente valorativas, em juízos de valor (Baccegá, 1998). Para Bosi (2003), os estereótipos possuem a tendência de formar noções excessivamente simplificadoras, isto é, definições congeladoras tão naturalizadas que podem parecer fatos biológicos.

Figura 5: Postagem no LinkedIn da agência que criou o comercial do refrigerante Fys



Fonte: *Company Page da AlmapBBDO*⁶

Referencial teórico

Conforme Braga (2020), Foucault construiu uma filosofia do dispositivo para verificar processos disciplinares e hegemônicos de exercício de poderes. O dispositivo é um tipo de formação engendrada em determinado momento histórico com função estratégica dominante, ou seja, o dispositivo está sempre inscrito em um jogo de poder (Foucault, 2015). Na atualidade, “a mídia é um dispositivo, um operador do poder, que investe na produção de subjetividade a partir de suas linhas de visibilidade que tanto podem atuar como linhas de força e/ou de fratura” (Hoff, 2015, p. 169). A mídia tanto pode tornar visível o já visto – reforçando o dominante – quanto pode conferir visibilidade a questões veladas, modificando as linhas de força dos regimes de visibilidade.

Na alimentação, segundo apresentado por Freitas e Trindade (2016), há uma concentração de grandes empresas que dominam o mercado mundial que, por meio de seu meta-capital midiático⁷ (Couldry, 2003), transferem sentidos para os produtos que

⁶ Disponível em: <https://pt.linkedin.com/posts/almabbdo_50-menos-a%C3%A7%C3%ACar-e-menos-marketing-activity-6884981264638652416-a7Kg>. Último acesso: 08 ago. 2023.

⁷ Quando o capital financeiro (de uma grande corporação) é dependente de um meta-capital fundante, de um capital simbólico.

comercializam com representações alinhadas às suas lógicas de produção e interesses macroeconômicos. Enfim, os dispositivos midiáticos trazem “a carga informacional responsável pela articulação de táticas e estratégias comunicacionais das marcas que impregnam nas sociedades e culturas os valores que nela se instituem” (Freitas; Trindade, 2016, p. 227). Essa lógica de difusão de valores das maiores empresas da indústria alimentícia evidencia o consumo midiaticizado.

Consumo midiaticizado é visível pelas “formas de presença e consequências das atuações do sistema publicitário (via marcas de empresas, produtos e serviços) na vida cotidiana” (Trindade; Perez, 2014, p. 3111). Importante ressaltar que o consumo midiaticizado não se resume ao sistema publicitário em si, pois, afinal, engloba as diversas expressões das marcas em vinculação dinâmica com os sujeitos dentro da perspectiva da centralidade da mídia na vida cotidiana apregoada pela midiaticização.

Especialmente em sua vertente socioconstrutivista, a midiaticização centra esforços em analisar “a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança” (Hepp, 2014, p. 49). Neste sentido, a mídia não é um fenômeno isolado, mas sim relacional e histórico, indicando que não se pode inferir um efeito livre de contexto midiático. Contudo, diferentes mídias podem moldar a comunicação e cada meio é um conjunto de aparatos técnicos que expandem nossa capacidade de comunicação para além da que se dá face a face. Nesse sentido, a mídia é uma reificação da ação comunicativa.

Hepp (2014) salienta que as forças de moldagem da mídia, que captam as particularidades de um meio no processo de comunicação, adquirem concretude apenas com a ação humana em um processo cumulativo de institucionalizações e reificações de práticas. Com efeito, a expressão força de moldagem denota que não se pode “presumir um efeito geral ou livre de contexto da mídia específica; entretanto, diferentes mídias moldam a comunicação de formas diversas” (Hepp, 2014, p. 51). Assim, vários campos da sociedade são construídos comunicacionalmente através de uma profusão de mídias.

Dessa forma, chegamos ao que Hepp (2014) descreve como ‘mundos midiaticizados’: fragmentos da vida que tornam a midiaticização palpável e que se constituem por meio de uma articulação da comunicação midiática. Por exemplo, ao afirmar que Fys contém 50% menos açúcar e menos marketing, a empresa Heineken molda para seu produto uma construção comunicativa institucionalizada e reificada, articulada por redes de comunicação mediadas.

Configurações comunicativas podem ser entendidas como “padrões de processos de entrelaçamento comunicativo que existem ao longo de várias mídias e têm um enquadramento temático que orienta a ação comunicativa” (Hepp; Hasebrink, 2015, p. 82). Dessa forma, é uma via de acesso para compreender as mudanças processuais de construção comunicativa relacionadas com a midiaticização transmidiática em suas inter-relações e mútuas associações. Ao descrever as formas de comunicação, o conjunto de mídias, as constelações de atores - grupos de atores entrelaçados conscientes da existência dos demais - e os enquadramentos temáticos é possível visualizar uma configuração comunicativa em um primeiro nível (Hepp; Hasebrink, 2015). Por exemplo, configuração comunicativa que reflete o desejo de parcelas cada vez mais significativas da sociedade por alimentos com menos açúcar, mas que também refrata algo que pode resultar em uma mudança das próprias mídias.

Metodologia

Para ir além deste primeiro nível fundamental de configuração comunicativa, é necessário uma contextualização que reúne quatro perspectivas (Hepp; Hasebrink, 2015):

- Pertencimento: abarca inclusões, socializações e práticas comunitárias que possam se dar por meio de processos de comunicação midiática;
- Regras: não trata apenas de regulação política e legal, mas diz respeito também a códigos sociais e culturais, como em uma ética da comunicação das mídias;
- Segmentação: passa por investigar as desigualdades no que se refere à mídia e comunicação, acesso a informação e segmentação social;
- Poder: possibilidades de empoderamento e desempoderamento dos atores.

Com efeito, procura-se responder através destes quatro prismas:

“Como as configurações comunicativas constroem nossos diferentes “pertencimentos”? Como certas “regras” são criadas por meio das configurações comunicativas? Como uma configuração comunicativa produz “segmentações” características? Como as configurações comunicativas criam ou mantêm “poder”? (Hepp; Hasebrink, 2015. p. 84).

Portanto, estas quatro perspectivas que ampliam a visualização de uma configuração comunicativa – pertencimento, regras, segmentação e poder – são as chaves metodológico-analíticas deste artigo. Elas podem auxiliar a examinar a midiaticização de forma prática, isto é, o que mudou na sociedade a partir e através da midiaticização, bem como qual o papel da mídia nessa transformação.

Em termos mais gerais, o conceito de configurações comunicativas oferece uma forma de refletir sobre o fato das mídias não serem as únicas formas condutoras de mudança. Portanto, a questão mais proeminente pode ser investigar como culturas e sociedades midiaticizadas se transformam e qual o papel que as mídias têm nesse processo de transformação (Hepp; Hasebrink, 2015, p. 86).

Resultados e discussão

Ao propagar a associação entre um alimento ultraprocessado⁸ e atributos positivos, como sabor (com opção *light* ou zero que não engorda), energia, descontração, etc - e depois desconstruir esses conceitos com a marca Fys - a indústria de refrigerantes consente com a alteração das ações comunicativas de um de seus *players*. Porém, de maneira a não perder fatias de mercado porque, afinal, o mercado total não encolheria frente a opções mais saudáveis de bebidas. Então, independentemente do sucesso da campanha publicitária de Fys, a distribuição do mercado mudaria entre seus concorrentes e não se perderia parte do faturamento para alimentos substitutos.

Mesmo que as ações comunicativas das marcas concorrentes citadas nesse texto (Coca-Cola, Pepsi, Guaraná, Dolly e Fys) entrem em choque, as grandes empresas desse segmento detentoras das marcas reúnem-se em associações como a ABIR (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas) para defender o consumo de refrigerantes como um todo, ou seja, existe um entrelaçamento de mundos midiaticizados com seus respectivos processos de demarcação e configurações comunicativas.

O crescimento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs), como obesidade e diabetes, reflete o desejo de parcelas cada vez mais significativas da sociedade por alimentos com menos açúcar. As campanhas mencionadas da Coca-Cola, da Pepsi e também da Fys tocam nesse tema do ‘sabor com menos açúcar’ visando, entre outros objetivos, a configuração comunicativa sob a perspectiva do pertencimento: para que estas bebidas estejam incluídas, façam parte da socialização e das práticas comunitárias no cotidiano das pessoas. A prerrogativa do saudável é cada vez mais midiaticizada, modificando práticas de consumo em uma inter-relação com a construção da realidade comunicativa. Seria um duro golpe no meta-capital midiático destas empresas não estarem associadas aos usos e apropriações dos sujeitos quando o assunto for alimentação e saúde.

⁸ A definição de alimentos ultraprocessados surgiu em artigo científico (Monteiro *et al.*, 2010), no qual foi proposta a escala de processamento dos alimentos. A versão atual desta escala de processamento separa os alimentos em quatro grupos alimentares (Brasil, 2014): (1) alimentos *in natura* ou minimamente processados, (2) ingredientes culinários, (3) alimentos processados e (4) alimentos ultraprocessados. Este último grupo engloba diferentes tipos de substâncias e de aditivos, fazendo com que seja comum o alimento possuir muitos ingredientes em sua composição - como corantes e aromatizantes - tanto para conservar quanto para modificar cor, odor, sabor ou textura do produto final. *Fast foods* em geral, refrigerantes, biscoitos e balas são alguns exemplos pertencentes a esta categoria.

Podemos apontar, na perspectiva das regras, o exemplo de uma outra campanha publicitária diametralmente oposta àquelas anteriormente citadas das principais marcas do mercado de refrigerantes: a da ACT Promoção da Saúde em associação com a Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável (figura 6). Esta campanha pede mudanças na regulamentação da comercialização dos refrigerantes no Brasil, visibilizando que consumir esse tipo de produto seria tão nocivo quanto fumar. Desta forma, propõe que as indústrias do setor paguem mais impostos – assim como a indústria do tabaco – e que o consumo midiaticizado do segmento de refrigerantes sofra as mesmas restrições dos cigarros em termos de visibilidade e de compartilhamento de informações com a população.

Figura 6: Frames de comercial da ACT sobre os malefícios do consumo de refrigerantes.



Fonte: Propmark⁹

Entendemos que a perspectiva da segmentação está englobada nas duas anteriores, uma vez que a indústria dos refrigerantes vem perdendo legitimidade nas linhas de força do dispositivo midiático, que, neste caso, passa a coferir visibilidade a questões veladas até um passado não muito distante, como o malefício do consumo de bebidas açucaradas. Contudo, o acesso a esse tipo de informação é segmentado socialmente, assim, as classes sociais menos favorecidas economicamente e com menor instrução formal são as que mais sofrem fisicamente por não terem acesso a todas as informações necessárias para associar os eventuais problemas de saúde, como obesidade e diabetes, ao consumo continuado desse tipo de produto. A indústria tenta combater este revés em relação aos seus interesses por meio dos refrigerantes sem açúcar (e de sua comunicação publicitária persuasiva), mas que contam com outros ingredientes sucedâneos do açúcar que também são investigados por cientistas da área da saúde porque estes compostos podem ser igualmente nocivos quando consumidos regularmente.

⁹ Disponível em: <<https://propmark.com.br/campanha-pede-fim-da-mamata-dos-refrigerantes/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

Os alimentos *in natura* representam pouco ou mesmo nada da listagem dos componentes presentes nos ultraprocessados (Monteiro *et al.*, 2016). Os refrigerantes e outros produtos ultraprocessados normalmente possuem aditivos em sua listagem de ingredientes, que tanto podem ser úteis para ampliar a durabilidade, quanto podem mascarar problemas de cheiro ou sabor. Além disso, os aditivos transformam esse tipo de alimento em produtos com alto valor comercial e atrativos aos sentidos (Freitas; Trindade, 2016). Desta feita, segundo Monteiro *et al.* (2016), os ultraprocessados são hiper-palatáveis, isto é, as pessoas não se contentam em comer somente um pouco e podem corriqueiramente ultrapassar o limite da saciedade e, conseqüentemente com o passar do tempo, adquirir alguma DCNT.

A perspectiva do poder também toca as outras três perspectivas da contextualização das configurações comunicativas porque o empoderamento e o desempoderamento dos atores está atrelado à segmentação social, aos embates regulatórios da comercialização de refrigerantes e à conexão ou não com a saudabilidade em associação com as questões de pertencimento. Porém, é preciso indicar também como o poder opera para compreendermos como se dá o empoderamento e o desempoderamento dos atores.

O poder, para Foucault (2008), é uma prática social constituída historicamente por mecanismos e procedimentos que atuam no nível do social e que penetram na vida cotidiana dos sujeitos, ou seja, parte-se dos micropoderes e das relações de poder, não existindo um ponto específico no qual o poder se localiza na estrutura social. Daí apreende-se que o poder funciona como uma rede de dispositivos.

Onde há poder, ele se exerce. Ninguém é, propriamente falando, seu titular; e, no entanto, ele sempre se exerce em determinada direção, com uns de um lado e outros de outro; não se sabe ao certo quem o detém; mas se sabe quem não o possui (Foucault, 2015, p. 138).

Os micropoderes gerenciam a vida dos indivíduos, buscando aumentar a utilidade econômica e diminuir a capacidade de reflexão política dos sujeitos e, assim, penetram profundamente a trama da sociedade (Foucault, 2015). O poder permeia todas as práticas – do micro ao macro – e, na contemporaneidade, atua por meio da subjetividade (Rose, 2011). Esta acaba se tornando objeto, alvo e recurso de estratégias de regulação. “O capitalismo se reorganizou sob novas bases, cuja mola é a instauração da concorrência generalizada, inclusive na esfera da subjetividade” (Dardot; Laval, 2016, p. 202). Neste sentido, as subjetividades são constituídas a partir de autonomias reguladas (Rose, 2011), constituindo

uma nova ordenação que privatiza as condutas, tanto em relação às atividades político-econômicas quanto no que se refere a relações sociais e comportamentos.

Com efeito, o indivíduo é incitado a tornar-se o único responsável por seu destino, obrigando esses ‘sujeitos neoliberais’ a governar a si mesmos. Por isso, por exemplo, as políticas públicas que visam a saúde da população – com atenção aos mais necessitados – muitas vezes são relegadas quando confrontadas com os interesses de grandes corporações empresariais.

A escolha do consumidor pode se alinhar com objetivos macroeconômicos e vantagens de negócios: a vida econômica pode ser governada e as aspirações empresariais realizadas através das escolhas feitas por consumidores em suas buscas por realização pessoal (Rose, 2011, p. 226).

Neste sentido, os ritmos do consumo reforçados pelas mensagens publicitárias e pelas estratégias de marketing são inseparáveis dessa exigência cada vez maior de um *ethos* da escolha supostamente livre e, conseqüentemente, do indivíduo como único responsável pelas suas escolhas. Assim, a racionalização chega até àquilo de mais íntimo dos indivíduos, ou seja, a racionalização do próprio desejo.

Com efeito, comida e poder se inter-relacionam, na medida em que o alimento é um fator de modificação do ordenamento social. Grandes corporações são atores que fomentam cuidados com a saúde, exercícios e alimentação, alicerçados por dispositivos midiáticos que visam angariar mercados e ampliar os seus lucros. Concomitantemente, verifica-se a proliferação dos *fast foods* e da comida industrialmente processada – refrigerantes incluídos – com seus consumos midiaticizados de praticidade e de alimento prazeroso, normalmente também oriundos de conglomerados multinacionais (e, às vezes, essas mensagens contraditórias partem das mesmas empresas).

Esses discursos e seduções comunicacionais conflitantes imputam ao sujeito a sensação de falta, de que nunca será possível atingir o seu objetivo, por meio de narrativas publicitárias que seduzem o indivíduo para, “logo em seguida, decepcioná-lo, a fim de que a falta continue a gerar novos motivos para consumo” (Rocha; Aucar, 2014, p. 160). Portanto, na contemporaneidade, o controle se instaura em todos os âmbitos da existência, o poder permeia todas as práticas e as subjetividades passam a ser alvo do capital financeiro e de seus discursos.

Considerações finais

Procuramos debater neste artigo sobre os regimes de visibilidade que as empresas de refrigerantes tentam estabelecer em suas campanhas publicitárias. Já o objetivo foi o de identificar as linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos. Por sua vez, a pergunta de pesquisa abordou as formas pelas quais a indústria de refrigerantes molda seus mundos midiaticizados para manter o domínio sobre as lógicas de representação das informações.

Conforme salientado em diferentes partes do texto, as quatro perspectivas que ampliam a caracterização de uma configuração comunicativa - pertencimento, regras, segmentação e poder - foram as chaves metodológico-analíticas que nos auxiliaram a perceber:

- (i) a emergência do consumo midiaticizado do saudável e como as marcas de refrigerante não querem perder parte do seu meta-capital midiático ao terem seus produtos taxados como nocivos à saúde;
- (ii) os embates das bebidas industrializadas contra a regulamentação similar àquela adotada em relação aos cigarros;
- (iii) a informação segmentada socialmente prejudica os menos favorecidos, que permanecem consumindo mais refrigerantes do que outras parcelas da população com mais acesso a informação - com isso sofrem as consequências em seus corpos;
- (iv) que os micropoderes permeiam todas as práticas, inclusive no que se refere à alimentação, por meio da constituição de subjetividades com autonomias reguladas. Assim, a indústria de refrigerantes, em suas diferentes marcas e interfaces com os consumidores, quer reforçar que os sujeitos são livres e os únicos responsáveis por suas escolhas e desejos, por mais que as empresas do setor continuem a empregar diversas formas de seduções comunicacionais.

Além disso, vimos que as grandes empresas do setor se reúnem em associações para que, se perderem mercado, que isso ocorra para um concorrente, e não para outros tipos de alimentos.

REFERÊNCIAS

- BACCEGA, Maria A. Estereótipos e as diversidades. **Revista Comunicação & Educação**, n. 13, 1998, p. 7-14.
- BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- BRAGA, José L. **Uma conversa sobre dispositivos**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2020.
- BRASIL. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília: Ministério da Saúde, 2ª. Edição, 1ª. Reimpressão, 2014.
- CASAQUI, Vander; RIEGEL, Viviane. Management of happiness, production of affects and the spirit of capitalism: international narratives of transformation from Coca-Cola brand. **The Journal of International Communication**, v. 22, n. 2, 2016, p. 293-314.
- COULDRY, Nick. Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. **Theory and Society**. London: Springer v. 32, n.5. 2003, p. 653-677.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- FREIRE FILHO, João. Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos. **XIX Encontro Anual da Compós**, Rio de Janeiro: PUC-Rio, GT Comunicação e Sociabilidade, 2010, p. 1-14.
- FREITAS, Adriana; TRINDADE, Eneus A economia e o consumo midiaticizado das marcas de alimentos e bebidas globais: algumas considerações. **Revista Comunicare**, v. 16. n. 2, 2016. p. 210-228.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa de midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, v. 8, n. 1, 2014, p. 45-64.
- HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. Interação Humana e Configurações Comunicativas: transformações culturais e sociedades midiaticizadas. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 3, 2015, p. 75-89.
- HOFF, Tânia. “Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário”. In: ROCHA, Rose; PERES-NETO, Luiz (org). **Memória, comunicação e consumo**: vestígios e prospecções. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 165-179.

MONTEIRO, Carlos; LEVY, Renata; CLARO, Rafael; CASTRO, Inês; CANNON, Geoffrey. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 26, n. 11, 2010, p. 2039-2049.

MONTEIRO, Carlos A. et al. Classificação dos alimentos. Saúde Pública. NOVA. A estrela brilha. **World Nutrition**, v. 7, 2016, p. 28-40.

RIPOLL, Daniela. “Viver positivamente”: as lições ensinadas por peças publicitárias da Coca-Cola Company. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, ano 11, v. 11, n. 31, 2014, p. 99-116.

ROCHA, Everardo; AUCAR, Bruna. “Sons, histórias e magias: notas sobre misturas e separações na publicidade”. In: ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia; BARROS, Carla (org.). **Cultura e experiência midiática**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2014. p. 145-163.

ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs: psicologia, poder e subjetividade**. São Paulo: Vozes, 2011.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Dimensões do consumo midiaticizado. **Anais do II Confibercom**. Braga: Universidade do Minho/Confibercom, GT Publicidade, 2014, p. 3109-3117.

BIOGRAFIA DO AUTOR

LUCAS DE VASCONCELOS TEIXEIRA

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), em que foi bolsista Capes-Prosop. Mestre pelo mesmo programa. Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de São Paulo (USP). Integrante do grupo de pesquisa Biocon. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3890-0747>.

E-mail: lvteixeira@gmail.com



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 222-243, jan-jun, 2024

Para onde fomos, para onde vamos: sentidos dos discursos ambientais do Brasil na Assembleia Geral da ONU (1985-2022)

¿Adónde hemos ido, adónde vamos: sentidos de los discursos ambientales de Brasil en la Asamblea General de la ONU – 1985-2022

Where have we gone, where are we going: meanings of Brazil's environmental speeches at the UN General Assembly's work – 1985-2022

Antonio Roberto ROSSI

Mestre em Comunicação/Universidade Paulista (UNIP)
E-mail: rossigprs@gmail.com

Paolo DEMURU

Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna/
Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em
Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie
E-mail: paolo.demuru@mackenzie.br

Enviado em: 14 março. 2024

Aceito em: 09 julho. 2024

RESUMO

Este artigo objetiva compreender os sentidos dos discursos ambientais do Brasil nas aberturas de trabalhos da Assembleia Geral da ONU entre 1985 e 2022. Utilizamos a fundamentação teórica da semiótica de Algirdas Julien Greimas, da sociosemiótica de Eric Landowski e autores da ecologia. A partir do percurso gerativo de sentido, identificamos os atores e as estruturas enunciativas, as isotopias temáticas e figurativas de tais discursos e os sentidos que deles emanam. Os resultados apontam para avanços na agenda socioambiental do Brasil, todavia, os sentidos atribuídos ao meio ambiente indicam seu uso como objeto de valor em modalizações econômicas e políticas.

Palavras-chave: comunicação midiática; semiótica; meio ambiente; ONU; política

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender los significados de los discursos ambientales de Brasil en la apertura de los trabajos de la Asamblea General de ONU entre 1985 y 2022. Utilizamos el fundamento teórico de la semiótica de Algirdas Julien Greimas, la sociosemiótica de Eric Landowski y autores de la ecología. Desde el Camino Generativo del Significado, identificamos los actores y estructuras enunciativas, los isótopos temáticos y figurativos de dichos discursos y los significados que de ellos emanar. Los resultados apuntan a avances en la agenda socioambiental de Brasil, sin embargo, los significados atribuidos al medio ambiente indican su uso como objeto de valor en modalidades económicas y políticas.

Palabras-clave: comunicación mediática; semiótica; medio ambiente; ONU; política.

ABSTRACT

This article aims to understand the meanings of Brazil's environmental speeches at the opening of the UN General Assembly's work from 1985 to 2022. We used the theoretical from the semiotics of Algirdas Julien Greimas, the sociosemiotics of Eric Landowski and authors from ecology. From the Generative Path of Meaning, we identified the actors and enunciative structures, the thematic and figurative isotopies of such discourses and the meanings that emanate from them. The results point to advances in Brazil's socio-environmental agenda, however, the meanings attributed to the environment indicate its use as an object of value in economic and political modalities.

Keywords: media communication; semiotics; environment; UN; politics

Introdução

A temática ambiental permaneceu em segundo plano na mídia e na política até o início dos anos 70, quando a percepção dos problemas ecossistêmicos levou a Organização das Nações Unidas-ONU a realizar a “Conferência das Nações Unidas sobre o ambiente humano” em Estocolmo, Suécia, em 1972. A partir de então, com o agravamento dos problemas, as questões ambientais gradativamente começaram a ganhar relevância e levaram à realização da “Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento”, a ECO-92.

Envolvendo 108 chefes de Estados, representantes estrangeiros, agências especializadas e ONG’s, a realização daquele evento teve grande importância política e marcou o início da inclusão dos temas ambientais nos discursos de abertura dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU, por tradição, enunciados pelo Brasil.

Neste artigo visamos compreender como aqueles temas emergem ou se integram a outras temáticas nos discursos do Brasil nas aberturas dos trabalhos anuais da Assembleia Geral da ONU. Nossa análise utiliza um corpus composto por 37 discursos proferidos entre 1985, início da redemocratização do país, e o final do governo Bolsonaro em 2022.

Utilizamos a estratégia de análise qualitativa interpretativa a partir do ferramental teórico da semiótica estruturalista francesa de Algirdas Julien Greimas, da sociosemiótica de Eric Landowski e seus seguidores, e do apoio de teóricos das áreas da ecologia, tais como Christian Parenti e Jason Moore.

A produção acadêmica sobre os discursos ambientais do Brasil na ONU dá conta de inúmeros trabalhos sobre esta temática. Encontramos, inclusive, um artigo desenvolvido por Moreno e Brzezinski (2023) que utiliza o mesmo corpus e recorte temporal que adotamos, mas com objetivos e metodologia diversa da que ora propomos. Assim, consideramos que nossa pesquisa se justifica por aprofundar as investigações sobre os processos de construção discursiva da comunicação do Estado brasileiro em relação ao meio ambiente, ainda não explorados na produção consultada.

A partir dessas considerações, nosso trabalho segue um caminho que inicia pelas escolhas teórico-metodológicas, seguida da análise dos enunciadores e das estratégias discursivas para identificar os sentidos ambientais que emergem em cada período de governo.

Semiótica dos discursos ambientais do Brasil

Os discursos do Brasil na ONU são estruturados em blocos temáticos, dirigidos pelo enunciador ao presidente da Assembleia Geral e por extensão, aos demais enunciatários. São semionarrativas caracterizadas por estratégias precisas e intencionalidades que, segundo Greimas e Courtés (2018, p. 457), determinam a emergência do sentido.

Assim, os discursos do Brasil na ONU podem ser analisados através do Percurso Gerativo de Sentido, um modelo que serve à “compreensão dos princípios de organização de todos os discursos narrativos” (Greimas; Courtés, 2018, p. 330), que assim, podem ser decodificados e organizados em níveis que caracterizam sua forma de produção.

Através deste modelo, podemos identificar três patamares: o primeiro, de nível profundo, onde se inscrevem categorias semânticas baseadas em oposições e recebem uma qualificação semântica, um valor positivo denominado “euforia” ou negativo, “disforia”, que segundo Fiorin (2011, p. 23) “não são determinados pelo sistema axiológico do leitor, mas estão inscritos no texto”, ou seja, obedecem aos sistemas de valores inscritos no discurso. Ainda nesse nível se inscreve a sintaxe fundamental, processos com operações de negação e asserção que estabelecem relações entre os elementos do texto.

O segundo patamar refere-se ao nível narrativo onde, segundo Greimas, “personagens realizam ações” (Greimas; Courtés, 2018, p. 327) e nele temos a sintaxe narrativa e a semântica narrativa. A primeira preconiza enunciados de estado e estabelece relações de mudança através da junção ou disjunção, que unem ou afastam o sujeito em relação a um objeto. A segunda, enunciados do fazer, que mostram transformações entre estados iniciais de disjunção e finais, de conjunção.

O terceiro é o Esquema Narrativo Canônico (Greimas; Courtés, 2018, p. 334), que permite identificar os processos comunicacionais envolvidos em suas dimensões contratuais, performáticas e sancionadoras, que validam as transformações realizadas. A contratuais se manifestam através de processos de manipulação, em que um destinador - o sujeito da ação - leva um destinatário a querer-fazer, dever-fazer ou fazer-fazer uma ação, utilizando para isso, de estratégias de provocação, sedução, intimidação ou tentação. As performáticas, referem-se à competência e capacidade para realizar a ação. A sanção, por sua vez, é a

dimensão onde ocorre o julgamento e a aprovação, pelo destinador, da transformação realizada.

Prosseguindo, a narratividade também envolve sistemas baseados na regularidade e no risco que fazem parte da construção do sentido e determinam regimes de interação (Landowski, 2014, p. 32). O primeiro deles é o regime da programação, da ausência do risco e, portanto, tem pouco significado. O segundo é o regime do acidente, do acontecimento imprevisível, carregado de significados. O terceiro é o da manipulação, que envolve uma lógica de intencionalidade. E finalmente, o regime do ajustamento, baseado em uma lógica de sensibilidade entre sujeitos.

Da presença ou ausência e da articulação entre esses processos podemos identificar a emergência do sentido. Com este suporte teórico passaremos à análise dos enunciadores e dos discursos em cada período de governo.

Enunciadores e discursos na ONU

O Brasil passou a discursar nas aberturas dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU a partir de 1955, como uma sanção ao país pelo apoio durante a II Guerra Mundial e pela participação na criação daquela Entidade. Originalmente proferidos pelo Ministro das Relações Exteriores, esses discursos passaram a ser enunciados, por delegação actancial (Greimas; Courtés, 2018, p. 20), pelo presidente da República em determinados momentos¹, a partir do governo do Presidente José Sarney, em 1985².

Assim, ao assumir seu papel temático, o presidente agrega sentidos ao texto enunciado na medida em que carrega o poder simbólico da instituição que representa ou “O Presidente e sua palavra são indivisíveis como entidade política” (Armony, 2005, p. 35, tradução nossa).

Essa actorialização envolve uma presença midiática que, segundo Landowski (1992, p. 89), estabelece uma relação de reciprocidade entre um destinatário que vê a imagem que

¹ Os discursos de 1986 a 1988 foram enunciados por Abreu Sodré. O de 1992 por Luiz Felipe Lampreia. Os de 1993 e 1994 por Celso Amorim. De 1995 a 2000 por Luiz Felipe Lampreia. Em 2002 por Celso Lafer. E em 2005 e 2010 por Celso Amorim (Corrêa, 2007, p.8).

² Antes de José Sarney houve apenas uma exceção: o General João Figueiredo, que discursou em 1982 (Corrêa, 2007, p.8).

um destinador proporciona de si mesmo, um fazer-se ver para captar um querer-ver, sob a forma de atenção dos destinatários.

Essa actorialização, entretanto, expõe a instância máxima de poder do país à opinião pública, considerada enquanto actante coletivo capaz de modalizar a ação política e, quando disfórica, levar o presidente a “querer não ser visto” (Landowski, 1992, p. 93). Assim, em determinados momentos, o presidente delega tal enunciação ao representante do Itamaraty como forma de se manter presente, mas sem ser visto. Essa alternância sugere estratégias de presença e enunciação que dependem dos interesses do presidente, da nação e da conjuntura internacional como veremos adiante.

Governo de José Sarney (1985-1990)

O ex-presidente José Sarney foi o enunciador no primeiro e no último ano de seu governo. No primeiro (1985), foi um actante que procurava modalizar seus destinatários para fazer-creer no processo de retorno à normalidade democrática e sobre a competência do país para superar seus desafios políticos e econômicos. Esse modelo, associado à globalização, neoliberalismo e protecionismo, levaram o Brasil a uma

deterioração das relações com os Estados Unidos, [seja pelos contenciosos comerciais, seja porque o Brasil perdeu significado enquanto parceiro no governo Reagan]. Em segundo lugar, destacamos a visível decadência política e econômica do terceiro mundo, que já perdia, nos idos da década de 1980, sua identidade coletiva de bloco alternativo de poder, que o havia animado nos vinte anos anteriores (Casarões, 2011, p. 56).

Nesse contexto de disputas, enquanto o país vivia a regularidade de uma economia fragilizada, chegando à moratória e, portanto, com sua competência questionada, Sarney delega a enunciação dos discursos brasileiros ao Ministro das Relações Exteriores - Roberto de Abreu Sodré - no segundo e terceiro anos do seu mandato. Voltaria a discursar em 1989, objetivando as conquistas de seu governo com a aprovação da Constituição de 1988. O início e final de seu mandato foram momentos em que o presidente desejava oferecer uma imagem eufórica de si mesmo, ou seja, em que desejava ser visto (Landowski, 1992, p.89), dado que as grandes potências econômicas internacionais, enquanto destinadoras, poderiam sancionar sua gestão e aceitar contratos fiduciários (Greimas; Courtés, 2018, p. 132 e 208).

No plano ambiental, os sentidos de descaso com a Amazônia eram reforçados pelo legado predatório dos governos militares e pela repercussão da morte de Chico Mendes ocorrida em 1988. Eles foram utilizados como camuflagens objetivantes pela comunidade internacional em tentativas de modalização para administração compartilhada da Amazônia, um objeto de valor considerado pelo Relatório Bruntland³ como patrimônio da humanidade, cujos recursos naturais precisavam ser protegidos e explorados.

Segundo o texto, os recursos naturais não podiam mais ser pensados sob a esfera de um único país, ou apenas daqueles onde se localizassem. Quer dizer, tais recursos, que diziam respeito aos interesses de toda a humanidade, deveriam ser geridos internacionalmente, daí a ideia de soberania compartilhada ou restrita, dentro da perspectiva do desenvolvimento sustentável (Prado; Miyamoto, 2010, p. 77).

Apesar desses discursos disfóricos e da pretendida modalização, a temática ambiental não apareceu nos discursos deste período. Ela surge na agenda brasileira apenas em um curto trecho do discurso de 1988, enunciado por Abreu Sodré em termos vagos e protocolares como veremos adiante, mencionando o descarte de resíduos tóxicos no mar e a necessidade de implementar as resoluções da Convenção das Nações Unidas a esse respeito.

Para isso, o Ministro faz a enunciação na terceira pessoa, através de uma debreagem enunciativa actancial que projeta o sujeito da enunciação (o país e por delegação, o enunciador) e o enunciado para uma temporalidade futura e indeterminada, criando um efeito de sentido de vagueza e distanciamento sobre o tema. Em seguida, utiliza uma debreagem enunciativa e uma enunciativa - para fazer-criar no apoio a medidas que virão a ser definidas num tempo futuro.

Identificamos na preservação do meio ambiente, na necessidade de evitar o dumping de resíduos tóxicos e na implementação das disposições da Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar expressivos pontos de interesse comum. As conclusões da Reunião do Rio de Janeiro, estou convencido, hão de merecer apoio generalizado dos Estados-membros da ONU (Corrêa, 2007, p. 494).

A isotopia ambiental surge novamente em 1989, no último ano do mandato de José Sarney em uma condição de visibilidade que indica que queria ser visto novamente para prestar

³ Relatório Bruntland – Publicado em outubro de 1987 sob o título “Nosso futuro comum”, foi elaborado pela Dra. Gro Harlem Bruntland a pedido da Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no qual se introduziu os conceitos de desenvolvimento sustentável. (Nações Unidas Brasil, 2020)

contas do seu governo e preparar a chegada do seu sucessor. Assim, o presidente foi o enunciador de um discurso que tratava, em um mesmo bloco, da questão ambiental e ações de seu governo para o controle do tráfico de drogas na região Amazônica (Corrêa, 2007, p. 510 a 512).

A narrativa desta modalização utiliza uma camuflagem objetivante, que inicia com um oxímoro - “a morte da vida” - ligando duas expressões com termos vagos, amplos e polissêmicos (Greimas e Courtés, 2018, p. 376) como “no planeta” e “a humanidade”. Essa estrutura produz um resultado sensível pelo uso de termos semanticamente contrários, mas têm como efeito de sentido, distanciar os problemas do destinatário.

Duas grandes questões devem igualmente ser objeto da nossa preocupação prioritária: a proteção ambiental e o combate ao tráfico e uso de drogas. Estes temas estarão cada vez mais presentes em nossa agenda. O primeiro é o da sobrevivência da humanidade, a morte da vida no planeta. O segundo, o da vida da morte, a antívida, a liquidar a pessoa humana, principalmente em sua fonte mais pura, que é a juventude (Corrêa, 2007, p. 510 a 512).

Ainda naquele discurso, Sarney condiciona a validade de uma possível responsabilidade compartilhada a uma paridade com os padrões de consumo dos países ricos, ou seja, remete à promoção de um desenvolvimento que cause o mesmo nível de poluição dos países desenvolvidos e por conseguinte, a corresponsabilização pelas suas consequências.

Este discurso de equivalência tem o sentido de insinuar, sutilmente, um novo contrato de veridicção, substituindo o objeto de valor “meio ambiente” por “crescimento econômico” para equivalência do ônus da poluição ambiental, mas não o de combatê-la.

Os países em vias de desenvolvimento não podem aceitar, como base para um novo relacionamento internacional, um conceito de desenvolvimento ecologicamente sustentável que confira apenas a eles a tarefa de assegurar o equilíbrio ecológico do planeta. Para que esse conceito tenha validade, será indispensável estendê-lo aos países industrializados, de forma que se possa determinar também a possibilidade de sustentação, do ponto de vista ambiental, dos padrões de produção e de consumo atingidos por esses países. (Corrêa, 2007, p. 511)

Em resposta às iniciativas de modalização para uma administração compartilhada da Amazônia, reafirma a competência do país para manter a soberania sobre a região, objetivada por um histórico de cuidados, incluindo a recusa à presença de grandes empresas

exploradoras de recursos naturais, em especial ao projeto do Instituto Hudson, que previa a construção de sete grandes barragens, cujos lagos permitiriam a navegação por toda a Amazônia. Se concretizado, cidades, comunidades indígenas e grande parte da floresta ficariam sob as águas (Queiroz, 2014, p. 26.). Finaliza a objetivação desta competência, enunciando medidas que diminuiriam as queimadas, ampliaram áreas de preservação e criação de reservas para os povos originários.

Governo de Fernando Collor de Mello (1990-1992)

Collor foi o enunciador dos discursos do Brasil nos seus dois primeiros anos de mandato, representando um país fragilizado por problemas econômicos e grandes mudanças nas relações de forças políticas (Sallum Jr., 2011, p. 261).

Em seu primeiro discurso, Collor convida chefes de estado e de governo a comparecerem à Conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - ECO-92, no Rio de Janeiro. Dessa actorialização, feita na primeira pessoa, emerge um sentido de poder fazer, de competência para levar o país a sediar um grande evento. Em seguida, enquanto destinador, Collor enuncia o objetivo da modalização, ou seja, a realização de acordos de responsabilidade compartilhada para fornecimento de tecnologia e recursos pelos países que causam maiores danos ao meio ambiente.

Os países que, historicamente, mais contribuíram para a contaminação ambiental têm uma responsabilidade maior a esse respeito. Ao facilitarem a provisão dessas tecnologias e desses recursos, assumirão papel crucial na reversão do quadro de catástrofe ecológica que esta geração injustamente herdou (Corrêa, 2007, p. 527).

Collor objetiva sua modalização com termos vagos e polissêmicos exibindo as ações realizadas sob seu governo: a vigilância ecológica, o zoneamento feito de forma “científica” para delimitar áreas para preservação e acena com a existência de outras formas para seu desenvolvimento econômico reafirmando a competência do Estado brasileiro no gerenciamento dos “valores de uso da natureza não-humana” (Parenti, 2022, p. 282).

Enquanto cresce entre nós a vigilância ecológica, caminhamos para o zoneamento do país, em especial na região amazônica, para delimitar, de forma científica, as grandes áreas que devem ser integralmente reservadas e as que deverão servir, em diferentes graus e sob rigorosa disciplina, ao desenvolvimento econômico. (Corrêa, 2007, p. 527).

Em seu discurso de 1991, o presidente agrega temas sociais aos ambientais⁴ e um compromisso com as gerações futuras: sair de uma situação de disjunção com a qualidade de vida para uma de conjunção, através da erradicação da pobreza e correção de padrões de consumo.

No terceiro ano do governo Collor o país atravessava um período marcado pela lógica do acidente, enfrentando os riscos uma crise política e institucional: o presidente vivia um processo de *impeachment* que, simbolicamente, lhe retirava a delegação actancial e, portanto, a competência para falar em nome da nação durante a ECO-92. Dessa forma, não queria ou não deveria ser visto em um evento daquela magnitude. Assim, o enunciador do discurso do Brasil na ONU em 1992 foi Celso Lafer, Ministro das Relações Exteriores.

Em seu discurso, o ministro fez enunciações delegadas, ora falando em nome do sujeito Brasil, ora em nome do presidente Collor, ao enfatizar a disposição de orientar a noção de desenvolvimento para bases sustentáveis, com inclusão de desenvolvimento social, combate à pobreza e ao desperdício pelo excesso de consumo (Corrêa, 2007, p. 560). Prossegue sancionando os resultados positivos do evento e retorna ao programa narrativo de base daquele governo: a obtenção capitais e tecnologia, propondo contratos de veridicção em que os objetos de valor são o meio ambiente e a vida na terra, agora associados ao combate à pobreza.

Sob o prisma ambiental, os discursos dos três anos do governo Collor apresentaram avanços, entretanto, evocaram a mesma topologia em que o meio ambiente, a vida na terra e a possibilidade de exploração dos recursos naturais são utilizados como objetos de valor para obter capitais e tecnologia.

Governos de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso (1993-2002)

Nos governos seguintes - Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso - os enunciadores foram os Ministros das Relações Exteriores Celso Amorim, Luiz Felipe Lampreia e novamente Celso Lafer. A exceção ocorreu em 2001, quando foi enunciado pelo

⁴ No discurso de 1991 Collor afirmou: “-Não podemos ter um planeta ambientalmente sadio num mundo socialmente injusto.” (Corrêa, 2007, p. 542).

residente Fernando Henrique Cardoso, em solidariedade aos EUA pelo atentado às torres do World Trade Center.

Entre 1993 e 2002 as temáticas ligadas ao meio ambiente não estiveram nos discursos do Brasil na Assembleia Geral da ONU. Essa ausência traz o sentido de que elas foram prioritárias apenas enquanto objeto de valor no período em que o país organizou e sediou a COP-92 (1989-1992). A própria mudança na delegação actancial dos enunciadores - da presidência para os ministros das Relações Exteriores nesse período - sugere um sentido de secundariedade dos temas ambientais para o país e para a comunidade internacional.

A seguir, a análise dos discursos dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva.

Governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010)

Os problemas sociais se tornaram isotopia nos discursos de Lula na Assembleia Geral da ONU. O presidente colocou a fome e a miséria como contrários em relação ao desenvolvimento, tecnologia, ciência e riqueza, mas parte de um mesmo processo, em que os benefícios de um são anulados pela existência do outro.

Nada é tão absurdo e inaceitável quanto à persistência da fome em pleno século XXI, a idade de ouro da ciência e da tecnologia. A cada dia a inteligência humana amplia o horizonte do possível, realizando prodigiosas invenções. E, no entanto, a fome continua e, o que é mais grave, se alastra em várias regiões do planeta (Brasil, 2003).

Lula itera essa isotopia e agrega outros temas sociais aos discursos posteriores, tais como a ausência de paz, o descaso e a omissão que vitimam gerações pela fome e a doença.

Essas iterações têm o efeito de sentido de tornar a fome e a miséria em objetos de valor para fazer-crer na importância e urgência de se propor soluções para os problemas sociais. Simultaneamente, têm o sentido de demonstrar a asserção do Brasil a essas temáticas, objetivadas por Lula com o programa “Fome Zero”, geração de renda e empregos, que anteciparam o atingimento das Metas do Milênio. Em seu discurso de 2007, Lula avança na temática social ao criticar um modelo de capitalismo que provoca desigualdades e compromete o planeta para as gerações futuras. Da mesma forma, inclui o tema da soberania do Brasil sobre a Amazônia associando a proteção ecossistêmica à sustentabilidade e desenvolvimento econômico e social.

Utilizando o tema ambiental, Lula procura modalizar a comunidade internacional para ampliar a pauta de exportações com a inclusão de combustíveis alternativos dos quais o Brasil tem tecnologia e áreas para produção.

O mundo precisa, urgentemente, de uma nova matriz energética. Os biocombustíveis são vitais para construí-la. Eles reduzem significativamente as emissões de gases de efeito estufa. No Brasil, com a utilização crescente e cada vez mais eficaz do etanol, evitou-se, nesses 30 últimos anos, a emissão de 644 milhões de toneladas de CO₂ na atmosfera. (Brasil, 2007)

Ainda pelo caminho de associar temas de interesse econômico às isotopias socioambientais em sua enunciação, Lula insere as Rodadas de Doha, em uma tentativa de modalização para diminuir barreiras protecionistas no âmbito da Organização Mundial de Comércio-OMC. São temáticas de interesse comercial e apenas indiretamente ligadas à questão da fome e da miséria. Da mesma forma, também não têm ligação com ecologia, na medida em que a agricultura de commodities ou da cana para produção de combustíveis provoca elevada degradação ambiental e têm alcance social reduzido (Feix; Miranda; Barros, 2010, p. 608).

O último discurso do segundo mandato de Lula foi enunciado pelo Chanceler Paulo Amorim, em 2010. Nele, faz uma enunciação com camuflagens objetivantes em nome dos sujeitos Brasil e Lula. Sobre os temas ambientais, iterou o convite para a Conferência Rio+20 e ajustamento aos contratos fiduciários estabelecidos nos Objetivos do Milênio.

Governos de Dilma Rousseff (2011-2015)

Em seus seis anos de governo, Dilma Rousseff foi a enunciadora dos discursos do Brasil na abertura dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU. Dilma fez uso de debreagens objetivantes e subjetivantes para falar sobre as políticas públicas em seu governo. Em relação aos temas ambientais, tais discursos apresentaram continuidades e aperfeiçoamentos em relação às temáticas estabelecidas no governo anterior, como veremos a seguir:

a - Inclusão do elemento social associado ao ambiental e inserção da mulher.

Dilma, enquanto destinadora, enuncia a sua sanção às políticas sociais do governo anterior, dando continuidade a elas pelos resultados positivos que apresentaram. Agrega uma nova temática, inserindo a mulher enquanto sujeito na superação das desigualdades sociais.

Em 2012, Dilma enuncia a competência do país para sediar a Rio+20 e negociar avanços nas agendas ambientais dos participantes, particularmente na definição de paradigmas de desenvolvimento sustentável. Destaca o ajustamento do Brasil às metas ambientais negociadas e objetivadas com a diminuição do desmatamento na Amazônia.

b - Responsabilização compartilhada.

Continuaram as tentativas de modalização dos países desenvolvidos iterando a narrativa de base de responsabilização proporcional à agressão ambiental que produzem e nos esforços para sua mitigação.

c - Diminuição do desmatamento na Amazônia

Os discursos de todo o período Dilma iteram as isotopias temáticas da diminuição do desmatamento, agora objetivadas pelos dados Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais-INPE.

d - Uso de energia renovável

O uso intensivo e crescente de energia renovável foi apresentado como objetivação para atender às metas de diminuição de emissão de gases de efeito estufa.

e - Demanda por financiamentos e tecnologia

No governo Dilma essas demandas continuaram e se ampliaram, envolvendo não apenas o Brasil, mas os países em desenvolvimento de uma forma geral.

Essas topologias revelam uma continuidade de objetivos e ações em relação ao governo anterior e traduzem a persistência e o esforço do país em direção a políticas sociais e ambientais sustentáveis.

Governo de Michel Temer (2016-2018)

Em 2016, o presidente Michel Temer, alçado a essa condição pelo impeachment da presidenta Dilma Roussef, faz um pronunciamento dirigido, predominantemente, ao presidente das Nações Unidas, Peter Thomson. Essa participação envolve duas estratégias sutis, mas com significados de busca por legitimação de sua autoridade: a primeira, ao definir

sua participação, formalmente, com o termo “pronunciamento” e não como “discurso”. O pronunciamento tem o sentido de ser a declaração de algo consumado, vinda de alguém com competência e autoridade para o enunciar. O discurso, por sua vez, é uma exposição oral, voltada para argumentação ou demonstração, portanto, um termo que não define, a priori, a autoridade do sujeito que o enuncia. Assim, ao fazer um “pronunciamento”, Temer enuncia também sua autoridade, enquanto presidente, para fazê-lo.

A segunda diz respeito à definição dos destinatários da sua mensagem.

Usualmente os discursos na ONU são dirigidos ao presidente apenas na abertura de cada bloco temático, entretanto, Temer dirige sua enunciação ao presidente da ONU, mesmo no interior do texto. Essa estratégia produz um efeito de debreagem actancial enunciativa que o aproxima da instância máxima da Entidade e o situa na mesma topologia, ou seja, entre presidentes. Desta forma ela produz o efeito de legitimá-lo enquanto presidente do país e como sujeito competente diante dos enunciatários.

Em seu último ano de mandato, Temer utiliza debreagens enuncivas para falar sobre a performance de seu governo no setor ambiental: negociação da Agenda 2030, ratificação do Acordo de Paris e sobre justiça social, em um governo que se notabilizou por políticas restritivas aos interesses trabalhistas e sindicais.

Aparentemente, sentidos de legitimidade e autoridade foram preocupações nos discursos Temer. Para tanto, utilizou estratégias sutis e precisas que criaram aproximações e distanciamentos que se complementam na construção dos efeitos de sentido pretendidos: para as aproximações, Temer usou debreagens enunciativas com verbos de ação e intencionalidade (depositarei, trago, assinarei, entregarei) que criam camuflagens subjetivantes e fazem emergir um sentido de competência modal. Para criar distanciamentos, utilizou verbos na terceira pessoa e debreagens objetivantes para produzirem o sentido de fazer crer na legitimidade do seu mandato.

A seguir, os discursos do governo Jair Bolsonaro.

Governo de Jair Messias Bolsonaro (2019-2022).

Jair Bolsonaro foi o enunciador de quatro discursos em um governo em que a lógica do acidente acabou se tornando uma regularidade. Em todos, deixou marcas grotescas num

regime de presença definido como “bufão” (Landowski, 2002, p. 204), utilizando as aberturas dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU como oportunidade para estabelecer uma função fática e estética (Demuru; Fachine, 2022, p. 19) para aproximá-lo e facilitar a modalização dos destinatários que compõem suas bases de apoio.

Segundo Landowski, o político bufão é aquele que adota um regime de visibilidade marcado pela “impertinência e pela grosseria”, utilizando

trocadilhos pírios, vulgaridade deliberada na expressão e na atitude, crueza ou até inconveniência de propósito [...] só reconhece a etiqueta do meio político, e de forma mais geral, as convenções do debate público, na intenção calculada de violá-las (Landowski, 2002, p. 204).

Dado o nosso objetivo, vamos nos deter nos segmentos relacionados ao meio ambiente e sustentabilidade daqueles discursos.

O discurso de 2019, foi enunciado sob a forma de uma camuflagem subjetivante, na primeira pessoa, com pronomes possessivos, emergindo daí um sentido inequívoco de fiador da verdade, de posse e autoritarismo em relação ao Estado. Ao falar de temas ambientais, Bolsonaro não enunciou sobre preservação, mas justificou as agressões ou negligência de seu governo ao meio ambiente utilizando estratégias para produzir o efeito de verdade a partir de uma lógica inexistente, usando informações falsas ou autoverdades em que o efeito de verdade é produzido apenas porque o enunciador afirma que é verdadeiro. Para tanto, menciona as dimensões da Amazônia que, pela vastidão, não precisa ser preservada ou atribui as queimadas naquela região ao clima seco, obra de indígenas ou populações locais.

Os discursos seguintes foram enunciados na primeira ou terceira pessoas e procuraram produzir um efeito de verdade a partir da desinformação e da criação de antissujeitos para defender seu governo de acusações sobre desmatamentos e queimadas na Amazônia. O discurso de 2021 trouxe, inclusive, uma enunciação com texto oficialmente grafado em maiúscula, recurso utilizado como indicativo de gritos destinados a intimidar os destinatários: “- QUAL PAÍS DO MUNDO TEM UMA POLÍTICA DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL COMO A NOSSA?”

Conclusões

Os discursos do Brasil na Assembleia Geral da ONU revelam continuidades e descontinuidades. Entre as continuidades, a primeira isotopia temática é a da responsabilização dos países desenvolvidos pela maior parte dos problemas ambientais que, por sua vez, não aceitam esta modalização e se recusam a estabelecer contratos que possam reduzir sua atividade econômica.

A segunda isotopia decorre da primeira, ou seja, a iteração de discursos com solicitações financeiras ou tecnológicas. Embora os financiamentos sejam necessários aos projetos ambientais, esta associação entre meio ambiente e economia nos discursos sugere acordos de tolerância aos danos ambientais, se mitigados pela via financeira.

A terceira diz respeito à inclusão do homem associado às questões ambientais: pela primeira vez, o homem passou a ser considerado parte da natureza e, portanto, parte de uma “ecologia-mundo” (Moore, 2022, p. 10). Os discursos do presidente Lula evidenciaram essa política de Estado. Entretanto, este tema também foi utilizado como objetivação para modalizações de natureza econômica, como as Rodadas de Doha ou a exportação de etanol, atividade causadora de danos ambientais apenas remotamente ligada à questão social.

A quarta isotopia é a da figurativização de meio ambiente através da Amazônia. Essa concepção produz um apagamento dos demais biomas, que têm menor proteção e sofrem agressões severas.

A quinta é a do sentido da floresta Amazônica objetificada como distante, infinita, exótica (Barros, 2007, p. 131), que dificilmente irá interferir na vida das pessoas. Esse sentido provoca um afastamento da sociedade em relação à sua importância e necessidade de proteção.

Derivada da anterior, temos a isotopia da soberania e competência do país sobre a região amazônica. A estratégia adotada para afirmar a soberania brasileira é baseada na objetivação dos resultados de diminuição do desmatamento e queimadas que apresentam inconsistências, dificultando seu sentido de parecer verdadeiro.

Finalizando, temos a isotopia da produção de energia renovável com sentido de “energia limpa”. Tais formas de energia, embora importantes do ponto de vista econômico,

são agressivas ao meio ambiente por produzirem o desaparecimento ou mudança de ecossistemas, poluição de mananciais, contaminação e emissão de gases.

Os discursos do período Bolsonaro evidenciaram uma intencionalidade de negligenciar ou desfazer estruturas e conquistas socioambientais dos 33 anos anteriores, privilegiando atividades econômicas predatórias ao meio ambiente e aos povos originários.

As isotopias contidas nesses 37 anos de discursos indicam que, apesar de retrocessos pontuais houve um inegável avanço na agenda socioambiental do Brasil, todavia, os sentidos atribuídos ao meio ambiente ainda remetem ao seu uso como objeto de valor em modalizações econômicas e políticas.

REFERÊNCIAS

ARMONY, Victor. Aportes teórico-metodológicos para El estudio de la producción social de Sentido a través del análisis del Discurso presidencial. **Revista Argentina de Sociología**. Año 3 n° 4. p 32-54. Mayo-junio 2005 Buenos Aires-Argentina. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26930403> – Acesso em 23/02/2024.

BARROS, Antonio Teixeira de. Visões do paraíso: o discurso oficial brasileiro sobre ecologia e a exaltação das belezas naturais da Amazônia. **Latinoamerica. Revista de Estudios Latinoamericanos**. México. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.org.mx/pdf/latinoam/n44/2448-6914-latinoam-44-129.pdf> Acesso em 15 mai. 2024.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura da 78ª Assembleia da ONU**. Nova Iorque-EUA. 19 set. 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos-e-pronunciamentos/2023/discurso-do-presidente-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-da-78a-assembleia-da-onu> Acesso em 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do Debate-Geral da 62ª Assembleia-Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 25 set. 2007. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2007/25-09-2007-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-do-debate-geral-da-62a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas/view>. Acesso em: 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do debate geral da 63ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 23 set. 2008. Disponível

em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2008/23-09-2008-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-do-debate-geral-da-63a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas/view> Acesso em: 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do debate geral da 64ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 23 set. 2009. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2009/23-09-2009-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-durante-a-abertura-do-debate-geral-da-64a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas> Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Ministro das Relações Exteriores (2010: Celso Amorim). **Discurso do Ministro Celso Amorim na abertura do Debate Geral da 65ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas 2010**. Nova Iorque – EUA. 23 set. 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/discursos-artigos-e-entrevistas/ministro-das-relacoes-exteriores/discursos-mre/celso-amorim/discurso-do-ministro-celso-amorim-na-abertura-do-debate-geral-da-65-sessao-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-york-23-de-setembro-de-2010> Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 66ª Assembleia Geral das Nações Unidas, 2011**. Nova Iorque-EUA. 21 set. 2011. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-66a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua> .Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 67ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 25 set. 2012. Disponível em: [25-09-2012 - Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura da 67ª Assembleia Geral das Nações Unidas — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-67a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 68ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 24 set. 2013. Disponível em: [Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, por ocasião do Debate Geral da 68ª Assembleia-Geral das Nações Unidas - Nova York, Estados Unidos, 24 de setembro de 2013 — Ministério das Relações Exteriores \(www.gov.br\)](http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-68a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-york-estados-unidos-24-de-setembro-de-2013) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 69ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 24 set. 2014. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-69a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua>

[debate-de-alto-nivel-da-69a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-onu](#) .Acesso em 24 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 70ª Assembleia Geral das Nações Unidas.** Nova Iorque-EUA. 28 set. 2015. Disponível em: [28-09-2015 - Discurso da presidenta da República, Dilma Rousseff, durante Abertura da 70ª Assembleia-Geral das Nações Unidas - Nova Iorque/EUA — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) . Acesso em: 24 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). **Pronunciamento do Sr. Presidente da República, Michel Temer, durante abertura do Debate Geral da 71ª Assembleia Geral das Nações Unidas.** Nova Iorque-EUA. 20 set. 2016. Disponível em: [20-09-2016-Pronunciamento do senhor Presidente da República, Michel Temer, durante abertura do Debate Geral da 71ª Assembleia Geral das Nações Unidas - Nova York/EUA \(20min19s\) — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) . Acesso em: 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). **Discurso do Sr. Presidente da República, Michel Temer, na Abertura do Debate Geral da 72ª Assembleia Geral da ONU.** Nova Iorque-EUA. 19 set. 2017. Disponível em: [19-09-2017-Discurso do Presidente da República, Michel Temer, na Abertura do Debate Geral da 72ª Sessão da Assembleia Geral da ONU — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). Em discurso na ONU, Temer critica unilateralismo e intolerância. **Agência Brasil.** Nova Iorque-EUA. 25 set. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.abc.com.br/internacional/noticia/2018-09/em-discurso-na-onu-temer-critica-unilateralismo-e-intolerancia>. Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro). Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na Assembleia Geral da ONU. **Agência Brasil.** Nova Iorque-EUA. 24/09/2019. Disponível em: <https://bit.ly/3Dtmna9> .Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro). Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na 75ª Assembleia Geral da ONU. **Agência Brasil.** 22/09/2020. Disponível em: <https://bit.ly/3qbcLxI> . Acesso em 25 jul 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Jair Messias Bolsonaro). **Discurso do Sr. Presidente da República, Jair Bolsonaro, na Abertura do Debate Geral da 76ª Assembleia Geral da ONU.** Nova Iorque-EUA. 21 set. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2021/09/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-na-abertura-da-76deg-assembleia-geral-da-onu> . Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Jair Messias Bolsonaro). **Discurso do Presidente da República, Jair Bolsonaro, na Abertura do Debate Geral da 77ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas - AGNU.** Nova Iorque-EUA. 20 set. 2022.

Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/bolsonaro/discursos/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-na-abertura-do-debate-geral-da-77a-sessao-da-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-agnu>. Acesso em 25 jul. 2023.

CASARÕES, Guilherme Stolle Paixão e. **As três camadas da política externa do governo Collor: poder, legitimidade e dissonância**. 2011. Dissertação (mestrado) - UNESP/UNICAMP/PUC-SP. 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3XDIzYH>. Acesso em 02 jul. 2023.

CORRÊA, Luiz Felipe de Seixas (Org). O Brasil nas Nações Unidas - 1946-2006. **Fundação Alexandre de Gusmão**. Brasília/DF: FUNAG. 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3poRuQI>. Acesso em 08 mai. 2023.

DEMURU, Paolo; FECHINE, Yvana. **Um bufão no poder. Ensaios sociosemióticos**. Rio de Janeiro/RJ: Confraria do Vento. 2022.

FEIX, Rodrigo Daniel, MIRANDA, Silvia Helena Galvão e BARROS, Geraldo Santana de Camargo. Comércio Internacional, Agricultura e Meio Ambiente: teorias, evidências e controvérsias empíricas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. Vol. 48 nº 3 p. 605-634. Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural-SOBER. Piracicaba/SP: 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3XVq1D5>. Acesso em 15 jul. 2023.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo/SP: Editora Contexto, 2011.

GREIMAS, Algirdas J. **Sobre o sentido II. Ensaios semióticos**. São Paulo/SP: Edusp, 2014.

GREIMAS, Algirdas J.; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo/SP: Contexto, 2018.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo/SP: Educ/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, Eric. **Interações arriscadas**. São Paulo/SP: Estação das Letras e Cores, 2014.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**. São Paulo/SP: Ed. Perspectiva, 2002.

MOORE, Jason. O surgimento da natureza barata. In MOORE, J.W. (org.) **Antropoceno ou Capitaloceno? Natureza, história e crise do capitalismo**. São Paulo/SP: Elefante, 2022.

MORENO, Derliz Hong Hung; BRZEZINSKI, Maria Lúcia Navarro Lins. O meio ambiente nos discursos presidenciais do Brasil redemocratizado na Assembleia Geral da ONU de 1985 a 2022. **Iguazu Science**, v. 1, n. 1, fev. 2023. Disponível em: <https://iguazu.uniguacu.com.br> Acesso em 22 fev. 2024.

Nações Unidas Brasil. **A ONU e o Meio Ambiente**. Brasília, DF. c2020. Disponível

em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente> . Acesso em 15 mai. 2024.

PARENTI, Christian. Criação de ambiente no Capitaloceno: a ecologia política do Estado. In MOORE, J.W. (org.) **Antropoceno ou Capitaloceno? Natureza, história e a crise do capitalismo**. São Paulo/SP: Elefante, 2022.

PRADO, Débora Figueiredo Barros; MIYAMOTO, Shiguenoli. A política externa do governo José Sarney (1985-1990). **Revista de Economia & Relações Internacionais**. Fundação Armando Álvares Penteado Vol. 8 (16). 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3NwXQWh> . Acesso em 27 jun. 2023.

PUGLIESE, L.; LOURENCETTI, C.; RIBEIRO, M. L. Impactos ambientais na produção do etanol brasileiro: uma breve discussão do campo à indústria. **Revista Brasileira Multidisciplinar**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 142-165, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3rxsBDm> Acesso em: 17 jul. 2023.

QUEIROZ, F. A. Seria a Hileia uma arena de baixo custo na lógica de poder da Guerra Fria? O caso dos Grandes Lagos Amazônicos (1964-1968). **OPSIS**, v. 14, n. Especial, p. 266–286, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/Opsis/article/view/30416>. Acesso em: 15 mai. 2023.

SALLUM JR, Brasílio. Governo Collor: O Reformismo Liberal e a Nova Orientação da Política Externa Brasileira. **Revista Dados**. Vol. 54 no 1, p. 259-288. Rio de Janeiro/RJ: UERJ, 2011 - Disponível em: <https://bit.ly/42XNbd6> .Acesso em 27 jun. 2023.

SILVA, Rosana Louro Ferreira. **O meio ambiente por trás da tela - estudo das concepções de educação ambiental dos filmes da TV escola**. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação. Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3r5p3YI>. Acesso em: 23 mai. 2023.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ANTONIO ROBERTO ROSSI

Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Universidade Paulista (UNIP) e mestre em Comunicação pela mesma universidade. Graduado em História pela Universidade de São Paulo (FFLCH-USP) e pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

E-mail: rossigprs@gmail.com

PAOLO DEMURU

Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna, doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo (USP). Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie e pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

E-mail: paolo.demuru@mackenzie.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.19, n.1, p.244-248, jan-jun. 2024

Um olhar para a teoria social sob a perspectiva da Identidade e Diferença

Isadora da Silva PRESTES

Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNICENTRO/Guarapuava. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNESP/Bauru.
E-mail: isadora.prestes@unesp.br

Leonardo Silva MACIEL

Especialista em Diversidade, Inclusão e Cidadania pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis (FAFIPE). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP/Bauru.
E-mail: l.maciel@unesp.br

Enviado em: 15 dez. 2023

Aceito em: 12 jan. 2024

Resenha de: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença** – A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

Para pensarmos a Identidade e a Diferença, a obra que acompanha seu nome, organizada por Tomaz Tadeu Silva, tem muito o que nos dizer. Publicada pela primeira vez no ano de 2005 pela editora Vozes, os ensaios ali desenvolvidos são uma grande referência no campo dos Estudos Culturais. Grossberg (2015, p. 15) afirma que os Estudos Culturais “[...] não transformam contextos em objetos novos fixos e estáveis, mas os tratam como construções sempre abertas, mutáveis e porosas, estratégicas e temporárias” coadunando com os preceitos de identidade e diferença propostos por Woodward, Silva e Hall.

A estrutura do livro é composta por três ensaios, sendo o primeiro escrito pela autora Kathryn Woodward, onde são apresentados os principais conceitos de identidade e diferença, exemplificando-os e correlacionando-os. O segundo capítulo, por sua vez, é de autoria de Tomaz Tadeu da Silva. Nele, o autor aborda que a identidade e a diferença é mais do que um problema social, mas curricular, pedagógico e político. Por fim, o último capítulo é de autoria de Stuart Hall. O autor inicia o capítulo com uma provocação “Quem precisa de identidade?”. Para responder a essa questão, Hall se debruça sob conceitos que serão esmiuçados na terceira seção desta resenha.

Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual

A argumentação de Woodward nos leva a entender que a identidade tem profunda relação com a exclusão, marcada pela diferença, a qual é socialmente construída. Dessa forma, buscar no passado formas de identificação, trazem à tona a percepção de novas identidades. Essa redescoberta é definida por Woodward como a construção da identidade, fortemente caracterizada pelo conflito, pela contestação e até mesmo pela crise de identidade, o que coaduna também com os preceitos de Hall (2006), onde “[...] o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (p. 13). A autora nos leva em uma lúdica exposição sobre as mudanças globais e suas influências nas estruturas políticas e econômicas. Esse campo de disputa elucida a luta pelas questões identitárias e a manutenção das identidades. Woodward aponta ainda que as

identidades são marcadas pelas diferenças tanto por meio de sistemas simbólicos de representação, quanto pelos de exclusão, mas que dependem umas das outras para existir. Nessa perspectiva, ela afirma que a diferença se mostra enquanto distinção do outro, sendo componente para esse sistema de classificação e formada relativamente às outras identidades. Nesse sentido, as identidades são classificadas com marcadores de diferença, onde primeiro se identifica a diferença, para posteriormente gerar identificação. Woodward fecha seu raciocínio voltando-se à subjetividade e a identidade. Para a autora, a subjetividade envolve pensamentos e emoções sejam eles conscientes e inconscientes que refletem nos indivíduos para gerar identificação ou diferenciação de algo ou alguém.

A produção social da identidade e da diferença

O segundo capítulo aponta para a ausência de uma teoria da identidade e da diferença, bem como do seu processo de produção. O organizador da obra nos leva ao debate de que a identidade (cultural e historicamente atribuída) e a diferença, se constituem por meio de um processo de produção simbólica e pelos discursos. Tanto a identidade, quanto a diferença, são impostas e disputadas em um sistema de relação de poder, negociadas em sua definição linguística. No entanto, cabe destacar ainda que, embora os signos carreguem consigo significações imutáveis, as identidades por sua vez, estão em constante transformação. Stuart Hall (2006, p. 13), coaduna com esse ideal, afirmando que “[...] a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” estando em constante processo de evolução e transformação. Silva aponta para a força que as relações de poder emergem sobre a diferenciação, onde dela se faz processo central para a produção da identidade e a diferença, uma vez que são relações sociais. Tanto a identidade e a diferença, “não são definidas, são impostas” (Silva, 2000, p. 81) e, portanto, não vivem harmoniosamente lado a lado, mas disputam espaços. Dessa forma, identidade e diferença são, para o autor, um problema social, pedagógico e curricular. Social pois o encontro com o outro, com a diferença é inevitável, pedagógico e curricular pois mesmo reprimido, o diferente é inevitável. Vemos diferença em tudo, e nesse sentido, ampliamos as concepções de estereótipos, discriminação e violência principalmente sobre maiorias minorizadas (Santos, 2020) pela sociedade. Albuquerque Júnior afirma que “[...] o estereótipo nasce de uma caracterização grosseira e indiscriminada do grupo estranho, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas, em nome de semelhanças superficiais do grupo” (2010, p. 30), o que contribui para a perpetuação de preconceitos.

Quem precisa de identidade?

No terceiro capítulo, Hall direciona sua atenção acerca do multiculturalismo, visando abordar a diversidade cultural como uma pedagogia voltada para a apreciação da diferença. Nesse contexto, a perspectiva da diversidade cultural alinha-se com os princípios delineados por Escosteguy, Schulman e Johnson (2020), os quais apontam “[...] os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia” (p. 7). O título do ensaio questiona o início da discussão, apontando para as divergências conceituais presentes na ciência para a compreensão do termo. O autor se preocupa em trazer reflexões sobre o conceito de “identificação”, traçando um novo caminho em relação as outras duas discussões do livro que dialogavam com a ideia de “diferença” enquanto foco da discussão. Hall não se preocupa em trazer definições e/ou afirmação sobre o que seria a identidade/identificação, mas tensiona o debate para o entendimento que sua contextualização ainda é uma das poucas desenvolvidas na teoria social e cultural, de modo que suas ideias dialogam para o que ele chama de lógica da identidade operada por meio da *différance*. O termo é empregado como um processo de articulação, saturação, não sendo, portanto, uma totalidade, um ideal. Para ele, *différance* é o que torna algo único. Nessa linha, Hall aponta identidade como conceito estratégico e posicional, onde ao aderir uma identidade, é necessária a exclusão de outras. Para além cabe destacar que, não assinala um núcleo estável do eu, o qual pode alterar sua forma de identificação ao longo da vida, passando a se identificar com outras coisas e ver diferença em questões que antes eram comuns a ela e por ela identificáveis e não diferidos. Para o autor, “[...] a identidade é realmente algo formado ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (2006, p. 38) Assim, a identidade não é essencialista, singular, mas sim construída ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar e até mesmo se contrapor. Por fim, pode-se afirmar que a leitura do livro é de grande valia para compreender como acontecem, se formam, se disseminam e se relacionam identidades, bem como, identificar a atuação das relações de poder na formação de identidades e de diferenças.

Referências

- ALBUQUERQUE JÚNIOR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2010.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN, Norma; JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.
- GROSSBERG, Lawrence. Lutando com anjos: os estudos culturais em tempos sombrios. **Matrizes**, v. 9, n. 2, p. 13-46, 2015.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- SANTOS, Richard. **Maioria Minorizada: um Dispositivo Analítico de Racialidade**. Rio de Janeiro: Editora Telha, 2020.
- SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ISADORA DA SILVA PRESTES

Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNICENTRO/Guarapuava em 2022. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNESP/Bauru. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais – ComMov.

E-mail de contato: isadora.prestes@unesp.br

LEONARDO SILVA MACIEL

Especialista em Diversidade, Inclusão e Cidadania pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis (FAFIPE). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP/Bauru.

E-mail de contato: l.maciell@unesp.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 249-253, jan-jun, 2024

Desinformação: caminhos e desafios

Desinformación: caminos y desafíos

Disinformation: paths and challenges

Juliana Leão Borba LINS

Mestranda no Programa de Pós-
Graduação em Design/Universidade de Brasília (UnB)
E-mail: juliana.lins@ifg.edu.br

Ana Carolina Kalume MARANHÃO

Doutora em Comunicação/ Universidade de Brasília/
Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de
Pós-Graduação em Design/ Universidade de Brasília (UnB)
E-mail: kalume@unb.br

JORGE, Thaís de Mendonça (org.). **Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, fake news: a democracia ameaçada**. Brasília-DF: Supremo Tribunal Federal: Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2023. (366 p.) Disponível em: https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/campanha/anexo/combate/ebook_desinformacao_o_mal_do_seculo.pdf. Acesso em: 27 mai. 2024.

É possível observar, na atualidade, a facilidade com que informações falsas e controversas ganham especial contorno, principalmente, nos sistemas de redes sociais, território ainda desabitado pela garantia da veracidade informacional, acarretando graves riscos para o jornalismo legítimo e para a sociedade de maneira mais abrangente. Em um verdadeiro debruçar crítico sobre o panorama desinformativo e das informações falsas, nos convida a reflexão a coletânea “Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, *fake news*: a democracia ameaçada”, fruto da parceria entre o Tribunal Superior Federal (STF) e a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), aborda a problemática da desinformação, propondo uma análise contemporânea. Composta por 31 autores distribuídos em 16 artigos e três unidades temáticas, a publicação reúne professores, especialistas e pesquisadores nas áreas de comunicação e legislação. Antes de entrar com maior minuciosidade no livro, não podemos deixar de discorrer sobre três conceitos trazidos à luz diversas vezes dentro da obra: *misinformation*, *disinformation* e *mal-information*. “Jornalismo, *fake news* & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo”, é utilizado diversas vezes ao longo do livro como referência para definir esses três significados. *Misinformation* é a informação incorreta divulgada sem que a pessoa que compartilha saiba se tratar de um erro. *Mal-information* é a informação verdadeira usada para prejudicar. *Disinformation*, divulgação intencional de mentiras para prejudicar algo ou alguém. Com esses apontamentos iniciais adentramos na compilação.

O primeiro capítulo é escrito por Rosa Maria Pires Weber, ministra do Supremo Tribunal Federal (STF), nos anos de 2011 a 2023. Entre as experiências trazidas pela jurista sobre os trabalhos desenvolvidos no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e no STF para combater a desinformação, está a criação pelo TSE do Gabinete Estratégico em 2018, grupo interinstitucional, instituído para responder, o que naquele momento se configurava como algo inédito, que era a larga propagação de conteúdos enganosos sobre a justiça eleitoral brasileira e o sistema de votação. "Processos eleitorais têm sido alvos preferenciais de

campanhas de desinformação ao redor do mundo". (WEBER, 2023, p.25). No segundo artigo, o analista jurídico do Superior Tribunal Federal Jorge Santa Ritta, analisa a confidencialidade da informação, a cultura do sigilo e o dever da transparência, em uma análise que leva em conta a troca de informações entre o Estado e o cidadão. O autor levanta questões sobre ocorrências de desinformação estatal existentes ao longo da história brasileira, realizando uma crítica à censura, segredo, falta de informação intencional e ressalta que sigilo deve ser exceção. No artigo seguinte, as jornalistas Gabriela Guerreiro e Mariana Oliveira atuantes no setor de Comunicação do Superior Tribunal Federal (STF) apresentam: "Ações de comunicação na defesa de direitos fundamentais do ser humano". Abarcando sobre o Programa de Combate à Desinformação (PCD), criado em 2021, pelo STF, com ações de comunicação baseadas no tripé: I- alfabetização midiática, II- contestação de notícias falsas e III- valorização da Corte. No quarto e último texto da primeira unidade, Rodrigo Lobo Canalli, assessor- chefe da Assessoria de Inteligência Artificial do STF, escreve: "Direito fundamental à verdade: uma defesa constitucional da integridade informacional". O especialista explica como a articulação entre tecnologia e comunicação vem transformando as estruturas sociais. Mas pondera sobre a desinformação, apontando-a como uma questão humana e social e não tecnológica, mas que a tecnologia pode ser utilizada para ampliá-la.

A segunda unidade inicia-se com o texto de Luiz Cláudio Martino, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, no qual o autor realiza uma análise crítica das doutrinas militar e civil da informação. Martino aponta sobre as limitações de tais doutrinas e a necessidade de trazer ao debate público outras dimensões comunicacionais. O sexto artigo do livro, de Dione Oliveira Moura e Luciane Agnez, foca nos valores éticos e técnicos jornalísticos nos projetos de *fact-checking*. O sétimo artigo é assinado por Maíra Moraes e aborda a criação do chamado "mercado da verdade" e da problematização da pós-verdade. O próximo texto é de Márcia Marques, sobre letramento em rede. A autora cita Paulo Freire e sua obra aparece como base de fundo reflexiva no processo de ensinar e aprender para a libertação no contexto atual nos campos Comunicacional, Informacional e da Ciência da Computação. Em seguida, Cristine Marquette mais quatro professores e pesquisadores da UnB analisam os resultados das ações de alfabetização midiática realizadas com graduandos de jornalismo da Universidade de Brasília, no capítulo intitulado: "Ensino de jornalismo: a experiência do Observatório Internacional Estudantil da Informação (ObservInfo)".

Os três últimos artigos da segunda parte tratam, o primeiro, do discurso do presidente Jair Bolsonaro na Assembleia- Geral das Nações Unidas, em um texto das professoras da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Kátia Belisario e Elen Geraldes, seguido pelo capítulo assinado em conjunto por Thaís de Mendonça Jorge, organizadora do livro, e por Pedro Faray Melo Silva, sobre o papel das bolhas digitais e a plataforma Twitter. Por fim, Liziane Guazina assina em conjunto com quatro pesquisadoras do campo comunicacional, o artigo: “Análise exploratória da comunicação do governo federal a partir de três princípios da comunicação pública”. Os exemplos em estudo foram retirados do período 2018-2022, na gestão do então presidente Jair Bolsonaro.

A terceira e última parte da obra é composta por um conjunto de quatro artigos que versam sobre a refutação de informações incorretas sobre vacinação infantil, as dinâmicas discursivas e seus efeitos na saúde, divulgação de dados errados sobre a vacina contra a Covid-19, e um estudo de caso sobre o canal Saúde sem *Fake News*. Todo o escopo final nos leva a refletir sobre a relação entre Ciência, saúde e informação. Em suma, "Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, *fake news*: a democracia ameaçada" se destaca como uma obra fundamental para decifrar as intrincadas dinâmicas da circulação de informações em uma era permeada pelas Tecnologias da Informação e Comunicação, bem como pelas conexões em rede.

REFERÊNCIAS

IRETON, C.; POSETTI, J. (eds.). **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo: Introdução**. Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, 2019.

BIOGRAFIA DAS AUTORAS

JULIANA LEÃO BORBA LINS

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design na Universidade de Brasília (UnB). Bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade de Brasília (UnB)

E-mail: juliana.lins@ifg.edu.br

ANA CAROLINA KALUME MARANHÃO

Doutora em Comunicação/ Universidade de Brasília/ Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília (UnB). Integra a equipe de pesquisa do Núcleo de Multimídia e Internet, laboratório ligado à Faculdade de Tecnologia - Departamento de Engenharia Elétrica, da Universidade de Brasília (FT/ENE/UNB), onde desenvolve pesquisas sobre Comunicação, Redes, Tecnologias da Informação e Comunicação e Educação, com ênfase em novas metodologias de aprendizagem.

E-mail: kalume@unb.br *E-mail de contato: email@dominio.com*

"A única forma de combater a desinformação é por meio do jornalismo"

*Entrevista com João Canavilhas,
por Liliane Ito*

Observador curioso dos fenômenos de seu próprio tempo, João Canavilhas é um dos pesquisadores portugueses mais citados no Brasil no campo da Comunicação e Informação. Sua trajetória como investigador e docente contabiliza mais de duas décadas e meia e, ainda assim, ele segue atuando de forma ativa na graduação, articulando pesquisa e ensino em práticas diárias.

Do professor atencioso na graduação ao investigador renomado, com diversos projetos em nível nacional e internacional, Canavilhas considera que suas pesquisas seguiram um curso natural, quando observadas longitudinalmente, e estão sempre atreladas ao novo.

No LabCom, unidade de investigação em Ciências da Comunicação, no qual é diretor de



Imagem: João Pedro Silva

internacionalização, lidera pesquisas que envolvem integrantes de nacionalidades diversas, com o cuidado de oferecer os resultados também em língua portuguesa, já que considera esta uma importante ação para o fortalecimento da pesquisa na área, em nosso idioma.

Nesta entrevista, realizada presencialmente, em 21 de maio de 2024 no seu gabinete de trabalho na Universidade Beira Interior (UBI),

em Covilhã, Canavilhas fala sobre sua relação longa com a pesquisa no Brasil, retoma um de seus conceitos mais conhecidos – o de webjornalismo –, tece reflexões sobre o papel do jornalismo diante do cenário de desinformação e pós-

verdade no mundo todo e discorre sobre o que denomina como modelo de negócio 360 graus para a sustentação econômica do jornalismo profissional, no qual a atuação do Estado é tanto necessária quanto crucial.

Sua trajetória como pesquisador é marcada por parcerias com pesquisadores brasileiros, sejam eles docentes como também estudantes, que vêm fazer doutorado ou pós-doc na Universidade Beira Interior. Como o senhor avalia essa relação longa com o Brasil?

Isso começou já há muitos anos, quando nós da Beira Interior começamos a trabalhar com a Universidade Federal da Bahia. Na altura, ainda se falava pouco em jornalismo na web e, como eles estavam mais à frente na pesquisa sobre este tema no Brasil e nós, em Portugal, estabelecemos então uma parceria muito próxima com a Universidade Federal da Bahia, e na sequência disso passaram por aqui pessoas como a Susana Barbosa, que fez uma parte do doutorado aqui. A Luciana [*Mielniczyk*] também esteve cá naquela altura. Depois, entretanto, nós lançamos também a BOCC [*Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*], que é a maior biblioteca de Ciências da Comunicação em português e isso fez com que houvesse uma grande visibilidade de Portugal no Brasil. A partir daí, naturalmente, as relações foram se alargando a outras universidades... Veio

mais gente fazer doutorado conosco, fomos nós muito mais vezes ao Brasil no âmbito de intercâmbios e de projetos entre os dois lados e, portanto, estabeleceu-se aqui um laço muito forte com investigadores brasileiros. Depois, as pessoas que vinham fazer doutorado acabam por tornar-se professores, investigadores, e durante algum tempo nós mantemos os temas de investigação. No fundo, gerou-se aqui uma espécie de onda nesta ligação entre a Beira Interior e uma série de universidades brasileiras, no início muito ligadas à questão do on-line, mas depois foi alargando para outras áreas. Começamos ali na Bahia, mas a partir de certo momento já fazíamos trabalhos com pessoas de várias partes do Brasil (e quando falamos do Brasil, não estamos propriamente a falar de Portugal que é assim uma coisa pequenina), mas mesmo tendo essa dimensão [*territorial*], como a comunidade é relativamente pequena na área das Ciências da Comunicação, e toda a gente conhece toda a gente, naturalmente fomos procurando outros temas, vem muita gente para cá e o resto dos colegas também foram se envolvendo e criamos aqui um sistema muito interessante que tem dado muitos frutos desde publicações conjuntas,

doutorandos, mestres, pós-doutores, alguns projetos, e esperamos nós que um dia possa também vir a dar um curso entre duas universidades - nós já fazemos as duplas situações, mas seria bom que um dia pudéssemos ter um curso verdadeiramente envolvendo mais universidades, mas que envolvesse também universidades brasileiras em que os alunos passassem o semestre em cada uma das Universidades e no final, o diploma fosse comum - algo parecido com aquilo que é o *Erasmus Mundus* e outros doutoramentos em consórcio que estão a aparecer. Digamos que isso seria o topo desta relação que felizmente tem dado muita produção científica e que depois tem uma consequência também muito interessante, como são pessoas que lá também são professores, os próprios textos [*produzidos em tais intercâmbios de pesquisa*] acabam por serem estudados pelos seus alunos e, portanto, são muito usados. É isso que nós queremos, o nosso sonho sempre foi este: desenvolver esta investigação em comum com os nossos colegas de vários pontos do mundo, particularmente e no meu caso, com quem fala português - porque eu acho que devemos preservar a nossa língua - e não podemos abdicar de uma comunidade com a dimensão da nossa, não por nós, pois como eu disse, nós [*portugueses*] somos poucos, mas o Brasil tem uma comunidade gigante, e portanto, com o número de falantes de português que o Brasil tem, nós não podemos abdicar da nossa língua e, felizmente, temos o Brasil para nos ajudar nesta missão. Portanto, a sequência normal foi nós conseguirmos aumentar o acervo de publicações em

português e colocá-lo num patamar qualitativo muito, muito grande. E isso eu acho que é importante que se diga, porque muitas vezes nós temos como referência aquilo que é o mundo anglo-saxônico, e eu tenho constatado, não poucas vezes, que alguma investigação que aparece escrito em inglês por investigadores do mundo anglo-saxônico vem trazer algo que nós, de Portugal e do Brasil, já dissemos muitos anos antes, só que escrevemos em português e ninguém se deu conta. É bom que nós insistamos e consigamos provar que a investigação que nós fazemos em português é uma investigação que tem a mesma qualidade daquela que é feita em inglês e que, em muitas áreas, até vamos muitos passos à frente, mas infelizmente às vezes não têm a visibilidade que gostaríamos que tivesse.

As literaturas em português e em espanhol são realmente muito mais acessíveis pra nós. Esse é um dos fatores, mas não é obviamente o único que tornou sua pesquisa tão disseminada no Brasil. A meu ver, é realmente a qualidade da produção e a maneira inovadora com a qual o senhor pensou vários conceitos há mais de 20 anos. Por exemplo, o conceito de webjornalismo, que foi muito inovador para a época e até hoje é ensinado em sala de aula. O senhor acredita que o conceito de webjornalismo segue firme e forte depois de todo esse tempo?

Sim, eu acho que sim, o conceito é muito curioso, porque o termo eu acabo por lançá-lo um bocadinho por influência do Brasil. Porque em Portugal quando nós

falamos em jornalismo, muitas vezes, é jornalismo. Nem sempre está muito bem especificado; é sempre jornalismo, às vezes se coloca uma palavra - jornalismo televisivo, jornalismo radiofônico. Enquanto no Brasil está muito bem segmentado: jornalismo de imprensa, jornalismo televisivo, jornalismo radiofônico. Claro, aqui [em Portugal] também está segmentado, mas quando nós trabalhamos em termos de investigação, não estamos demasiado preocupados com o conceito. E foi um bocadinho de olhar para o Brasil que eu pensei “bem, na verdade, nós dizemos jornalismo televisivo e vocês [brasileiros] dizem telejornalismo. Enquanto nós dizemos jornalismo radiofônico, vocês dizem radiojornalismo”. E eu pensei “isto faz sentido. É jornalismo, é verdade, mas é adaptável”. Então, faz sentido porque nós temos um jornalismo novo para um novo meio, que façamos exatamente o mesmo, porque *on-line* tudo era; *ciber* tudo era, então, foi olhando para o caso do Brasil que eu pensei que, se há radiojornalismo e telejornalismo, faz todo sentido haver webjornalismo; e é um bocadinho daí que aparece um conceito, pois a Luciana também usa o mesmo termo, a Susana também, e foi um bocadinho por aí que nós usamos esse conceito, procurando no fundo dizer que, se a web for um meio, então o jornalismo que é feito para aquele meio tem que ter o nome no próprio jornalismo e, portanto, daí que o meu primeiro desafio foi tentar provar que a web era um novo meio, porque se não fosse, caso fosse apenas um suporte, então não faria sentido. Aliás, depois foi isso que aconteceu exatamente

com o jornalismo para dispositivos móveis - se é um meio terá um jornalismo específico, uma linguagem específica. Mas se é apenas um suporte, nem vale estar a discutir isso e, portanto, o percurso foi um bocadinho este: “Ok, se havia uma linguagem, a palavra foi incluída dentro do jornalismo”. No fundo, eu não inventei nada. A investigação tem a ver com isso. Eu não fiz nada de extraordinário - é apenas olhar para a realidade e tentar transpor as coisas e tentar agrupá-las de alguma maneira e, portanto, é uma sequência. Ora bem, [constatou-se] que é um meio e, portanto, tem uma linguagem, então, vamos identificar [as características]. O Marcos [Palacios] já tinha falado na memória, então, fui juntando as características que existiam - a hipertextualidade, a memória, a instantaneidade. No fundo, foi compilar e mostrar “reparem, tudo isto que tem sido dito por estes investigadores são as características deste jornalismo em particular”. Portanto, o processo é relativamente simples e muitas vezes é apenas a emulação daquilo que é a nossa vida real, olhando para um fenómeno - neste caso, um fenómeno midiático.

Um dos maiores desafios, senão o maior, para o jornalismo hoje é a sustentação financeira. Isso, a seu ver, tem mudado um pouco a forma como se faz notícia?

Sim. Mudou tudo no mercado a partir do momento em que falta dinheiro dentro do sistema. Isto é outra discussão, mas, muitas vezes, não queremos olhar para o

jornalismo como negócio, mas o jornalismo é um negócio. Nós podemos amar muito a profissão, podemos ser muito idealistas em relação a ela, mas alguém tem que pagar o “fazer jornalismo”. E o problema é que, a partir do momento em que as notícias passaram a ser oferecidas gratuitamente, todo o modelo que existia até aí, que era um modelo misto de venda de conteúdos mais publicidade começou a esfarelar-se. Ora, nós já sabemos onde está o dinheiro - nas grandes plataformas - e não há maneira de tirar de lá, por mais que tenhamos feito... por mais que essas empresas apoiem o jornalismo, não é suficiente para o jornalismo que nós temos hoje - e é um jornalismo já mais frágil do que tínhamos. Portanto, o que nós temos atualmente são menos meios de comunicação e aqueles que existem, com menos pessoas a trabalhar. E assim não é possível fazer o jornalismo com a mesma qualidade, não é inteligência artificial que vai resolver isto. A inteligência artificial é mais uma ferramenta, obviamente vai ajudar como o computador ajudou no seu tempo. Mas por trás disso tudo vai estar sempre o elemento humano – e se não houver pessoas nas redações, não há jornalismo de qualidade. Agora, o problema é que não há o tal do modelo de negócio. Eu não vejo outra forma de fazer que não seja através da intervenção do estado. O mercado em si não funciona - funciona no caso do *The New York Times*, porque é um meio global; agora tudo o que são meios locais, tudo o que é informação regional, local e mesmo a informação nacional em países com dimensão de Portugal, não funciona. Mesmo com a dimensão de

Espanha e mesmo se nós pensarmos no Brasil, se calhar temos um ou dois grandes meios de comunicação que ainda conseguem ganhar dinheiro, mas que isso não vai durar eternamente. Então, aquilo que eu tenho defendido é um bocadinho o modelo que eu chamo de 360 graus, que é tentar juntar o modelo *freemium*, que é: por um lado as pessoas têm que se habituar a pensar que se pagam tudo também têm que pagar informação. Se pagam Netflix para ver bons filmes, têm que pagar pra boa informação, porque aquilo que estão a ler nas redes sociais não é boa informação. Então, há uma parte que é paga, há uma parte que terá publicidade, mas se calhar temos que ser mais criativos e não fazer a mesma publicidade que fizemos a vida toda. Há outra parte que me parece muito importante e é aí que entra a ideia dos 360 graus e da intervenção estatal. O que eu defendo não é que o governo ou o Estado entregue dinheiro diretamente aos meios de comunicação social, mas sim que crie ferramentas para que o dinheiro chegue lá. Um exemplo: na França, quando os jovens atingem 18 anos, o governo faz é dar-lhe dinheiro para eles assinarem um determinado jornal. O mercado continua a funcionar. Portanto, eles dizem: “Tens aqui um subsídio, imaginemos de 100 euros e isso é um *voucher*, mas só pode se aplicar na assinatura de um jornal”. O mercado funciona a partir deste ponto: aquele jovem vai escolher o jornal ou a revista que mais gostar; portanto, não é o Estado que está a financiar diretamente o jornal A, B ou C. Outra hipótese é tudo o que são operadoras móveis têm que contribuir para o sistema. Eu, quando faço o a assinatura de um de serviço de dados,

não faço para [usar o telefone] celular. Hoje em dia, ninguém usa dados apenas para falar, mas sim para consultar internet e quando na internet, estão nas redes sociais, mas estão também a ler notícias – que quando estão nas redes sociais, estou muitas vezes a ler notícias que outros partilharam; portanto, uma parte do dinheiro devia ser para um fundo de apoio aos meios de comunicação social de cada país. Isso já acontece, por exemplo, nas fotocópias: quando nós tiramos uma fotocópia em Portugal, há uma parte do dinheiro do imposto que nós pagamos que vai para a Sociedade Portuguesa de Autores, porque as pessoas que estão a fotocopiar estão a fazer isso com livros, e, portanto, o autor está a perder dinheiro. A Sociedade Portuguesa de Autores vai redistribuir essa renda aos escritores de acordo com aquilo que são as vendas que eles fazem. Nós deveríamos seguir o mesmo com as assinaturas de pacotes móveis e com as vendas dos dispositivos móveis. No ano passado, venderam-se em Portugal, que é um pequeno país, mais de mil milhões de euros só em dispositivos móveis. Nós estamos a falar de 1% a 2%, não é preciso mais do que isso. O Estado só tinha que dizer “ok, isto custa 500 euros, passa a custar 555 euros”. E esse dinheiro reverte a favor do Fundo de Apoio ao Jornalismo, depois é redistribuído em função das audiências. Então, defendo um conjunto de situações que passariam por estas três medidas: financiar os jovens para que eles comecem a ler, dando um *voucher* para eles assinarem um jornal; quem vende dados móveis, uma parte desse dinheiro, um pequeno imposto iria para esse fundo; e quem

vende dispositivos móveis, uma parte do imposto iria também para esse fundo.

O senhor acredita que o jornalismo pode ser um contraponto no combate à desinformação? Qual seria o nosso papel como profissionais de comunicação e também pesquisadores para combater esse fenômeno que vem corroendo democracias ao redor do mundo?

A única forma de combater a desinformação é por meio do jornalismo, não há outra forma. Mesmo que nós promovamos cursos de literacia midiática (e isso compete a nós, professores), a literacia midiática ensina a distinguir o que é informação do que é desinformação. A partir do momento em que não há jornalismo, já não há nada para distinguir, para que nós possamos ensinar as pessoas a contrastar informação; o contraste significa mostrar a diferença entre ao menos duas coisas, e se uma delas deixar de existir, deixa de haver possibilidade de contrastar. Os fenômenos desinformativos são realmente complicados, difíceis de combater porque quem faz isso também já percebeu que ao fazer abertamente tem os *fact-checkers*, tem uma série de mecanismos que os combatem, então, começam a introduzir-se dentro das redes fechadas. O que torna mais difícil de combatê-lo. Se há um determinado fenômeno que está a ocorrer num espaço fechado onde nenhum de nós consegue entrar, a única maneira é ajudar essas pessoas que estão dentro do espaço a terem uma alternativa onde encontrar

uma fonte que lhes diga “não, a terra não é plana. É redonda”, e isso tem que ser feito cá fora, através de um determinado sistema. Portanto, o grande combatente da desinformação será sempre o jornalismo.

Porque mesmo para um cidadão vulgar que esteja muito envolvido na sua comunidade, quando ele percebe que alguém está a desinformar, mesmo que ele tenha muitos argumentos, ele precisa ter uma munição - a bala - ele pode ter a arma, que é a sua preparação, mas falta-lhe a bala para disparar, e essa bala é o jornalismo.

Suas pesquisas parecem evoluir, de maneira longitudinal, conforme indagações particulares, como as relacionadas a uma certa sociologia profissional dos jornalistas, mas também conforme fenômenos emergentes no campo jornalístico, como o jornalismo para dispositivos móveis e a produção jornalística integrada a ferramentas de inteligência artificial. O senhor enxerga assim também? O que o motiva a fazer pesquisa?

Basicamente, se calhar é uma característica pessoal, mas que também tem a ver com o [lado] profissional: nós estamos sempre muito atentos ao que é novo. Sempre que aparece um fenômeno novo, fico muito curioso em relação àquilo e pode ser apenas uma tecnologia (por isso tenho uma coleção, lá em casa, de tecnologias). Algumas falharam porque sempre que aparece uma coisa nova, eu gosto de ter para ver como é que funciona, e depois

num segundo momento procuro ver como é que aquilo pode ser adaptado ao jornalismo. Portanto, no fundo é um bocadinho arriscado e às vezes até frustrante. Por acaso não me dediquei em demasia a algumas coisas como o Google Glass, por exemplo. Ou seja, acontece com muita gente que se dedicou a estudar aquele fenômeno e quando deram por eles, tinha acabado.

Basicamente o que fiz foi um bocadinho movido pela curiosidade, sempre que vejo uma coisa nova, procuro perceber de que forma é que aquilo pode influenciar e, depois, numa segunda fase, a ideia: tentar perceber algo visto mais de longe. Como estávamos a falar: comecei com a web, depois a questão do jornalismo móvel e depois a necessidade de uma visão mais ecossistêmica. Entretanto, vem a inteligência artificial e voltamos a afunilar. Mas agora já começam a surgir outras questões. Quer dizer, já não é tão interessante ver se o algoritmo escreve melhor ou se calhar pior, como é que ele ajuda ao jornalista ou não. Agora, já estão me interessando outras coisas, como tentar contrastar, em termos de profissão, da sociologia da profissão, qual é a diferença entre uma coisa e outra?

Tudo bem, uma inteligência artificial hoje em dia faz muito do que um jornalista faz, mas agora vamos passar para o outro lado. Digamos que o motor de tudo aquilo que acontece é a fonte e as fontes falam aos jornalistas - uma pessoa fala com uma pessoa. Não há nenhum político que ligue para um *voicemail* e grave: “Tenho aqui uma informação. Sei que és uma inteligência artificial e vou dizer-te aqui três coisas que

ninguém sabe”. Ninguém faz isso. Do outro lado quer que se tenha um ser humano, uma pessoa com quem possa dialogar, que vai garantir a confidencialidade e que sabe que o outro está sujeito a um código ético que vai garantir essa confidencialidade que não existe quando se fala para um computador - não sabem onde é que aquilo vai parar, nem quem vai aceder. Neste momento, me parece interessante estudar a relação entre o jornalismo, os jornalistas e suas fontes.

Qual conselho o senhor daria a um pesquisador na área da comunicação em início de carreira, uma pessoa que acabou de entrar no mestrado? E para um estudante de jornalismo?

Para um investigador, em início de carreira, eu diria para estar atento à sociedade em si, e não fazer aquilo que os outros já fazem. Eu digo sempre aos alunos de doutoramento: “não vale a pena vocês irem investigar um fenómeno que já há muita gente a investigar”, porque as outras pessoas já têm as vantagens de saber muito sobre aquilo e você será apenas mais um. Procurem fenómenos novos, mesmo que exista pouca publicação, e muitas vezes acontece isso, eles estão a fazer um trabalho e dizem “ah, não há nada escrito sobre isto”, e eu digo “claro! É por isso que estás a escrever o que tens aqui, é buscar teorias e procurar ter uma visão diferente daquilo”. Portanto, eu diria para um para um jovem

investigador: originalidade e criatividade. E claro, muito trabalho!

E para um jovem jornalista, aplica-se um bocadinho do mesmo. Quando vais iniciar sua carreira, eu diria sobretudo, criatividade, que é aquilo que distingue os homens das máquinas, e é sobretudo aquilo que distingue um jornalista de outro qualquer. Se nós aplicarmos friamente as teorias que nos estão ensinadas e as técnicas de redação, as pessoas vão ser todas iguais porque seguem todas a mesma técnica; mas depois há aquele [*nesta hora, o entrevistado estala os dedos*] ‘pequeno nada’ pessoal. E é isso que eu realmente lhes digo: “vocês têm que pôr algo de vosso na vossa notícia”. Isto não é notícia do Antônio, do Manoel ou do Joaquim. O assunto é o mesmo, mas vocês têm que ter uma abordagem em particular do assunto. Há muitas formas de plantar a mesma história se vocês ouvirem a história da Carochinha, não sei se no Brasil lá é a história da Carochinha... Se vocês ouvirem do avô materno, ela é contada de uma maneira. Mas se ouvirem do avô paterno, é de outra maneira. O final é exatamente igual, mas um deu mais ênfase a certos pormenores e o outro, em outros pormenores. É isso que é o estilo de cada um.

É isso que eu digo - não queiram ser iguais aos outros. Na verdade, a nossa existência é ser diferente do outro para ter uma marca própria. Só isso. Mais nada de especial.

Liliane de Lucena Ito

Doutora em Comunicação pelo PPGCom Unesp, é docente permanente do mesmo programa de pós-graduação, e professora do curso de Jornalismo da Unesp de Bauru (SP). *Visiting researcher* na Universidade Beira Interior (UBI/Covilhã, Portugal) e pós-doutoranda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP).

E-mail: liliane.ito@unesp.br



v. 19, n. 1, jan.-jul., 2024

Publicação científica digital semestral editada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP).

MISSÃO

A Revista Comunicação Midiática tem como missão contribuir para a reflexão e o debate em torno dos diferentes aspectos que envolvem a comunicação midiática na contemporaneidade, tendo em vista abordagens epistemológicas, conceituais, histórico-sociais, culturais, tecnológicas, políticas e de linguagem.

www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/index
comunicacaomidiatica@faac.unesp.br
(+55) 14 3103-6057 / (+55) 14 3103-6157

Seção de Pós-Graduação - FAAC/UNESP
Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, no 14-01, Vargem Limpa CEP 17.033-360
Bauru - São Paulo – Brasil

FICHA CATALOGRÁFICA

Revista Comunicação Midiática: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação / Universidade Estadual Paulista – Volume 19, Número 1, jan./jun. 2024, Bauru/SP – UNESP

Semestral ISSN 2236-8000

1. Comunicação Midiática – Periódicos. 2. Ciências da Comunicação. 3. Comunicação Social. 4. Cultura e Mídia. 5. Linguagens Midiáticas. 6. Políticas de Comunicação. 7. Programa de Pós- Graduação em Comunicação.

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte da Publicação
(CIP)Biblioteca Central do Campus da UNESP – Bauru/SP

EQUIPE EDITORIAL

Editora

Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Assistentes editoriais

Adriel Henrique Francisco Cassini, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Carolina Bortoleto Firmino, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Revisão

Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Adriel Henrique Francisco Cassini, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Carolina Bortoleto Firmino, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Projeto gráfico

Bernardo Fontaniello, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

CONSELHO CIENTÍFICO

Alexandre Barbalho

Universidade Federal do Ceará (Fortaleza-CE, Brasil)

Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Ângela Salgueiro Marques

Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte-MG, Brasil)

Bettina Andrea Martino

Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina)

Branco Di Fátima

Universidade da Beira-Interior (Covilhã, Portugal)

Carlos del Valle Rojas

Universidade de la Frontera (Temuco, Chile)

César Siqueira Bolaño

Universidade Federal de Sergipe (São Cristóvão-SE, Brasil)

Christa Berger

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo-RS, Brasil)

Danilo Rothberg

Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

Fernando Torres Andacht

Universidad de la República (Montevideo, Uruguai)

Francisco Sierra Caballero

Universidad de Sevilla (Sevilla, Espanha)

Graça Caldas

Universidade Estadual de Campinas (Campinas-SP, Brasil)

Jorge Alberto Hidalgo Toledo

Universidad Anahuac (Ciudad de México, México)
Laan Mendes de Barros
Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Leonel Simila
Escola Superior de Jornalismo (Maputo, Moçambique)
Luciano Guimarães
Universidade de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)
Luisa Ochoa Chaves
Universidad de Costa Rica (Alajuela, Costa Rica)
Maria Guillermina Franco Alvarez
Universidad Carlos III de Madrid (Madrid, Espanha)
María Milagros Molina Guiñazú
Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina)
Mauro de Souza Ventura
Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Raquel Paiva
Universidade Federal do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro-RJ, Brasil)
Raquel Ritter Longhi
Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis-SC, Brasil)
Rogério Luiz Covaleski
Universidade Federal de Pernambuco (Recife-PE, Brasil)
Silvia Alvarez Curbelo
Universidad de Puerto Rico (San Juan, Puerto Rico)
Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal do Tocantins (Palmas-TO, Brasil)
Tomás José Jane
Escola Superior de Jornalismo (Maputo, Moçambique)
Yvana Fechine
Universidade Federal de Pernambuco (Recife-PE, Brasil)

CONSELHO CONSULTIVO – PARECERISTAS

Ana Carolina Monari, Fundação Oswaldo Cruz (Manguinhos-RJ, Brasil)
Carlo José Napolitano, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Carolina Dantas Figueiredo, Universidade Federal de Pernambuco X (Recife-PE, Brasil)
Denis Porto Renó, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Eliza Bacheга Casadei, Escola Superior de Propaganda e Marketing (São Paulo-SP, Brasil)
Érica Cristina de Souza Franzon, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Felipe Simão Pontes, Universidade Estadual de Ponta Grossa (Ponta Grossa-PR, Brasil)
Fellipe Sá Brasileiro, Universidade Federal da Paraíba (João Pessoa-PB, Brasil)
Fernanda Elouise Budag, Universidade Federal de Santa Maria (Santa Maria-RS, Brasil)

Ivan Paganotti, Universidade Metodista de São Paulo (São Paulo-SP, Brasil)
Jéssica de Cássia Rossi, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Jones Machado, Universidade Federal de Santa Maria (Santa Maria-RS, Brasil)
Kárita Emanuelle Ribeiro Sena, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Márcia Gomes, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (Campo Grande-MS, Brasil)
Marco López-Paredes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Quito, Equador)
Michelle Roxo de Oliveira, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Nirave Reigota Caram, Centro Universitário Sagrado Coração (Bauru-SP, Brasil)
Paula Falcão de Souza, Universidade Estadual do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro-RJ, Brasil)
Paulo Cajazeira, Universidade Federal de Pelotas (Pelotas-RS, Brasil)
Rita de Cássia R. Paulino, Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis-SC, Brasil)
Roseane Andrelo, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)
Samilo Takara, Universidade Federal de Rondônia (Porto Velho-RO, Brasil)
Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa (Ponta Grossa-PR, Brasil)
Vinícius Nascimento, Universidade Federal de São Carlos (São Carlos-SP, Brasil)
Vivianne Lindsay Cardoso, Universidade Estadual Paulista (Bauru-SP, Brasil)

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO



Reitor: Pasqual Barretti
Vice-Reitora: Maysa Furlan
Chefe de Gabinete: Cesar Martins
Pró-Reitora de Graduação: Celia Maria Giacheti
Pró-Reitora de Pós-Graduação: Maria Valnice Boldrin
Pró-Reitor de Pesquisa: Edson Cocchieri Botelho
Pró-Reitor de Extensão Universitária e Cultura: Raul Borges Guimarães
Pró-Reitor de Planejamento Estratégico e Gestão: Estevão Tomomitsu Kimpara
Secretário-Geral: Erivaldo Antonio da Silva

Diretora: Fernanda Henriques
Vice-diretor: Juarez Tadeu de Paula Xavier



Coordenador: Laan Mendes de Barros
Vice-Coordenadora: Caroline Kraus Luvizotto

Conselho do Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Titulares

Caroline Kraus Luvizotto
José Carlos Marques
Laan Mendes de Barros
Roseane Andrelo

Suplentes

Arlindo Rebechi Junior
Carlo José Napolitano
Raquel Cabral

Representantes discentes

Leonardo da Silva Maciel
Adriel Henrique Francisco Cassini



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.19, n.1, p.7-10, jan.-jun. 2024

Apresentação

Desinformação em contextos de crise: oportunismos, estratégias e poder

Para muito além do espalhamento de informações falsas, o que está em jogo, quando se trata de desinformação em contextos de crise, são estratégias pela disputa de poder político e econômico. Por meio de ações aparentemente descoordenadas, manipula-se a opinião pública ao ponto de se colocar em risco vidas, como ocorrera com a descredibilização da Ciência durante a pandemia de covid-19, altamente politizada no Brasil.

Mais recentemente, com as inundações no Rio Grande do Sul, em maio, outro tipo de crise – climática – nos colocou de novo diante de narrativas fantasiosas engendradas por sujeitos interessados na manutenção de poder, principalmente econômico, como demonstra o artigo de Thiago de Jesus-Silva e Helena Martins, “Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas sobre a crise climática”. Os autores chegam à conclusão de que muitas peças de desinformação atribuíram os acontecimentos trágicos do sul do País a causas meramente naturais, rechaçando o aquecimento global e, assim, eximindo o poder público e setores economicamente poderosos, como o agronegócio ou a extração de minerais e combustíveis fósseis, de quaisquer contribuições para com o desequilíbrio ambiental.

Em “Comunicação Pública e Desinformação: mitigação de danos à Democracia em meio a eventos climáticos extremos”, de Sara Feitosa, discute-se como o desastre no Rio Grande do Sul foi acompanhado por uma crise de desinformação, com diversas falhas por parte da comunicação pública, além de sugerir boas práticas para situações do tipo, nas

quais esforços conjuntos – de universidades, pesquisadores e instituições – para abordagens coletivas, cooperativas e sistêmicas são essenciais para combater a desinformação.

Gustavo Pereira e Marcello Lucas também apresentam resultados de pesquisa com enfoque nas enchentes deste ano no sul do País. Em “Informação, desinformação e infodemia: análise de conteúdos divulgados sobre as enchentes no Rio Grande do Sul em 2024”, os autores examinaram publicações no X que levaram a considerações convergentes aos outros dois artigos que abrem esta edição: a infodemia é utilizada como um momento propício para ações de interesse privado, político e econômico, além de ser um contexto em que também se busca desacreditar, de forma mais contundente, a imprensa.

Assim, tal qual abutres diante da carnificina, o oportunismo político tem nos contextos de conflito, crise e infodemia o cenário perfeito para plantar inverdades e teorias conspiratórias. Para confundir a população. É o que demonstra o estudo de Juliana Marques, Edvaldo Alves e Fellipe Sá Brasileiro, que analisou práticas desinformativas utilizadas por Jair Bolsonaro durante a pandemia de covid-19. Na análise empírica do trabalho, intitulado “Práticas de desinformação do presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de COVID-19”, pode-se perceber uma evidente manipulação informacional que almeja benefícios particulares em detrimento à manutenção da saúde coletiva.

Não à toa, nesta edição, a maior parte dos artigos se concentra em episódios de desinformação ou estudos de casos relacionados ao governo de Jair Bolsonaro (2018-2022). Em “Negacionismo à brasileira: os impactos da desordem informacional para o fenômeno da (des)infodemia no Brasil durante a pandemia da Covid-19”, de Olga Santana e Marcos Do Prado, evidencia-se como a desinformação é utilizada de forma estratégica, com finalidades políticas que contradizem a Democracia, muitas vezes determinando políticas públicas a partir de um viés ideológico.

Infelizmente, não apenas desinformação sobre saúde fora altamente propagada e estimulada no último mandato presidencial. Em “Infodemia de colonialidades: Bolsonaro e seus discursos de ódio de cunho racial”, de Elaide Martins e Luiz Cláudio Fernandes, o enfoque são as falas repletas de preconceitos e ofensas proferidas por Bolsonaro. Para os autores, os discursos do ex-presidente reafirmam lógicas colonialistas que subjagam povos originários, nordestinos e negros.

Apesar do período obscuro vivenciado por toda a população brasileira em relação à desordem informacional durante a pandemia e em todo o mandato presidencial anterior, a pesquisa de Luana Müller evidencia que houve, também, mediações diversas das puramente conspiratórias e comprometidas com o poder político/econômico. Em “Vitória da ciência e da saúde pública sobre a desinformação: análise de imaginários no X (antigo Twitter) no início da vacinação contra a Covid-19”, a autora mostra como parte dos usuários, em janeiro de 2021, exaltaram a Ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), sobrepondo-se e silenciando embates ideológicos, desinformação e negacionismo. Era o início da esperança pelo fim da pandemia.

Neste dossiê temático, análises sobre a imprensa também estão presentes. Ivan Paganotti e Raphael Sanches, por exemplo, debruçaram-se sobre a cobertura televisiva acerca do plano sanitário emitido pelo Ministério da Saúde, no contexto pandêmico, a fim de compreender as diferenciações na apresentação dos telejornais de maior audiência no País (pertencentes à Rede Globo e Rede Record), correlacionando os resultados ao alinhamento político (ou a ausência deste) de cada emissora.

Já o texto de Tiago Mainieri e Rafael Marques, “Desinformação e vacina: ‘O Lado Obscuro das Vacinas’”, vem expor situações nas quais os interesses por trás da desinformação não são totalmente conhecidos – ou mesmo, claramente orquestrados. A pesquisa, de teor netnográfico, é circunscrita a período anterior à pandemia: o ano de 2019, e apresenta a complexidade da cadeia da desinformação que se desenrola em agrupamentos digitais antivacina. Em uma era de pós-verdade, acreditar ou não na efetividade e no risco que as vacinas oferecem são discussões que ocorrem de maneira emergente, no mundo todo, e muitas vezes, como demonstra o estudo, se baseiam em produções oriundas da própria imprensa (sejam elas manipuladas ou não).

Taís Tellaroli e Camila Zanin apresentam resultado de pesquisa teórico/empírica sobre o enfretamento da desinformação a partir de periódico regional. As autoras explicitam as diferentes formas utilizadas pelo portal “Campo Grande News”, no período pandêmico, para esclarecer boatos e mentiras, atuando como um veículo que se posicionou não somente contra a desinformação, mas também como um espaço de divulgação de educação midiática. O texto assinado pelas pesquisadoras é “O papel do jornalismo local frente à desinformação: análise do portal Campo Grande News no período pandêmico (2020-2023)”.

Por fim, fechando este dossiê, está o artigo “Integridade da informação: um possível novo conceito para o estudo da desinformação”, de Carlos Alberto Araújo. Nele, o autor analisa o que considera como uma conceituação em potencial a fim de abarcar termos distintos relacionados à desinformação, apontando diferenciações e disparidades epistêmicas dos mesmos.

Três artigos de temática livre fazem parte desta edição: “O fazer jornalismo e a Inteligência Artificial: usos do Chat GPT na produção de notícias”, de Vinícius Sabino, Macri Colombo e Ulysses Varela; “Abra a felicidade com menos marketing: consumos midiáticos e configurações comunicativas de empresas de refrigerantes”, de Lucas Teixeira; e “Para onde fomos, para onde vamos: sentidos dos discursos ambientais do Brasil na Assembleia Geral da ONU (1985-2022)”, de Antonio Rossi e Paolo Demuru.

Na seção de resenhas, Isadora Prestes e Leonardo Maciel contribuem com a leitura crítica do livro “Identidade e Diferença”, de Tomaz Tadeu da Silva; e Juliana Lins e Ana Carolina Maranhão apresentam a resenha de “Desinformação: o mal do século”, de Thaís Mendonça Jorge.

Por fim, há também a entrevista de minha autoria com João Canavilhas, professor da Universidade Beira-Interior (Covilhã), e um dos pesquisadores mais citados no Brasil sobre webjornalismo. Falamos sobre desinformação, os contrapontos do jornalismo profissional e a necessidade de se pensar em um modelo de negócio 360° para o jornalismo.

Espero que você aprecie a leitura desta edição!

Liliane de Lucena ITO
Editora da **Revista Comunicação Midiática**

Doutora em Comunicação e docente do
Departamento de Comunicação Social e do
Programa de Pós-graduação em Comunicação
pela Universidade Estadual Paulista (UNESP)
E-mail: liliane.ito@unesp.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 11-34, jan-jul, 2024

Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas sobre a crise climática

Rio Grande do Sul and the disinformation ecosystem: narratives on the climate crisis

Rio Grande do Sul y el ecosistema de desinformación: narrativas sobre la crisis climática

Thiago Henrique de **JESUS-SILVA**

Doutorando em Comunicação
Universidade Federal do Ceará (UFC)
E-mail: thiago.silva@ufpi.edu.br

Helena **MARTINS**

Doutora em Comunicação
Universidade Federal do Ceará (UFC)
E-mail: helena.martins@ufc.br

Enviado em: 04.jun. 2024

Aceito em: 30.jun. 2024

RESUMO

Este estudo exploratório analisa o conteúdo desinformativo que circulou, no Brasil, acerca da tragédia climática do Rio Grande do Sul, em maio de 2024. Para isso, utiliza o modelo do ecossistema da desinformação de Wardle (2017). Seguindo essa proposta teórica, identifica as principais narrativas desinformativas, os agentes propagadores de desinformação e os canais de disseminação mais utilizados. O primeiro aspecto é detalhado também a partir da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2011). O *corpus* é composto por 39 conteúdos checados pelas agências de fact-checking Agência Lupa e Aos Fatos. A pesquisa discute a relação entre crise e desinformação. Revela que, no caso do Rio Grande do Sul, há predominância de narrativas que minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas, frequentemente associadas a interesses políticos e econômicos.

Palavras-chave: *Análise de conteúdo; Crise climática; Ecossistema da desinformação.*

RESUMEN

Este estudio exploratorio analiza el contenido desinformativo que circuló en Brasil sobre la tragedia climática en Rio Grande do Sul en mayo de 2024. Para ello, utiliza el modelo del ecosistema de desinformación de Wardle (2017). Siguiendo esta propuesta metodológica, identifica las principales narrativas desinformativas, los agentes propagadores de desinformación y los canales de difusión más utilizados. El primer aspecto también se detalla a través del Análisis de Contenido, según Bardin (2011). El corpus está compuesto por 39 contenidos verificados por las agencias de verificación de hechos Agência Lupa y Aos Fatos. La investigación discute la relación entre crisis y desinformación. Revela que, en el caso de Rio Grande do Sul, hay una predominancia de narrativas que minimizan o niegan la ocurrencia del cambio climático, frecuentemente asociadas con intereses políticos y económicos.

Palabras-clave: *Análisis de contenido, Crisis climática, Ecosistema de la desinformación.*

ABSTRACT

This exploratory study analyzes the disinformation content that circulated in Brazil regarding the climatic tragedy in Rio Grande do Sul in May 2024. For this purpose, it uses Wardle's (2017) disinformation ecosystem model. Following this methodological proposal, it identifies the main disinformation narratives, the agents propagating disinformation, and the most commonly used dissemination channels. The first aspect is also detailed through Content Analysis, according to Bardin (2011). The corpus consists of 39 contents checked by fact-checking agencies Agência Lupa and Aos Fatos. The research discusses the relationship between crisis and disinformation. It reveals that, in the case of Rio Grande do Sul, there is a predominance of narratives that minimize or deny the occurrence of climate change, often associated with political and economic interests.

Keywords: *Content analysis; Climate crisis; Disinformation ecosystem.*

Introdução

Em maio de 2024, o estado do Rio Grande do Sul (RS) enfrentou intensas chuvas que resultaram no alagamento de 469 municípios, cerca de 85% do território gaúcho. Segundo o governador do estado Eduardo Leite (Rodrigues, 2024), essa enchente foi considerada a maior tragédia climática da história do RS. Até o dia 01 de junho de 2024, às 9h, o balanço da Defesa Civil do RS registrava mais de 580 mil pessoas desalojadas e mais de 2,3 milhões de afetados.

A crise ambiental e social no RS foi alvo de uma intensa campanha de desinformação, por exemplo, desacreditando os fatos e as respostas oficiais, que dificultou os esforços de resposta e mitigação. Essa situação levou a Advocacia Geral da União (AGU) e as plataformas digitais a assinarem um acordo para combater a divulgação de informações falsas relacionadas às enchentes (Rosa, 2024). A Secretaria de Comunicação Social da Presidência (Secom) estabeleceu o Núcleo de Combate à Desinformação, visando verificar e refutar conteúdos enganosos. Instituições de pesquisa e agências de checagem também alertaram sobre a ocorrência de campanhas de desinformação.

“A desinformação consiste em uma expressão da disputa política que se desenvolve centralmente a partir de uma nova estrutura de mediação social em torno da internet plataformizada, afeita à etapa atual do capitalismo, marcada por crises constantes” (Martins, 2024, p. 332). Como tal, é produzida de forma intencional, a partir de estratégias diversas, que se expressam também em diferentes tipos de conteúdos manipulativos. Embora esse tipo de situação ocorra na mídia tradicional, as campanhas desinformativas ganham particularidades nos ambientes digitais, nos quais “as tecnologias que dão suporte a elas permitem rápida difusão de conteúdos, maior volume, automatização de processos e opacidade em seus fluxos (Martins, 2024, p. 340).

Em relação à questão climática, essa disputa tem se dado de forma acentuada, levando à especificação do conceito de desinformação climática. A coalizão *Climate Action Against Disinformation* (CAAD) define o termo em três aspectos principais. Primeiro, a minimização dos fatos científicos: trata-se de conteúdo que tenta diminuir a importância ou negar a existência das mudanças climáticas e seus impactos, ou que nega a clara influência humana nas mudanças climáticas. Segundo a deturpação de dados científicos: inclui a apresentação distorcida de dados científicos, seja por omissão ou seleção parcial de

informações, visando enfraquecer a confiança na ciência climática, nas instituições dedicadas ao clima, nos especialistas e nas soluções propostas para enfrentar as mudanças climáticas. Terceiro, a promoção enganosa de esforços: refere-se à propaganda falsa de esforços apresentados como apoiadores das metas climáticas, mas que, na realidade, contribuem para o aquecimento global ou contradizem o consenso científico sobre as estratégias de mitigação, ou adaptação às mudanças climáticas.

Procedimentos metodológicos

Diante desse quadro, este artigo explora as formas de desinformação sobre a crise climática no RS, utilizando o modelo do ecossistema da desinformação proposto por Wardle (2017), que auxilia na identificação das estratégias e dos conteúdos desinformativos. Este modelo categoriza a desinformação em sete tipos principais: conexão falsa, falso contexto, manipulação de contexto, sátira ou paródia, conteúdo enganoso, conteúdo fabricado e conteúdo impostor. Especificamente, o artigo visa identificar as principais narrativas desinformativas presentes no contexto gaúcho, os agentes responsáveis por propagar essas desinformações e as plataformas de disseminação mais utilizadas.

O *corpus* é composto por 39 conteúdos desinformativos verificados pelas agências Lupa e Aos Fatos, referentes à enchente ocorrida no RS em maio de 2024. Os dados checados e selecionados são do período de 03 a 27/05/2024. Utilizamos, portanto, uma lista de conteúdos já identificados como desinformativos, amostra que consideramos suficiente para a investigação proposta. Essa opção se dá também pelo interesse principal de desenvolver uma abordagem qualitativa dos materiais. Nesta etapa, a análise do *corpus* foi conduzida seguindo a metodologia da Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2011), que proporciona uma abordagem sistemática e interpretativa das formas de desinformação sobre a crise climática no RS. Esse tipo de análise busca obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores e conhecimentos relativos às condições de variáveis inferidas na mensagem (Bardin, 2011, p. 31).

A análise compreende em três etapas: uma pré-análise inicial envolvendo a leitura dos materiais para familiarização e identificação das principais temáticas; a exploração do material por meio da aplicação de um sistema de codificação baseado nas categorias propostas por Wardle (2017), que incluem tipo de desinformação, narrativa principal, agentes propagadores

e canais de disseminação; e o tratamento dos resultados, que envolveu a organização dos dados codificados em tabelas para facilitar a análise dos padrões e tendências identificados.

A seleção dos 39 conteúdos verificáveis foi conduzida com base em critérios específicos. Em primeiro lugar, considerou-se a relevância, priorizando apenas os materiais diretamente relacionados à enchente de maio de 2024 em RS. Além disso, a autenticidade desempenhou um papel fundamental, com a inclusão exclusiva de conteúdos que passaram por um processo rigoroso de verificação pelas agências Lupa e Aos Fatos. Por fim, o critério de impacto foi considerado, com prioridade para os conteúdos que apresentaram maior potencial de influência na opinião pública e na percepção sobre a crise climática, como maior alcance.

Com esse estudo, objetivamos contribuir para a identificação de padrões de desinformação e a compreensão das motivações por trás delas são essenciais para desenvolver intervenções que promovam a veracidade da informação e fortaleçam a resiliência da sociedade frente à desinformação climática.

Agronegócio, desinformação climática e plataformas digitais: tensionando questões políticas e econômicas

No sistema capitalista, a informação é objeto de disputa histórica. Bolaño (2000) aponta que ela assume um viés de classe já na esfera da produção, quando é organizada de forma hierarquizada e burocratizada. A conformação dos grandes sistemas de comunicação, diz o autor, torna a informação propriamente uma mercadoria, sem que seu conteúdo de classe seja perdido. A informação, portanto, é sempre objeto de tensão, que se revela, segundo Mastrini e Bolaño (1999) e Bolaño (2022), também nas políticas de comunicação e cultura, que refletem frequentemente os interesses das elites econômicas.

Nesse sentido, não se trata de hierarquizar as dimensões econômica e ideológica, mas entendê-las em relação, reconhecendo que as ideias têm uma base material. Para Eagleton (2019), a ideologia é um dos principais instrumentos de instauração e manutenção da hegemonia. Ele argumenta que a ideologia é importante porque molda a maneira como as pessoas pensam e interpretam o mundo, e isso, por sua vez, afeta suas ações e decisões. A ideologia funciona como um filtro através do qual os indivíduos interpretam a realidade, tornando-se uma ferramenta poderosa para aqueles que buscam exercer controle social e político. Assim, a ideologia pode ser usada para conseguir o consentimento das pessoas para

as práticas hegemônicas e para justificar a desigualdade e a opressão. A desinformação climática, nesse sentido, pode ser vista como uma extensão desse processo ideológico, onde informações enganosas são deliberadamente disseminadas para moldar percepções públicas e manipular comportamentos.

Esses interesses estão presentes na forma como as próprias plataformas digitais organizam a circulação da informação, por exemplo, quando a submete ao crivo mercantil do pagamento de impulsionamento (Martins, 2024), bem como nos conteúdos que os diversos grupos produzem e que publicizam a partir delas. Observando esse mecanismo de impulsionamento em torno de conteúdos sobre a questão ambiental, o Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais (Netlab), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), revelou que a Frente Ampla Ruralista (FPA, que reúne parlamentares ruralistas) publicou anúncios em plataformas digitais ao longo de 2023, com conteúdo desinformativo, descontextualizado, distorcido e/ou que minimizava os impactos negativos do setor, visando promover sua agenda política no legislativo (Girardi; Oliveira, 2024). Dos 207 posts patrocinados nas plataformas da FPA, quase metade (94 anúncios, 45%) continha informações que eram categorizadas como desinformativas. Essas publicações enfatizavam frequentemente a necessidade de flexibilizar regulamentações ambientais, minimizavam a responsabilidade do agronegócio no aquecimento global e tentavam distrair o público com argumentos infundados sobre a crise climática.

O agronegócio é uma das principais forças econômicas no RS, e suas práticas são frequentemente associadas a impactos ambientais, como desmatamento, uso intensivo de agrotóxicos e emissão de gases de efeito estufa. Para proteger seus interesses, grandes corporações do agronegócio têm um incentivo claro para patrocinar campanhas de desinformação que negam ou minimizam a crise climática. Oreskes e Conway (2010) apontam que essas corporações muitas vezes empregam estratégias similares às usadas pela indústria do tabaco no passado, financiando pesquisas duvidosas e promovendo narrativas que criam incerteza sobre a ciência climática. Segundo os autores, a disseminação de narrativas que negam ou minimizam a crise climática serve para manter o *status quo* e evitar a adoção de políticas que possam restringir práticas agrícolas insustentáveis.

No caso do agronegócio, seu crescimento no Brasil acompanhou também o da própria Indústria Cultural no Brasil, com o qual mantém aliança histórica, conforme Chã (2019), que detalha que o agro investiu em sua afirmação simbólica, ao mesmo tempo, em que referendou a mercantilização da cultura, por exemplo, por meio do incentivo a duplas

sertanejas comerciais. Como destaca Ortiz (2006), a globalização e a concentração de poder nas mãos de grandes corporações têm um impacto profundo nas culturas locais e nas políticas públicas, frequentemente em detrimento do bem comum. Portugal e Amorim (2021) ressaltam que a interligação entre desinformação e interesses econômicos é uma realidade cada vez mais presente, particularmente no contexto do agronegócio e das mudanças climáticas.

Agora, esse setor vale-se das características próprias das plataformas digitais para promover campanhas de comunicação, como o uso de dados pessoais e a segmentação da audiência, com vistas à disputa da atenção do usuário. As empresas coletam e exploram esses dados para alimentar algoritmos que priorizam o engajamento dos usuários, independentemente da veracidade do conteúdo. Além disso, a distribuição dos conteúdos se dá por meio de sistemas baseados em algoritmos, que são muitas vezes opacos e enviesados. Como os usuários recebem conteúdos com os quais já são identificados, as plataformas tendem a amplificar informações que confirmam as visões preexistentes dos usuários. Como resultado, criam-se bolhas de informação, tornando os indivíduos mais propensos a acreditar e disseminar desinformação.

A desinformação, nesse cenário, virou um negócio lucrativo. Santos Junior (2023, 2024) afirma que o financiamento da desinformação é facilitado por meio de sistemas de publicidade programática, tanto por empresas como a Google e a MGID. A publicidade programática é um modelo automatizado de colocação de anúncios em páginas da web, onde os espaços publicitários são comprados e vendidos em tempo real por meio de plataformas digitais.

Dados de Bozarth e Budak (2021) indicam que a DoubleClick, adquirida pela Google em 2007, é uma fonte principal de receita para diversos portais, o que sugere sua forte presença na monetização de sites que propagam desinformação. Cerca de 61% da receita da desinformação provém dos dez maiores servidores de anúncios, destacando a concentração de lucro nesse setor. O levantamento do *Global Index of Disinformation* (2019) mostra que a Google é a maior fonte de receita para sites de desinformação, prevendo uma receita significativa para milhares de sites. A presença de sistemas de publicidade programática em canais de desinformação levanta questões sobre a responsabilidade dessas plataformas na veiculação de anúncios em sites que propagam informações falsas.

Os produtores de desinformação se aproveitam desse ambiente para atrair usuários para seus conteúdos sensacionalistas e controversos. Além disso, os algoritmos de

recomendação desempenham um papel importante nesse contexto, direcionando os usuários para conteúdos com base em seus interesses e comportamentos passados. Isso pode amplificar a desinformação ao recomendar conteúdos sensacionalistas ou polarizadores, que têm maior probabilidade de gerar engajamento e manter os usuários nas plataformas por mais tempo. Essa combinação da publicidade programática com a economia de atenção e os algoritmos de recomendação cria um ciclo de retroalimentação, onde a desinformação é promovida para atrair a atenção do público, impulsionada por algoritmos que recomendam conteúdos polarizadores e sensacionalistas, e financiada por meio de anúncios programáticos que geram receita com o aumento do engajamento.

Uma investigação conduzida pela *Climate Action Against Disinformation* (CAAD) afirma que o YouTube está lucrando com uma nova onda de negacionismo climático. O relatório identificou uma série de anúncios de empresas como Samsung e Decathlon em vídeos que negam ou minimizam a mudança climática. Esses vídeos têm milhões de visualizações e são responsáveis por gerar receita publicitária para a empresa. A pesquisa indica que mais de 100 anunciantes internacionais teriam sido vistos em vídeos que promovem desinformação climática, incluindo marcas como Apple, Uber e Adobe (Groom, 2024).

Rio Grande do Sul e o ecossistema da desinformação: narrativas em disputas

O presente estudo argumenta que a disseminação de desinformação durante catástrofes climáticas, como a tragédia das chuvas no RS, é influenciada por uma interseção complexa de fatores sociopolíticos, econômicos e tecnológicos. Primeiramente, as narrativas de desinformação durante esses eventos são frequentemente impulsionadas por interesses políticos claros, que visam manipular percepções públicas e minar a confiança nas instituições democráticas. Como destacado por Pontin (Moura, 2024), a extrema-direita, por exemplo, aproveita-se do descontentamento e da desconfiança preexistentes em relação ao governo para promover narrativas de sabotagem estatal, gerando polarização e deslegitimação das autoridades.

Além disso, a disseminação de desinformação durante crises climáticas é facilitada pelo ambiente digital, onde algoritmos de recomendação e segmentação de audiência das plataformas contribuem para a criação de bolhas de informação. Como salientado por Castelfranchi (Moura, 2024), D’Ancona (2018), Keyes (2018) e Segurado (2021), esses algoritmos amplificam o viés de confirmação, levando os usuários a consumirem e confiarem

em conteúdos que reforçam suas crenças preexistentes, mesmo que sejam falsos. Isso cria um ciclo perigoso em que informações falsas são amplamente difundidas entre grupos ideologicamente alinhados, exacerbando a polarização e minando o debate público fundamentado em evidências científicas.

A análise conduzida por Silva *et al.* (2024) destaca ainda que a disseminação de desinformação durante a tragédia climática no RS está intrinsecamente ligada à polarização política e à descredibilização do governo. O aumento significativo de informações falsas nas plataformas durante o evento ressalta a urgência de lidar com esse fenômeno, especialmente considerando seu impacto negativo na percepção pública sobre as políticas ambientais e na capacidade de resposta a futuras crises climáticas.

Durante crises como a enchente no RS, a rápida propagação de informações falsas mediante redes sociais e outros canais digitais encontra terreno fértil em comunidades que já são céticas em relação ao governo. A desinformação, nesse contexto, não apenas desvia a atenção das verdadeiras causas e consequências dos desastres climáticos, mas também solapa os esforços de resposta e mitigação, dificultando a implementação de políticas públicas eficazes.

Wardle (2017) propõe um modelo de ecossistema da desinformação, no qual categoriza sete tipos principais de desinformação, como ilustrada na Figura 1:

Figura 1. Ecossistema da desinformação



Fonte: elaborada pelos autores (2024), conforme Wardle (2017)

O ecossistema da desinformação, conforme descrito por Wardle (2017), oferece uma perspectiva crítica sobre o ambiente intrincado e interconectado em que a desinformação surge, se dissemina e ganha força. Esse conceito destaca como diferentes elementos, incluindo produtores, disseminadores e consumidores de informações falsas ou enganosas, interagem em uma rede complexa. As plataformas digitais desempenham um papel crucial ao servir como veículos para a circulação dessas informações, facilitando sua rápida propagação e amplificação.

Partindo da elaboração da autora, como ilustrado na Figura 1, este estudo busca analisar a desinformação no contexto da crise climática no RS. Para isso, é utilizado um *corpus* de 39 conteúdos desinformativos, durante o período de 03 a 27/05/2024, verificados pela Lupa (2024) e Aos Fatos (2024) selecionados com base em critérios de relevância, autenticidade e impacto. Esses critérios permitiram identificar as peças mais representativas e influentes da desinformação. A Tabela 1 mostra a divisão desses conteúdos, considerando a classificação conforme as categorias explicitadas na Figura 1.

Tabela 1. Classificação das desinformações

Título das checagens	Classificação conforme o ecossistema da desinformação (Wardle, 2017)	Plataformas digitais	Propagadores de desinformação	Links das checagens
Falso que SBT apagou reportagem sobre caminhões com doações no RS	Conteúdo Impostor	Facebook, X e Tik Tok	usuário anônimo	https://abrir.link/nWbkkK
Não há orientação oficial para vítimas das enchentes no RS se cadastrarem na Defesa Civil	Conteúdo Impostor	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/akctH
Vídeo de resgate de criança na Turquia, não no RS	Falso Contexto	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/aREYa
Vídeo de resgate por carregadeira na enchente na China, não no RS	Falso Contexto	X	usuário anônimo	https://abrir.link/RpIxc

É falsa a imagem viral de homem resgatando bebê em rua alagada no RS	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/YKCqR
Vídeo de resgate de criança por civis em enxurrada foi gravado na Turquia, não no RS	Falsa Conexão	YouTube, Instagram e Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/aREYa
É falsa a imagem viral que mostra helicóptero da Havan em resgate no RS	Falsa Conexão	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/kzObI
Foto de Eduardo Leite em show de Ivete Sangalo enquanto RS sofria com enchente é de 2023	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/purJj
Vídeo de Lula sendo vaiado no RS é antigo e foi gravado em março	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/jDqyY
Vídeo de caixões na Turquia não é no RS	Falso Contexto	Kwai	usuário anônimo	https://abrir.link/ndQNY
Vídeo de "Fora Globo" em MG não é no RS	Falso Contexto	Kwai	usuário anônimo	https://abrir.link/NqqMk
Falso que governo federal doou produtos usados para vítimas de enchentes no RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/aRdrQ
Falso que enchentes no RS foram causadas pela abertura de comportas de barragens no rio Taquari	Falso Contexto	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/NmVTi
É falso que ministro Paulo Pimenta não	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ToyL

bebeu água de purificador enviado ao RS				B
É falso que 2 mil corpos foram congelados em frigorífico de Canoas	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/cMPDi
É falso vídeo dizendo que Bolsonaro doou R\$ 17 milhões ao RS	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/BIVPU
É falso que governo federal não quer que Portugal envie doações para o RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/Fnhr a
É falso que Israel enviou 40 aeronaves para o RS	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ZKgdz
É falso que as doações no galpão da Defesa Civil não estão sendo distribuídas no RS	Conteúdo Enganoso	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/ZKgdz
É falso que Luciano Hang enviou mais helicópteros ao RS que a Força Aérea Brasileira	Conteúdo Enganoso	Tik Tok	Bruno Souza (político)	https://abrir.link/wkOKI
É falso que governo Lula patrocinou show da Madonna e deixou de enviar recursos para as vítimas das tragédias no RS	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/roRil
É falso que governo gaúcho está fiscalizando documentação de jet skis e barcos que atuam em resgates	Conteúdo Fabricado	Instagram	Nego Di (influenciador digital)	https://abrir.link/Jobqt
Caminhões com doações não estão	Conteúdo Fabricado	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/GrLf

sendo retirados em postos fiscais do RS				O
É falso que 300 corpos foram encontrados em Canoas durante evacuação	Conteúdo Fabricado	Tik Tok	usuário anônimo	https://abrir.link/HBFxI
É falso que nove pacientes morreram em UTI em Canoas durante inundação	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/mdJrK
É falso que águas da chuva atingiram topo do muro do Cais Mauá	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/fezBQ
Bolsonaro nega ajuda ao RS por não ter sido eleito	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/UfoYh
Falta contexto ao post sobre deputados gaúchos que votaram contra anistia da dívida do Estado	Falso Contexto	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/OyJUu
Daniela Lima não disse que é falso que voluntários estão salvando o RS	Falsa Conexão	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/gaoZF
É falso áudio alarmando sobre apagão em Porto Alegre e região Metropolitana	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/AQGpn
É antigo vídeo que mostra gado sendo carregado pela correnteza em enchente no RS	Falsa Conexão	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/rSPvg
É falso que helicópteros enviados pelo governo federal ao RS não fizeram	Conteúdo Fabricado	X	usuário anônimo	https://abrir.link/QWkox

resgates por não terem ‘teto para voar’				
É falso que Starlink é a única rede de internet disponível para auxiliar resgates no RS	Falsa Conexão	Instagram	usuário anônimo	https://abrir.link/gcGOd
É falso que bombeiros estavam escondendo jet skis em Nova Santa Rita	Conteúdo Enganoso	X	usuário anônimo	https://abrir.link/SDY Cn
É falso que água que chega às torneiras no RS esteja imprópria para consumo	Conteúdo Fabricado	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/DfJQS
Não é do Rio Grande do Sul vídeo que mostra enxurrada invadindo casa. Imagens foram registradas em Goiás	Falso Contexto	Threads	usuário anônimo	https://abrir.link/gKEYY
É falso que vídeo mostre abertura de comportas no RS; imagens são antigas	Falso Contexto	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/jSkfH
É falso que o governo Lula adquiriu “arroz de plástico chinês”	Falsa Conexão	WhatsApp	usuário anônimo	https://abrir.link/hEJSi
Exército não montou tendas para atender equipe do Jornal Nacional no RS	Conteúdo Enganoso	Facebook	usuário anônimo	https://abrir.link/UTLf

Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Os dados analisados revelam uma predominância de desinformações categorizadas, conforme a definição de Wardle (2017), como conteúdo enganoso, falso contexto e conteúdo fabricado. Esses conteúdos apresentam uma peculiaridade: o uso de elementos factuais que, embora existentes, são descontextualizados para dar suporte a narrativas enganosas. Esse fenômeno evidencia que a desinformação não é simplesmente uma mentira, mas sim uma propaganda elaborada que pode incorporar elementos de verdade para se legitimar.

A mescla de verdades parciais com falsidades torna a desinformação uma ferramenta eficaz para aqueles que buscam manipular a opinião pública e manter relações de poder, o que nos leva a compreendê-la como uma forma essencialmente ideológica. Como destacou o teórico da comunicação Thompson (2011), a ideologia está frequentemente ligada a formas de distorcer a realidade para servir a interesses específicos. No contexto da desinformação, isso se traduz na criação de narrativas que, embora baseadas em fragmentos de verdade, servem para perpetuar agendas ideológicas ou políticas.

Ao distorcer a realidade, a desinformação contribui para a manutenção de relações de poder estabelecidas, justificando a desigualdade e a opressão. Por exemplo, narrativas que minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas podem servir aos interesses de grupos políticos, ou econômicos que se beneficiam da falta de regulamentação ambiental. Essas narrativas enganosas são utilizadas para obter o consentimento público para práticas que perpetuam a degradação ambiental e a injustiça social, exemplificando a função hegemônica da ideologia conforme discutida por Eagleton (2019).

A desinformação é, portanto, uma ferramenta ideológica poderosa, empregada para moldar percepções públicas e influenciar opiniões de maneira a favorecer determinados interesses políticos e econômicos. Ela não apenas desinforma, mas também polariza a sociedade, dificultando o consenso e a implementação de políticas públicas eficazes. A análise dos dados revela que a desinformação é disseminada por atores com objetivos específicos, que se beneficiam da confusão e da divisão geradas por essas narrativas.

Essas narrativas desinformativas utilizam dados reais, como estatísticas climáticas ou declarações oficiais, retirados de seu contexto original e apresentados de maneira distorcida. Por exemplo, dados climáticos podem ser usados para sugerir que eventos extremos são normais e não relacionados às mudanças climáticas, ou imagens de desastres podem ser manipuladas para criar uma falsa impressão de incompetência governamental.

A análise revela que muitas das narrativas desinformativas minimizam ou negam a ocorrência de mudanças climáticas. Essas narrativas são frequentemente associadas a interesses políticos e econômicos, especialmente ligados ao agronegócio, que busca evitar regulamentações ambientais mais rigorosas. Além de desviar a atenção das verdadeiras causas da crise climática, essas narrativas exploram momentos de calamidade para ressuscitar linhas de pensamento que estavam submersas por conta de contextos políticos adversos. Ao se

aproveitarem de crises, essas narrativas ganham força, pois encontram uma população vulnerável e mais suscetível a acreditar em teorias que desafiam as explicações oficiais.

No contexto do RS, essa desinformação climática serve a interesses específicos ao criar um ambiente onde regulamentações ambientais são vistas como desnecessárias ou excessivas. Narrativas que negam ou minimizam a crise climática não apenas desafiam a ciência estabelecida, mas também promovem a ideia de que medidas de mitigação são dispensáveis. Isso favorece grupos econômicos que lucram com a ausência de regulamentações mais rígidas, permitindo a continuidade de práticas ambientais prejudiciais sem a interferência governamental.

A utilização da desinformação como uma ferramenta ideológica é especialmente eficaz em momentos de crise, quando a população está mais vulnerável e em busca de respostas rápidas e reconfortantes. As narrativas desinformativas se aproveitam dessa busca para introduzir explicações simplistas que desafiam a complexidade da ciência climática. Ao fazer isso, esses discursos não apenas desinformam, mas também polarizam ainda mais a opinião pública, criando um ambiente onde a desconfiança nas instituições e na ciência pode florescer.

Propagadores de desinformação

Um dos aspectos apontados por Wardle (2017) como necessário para compreender a circulação da desinformação é sua origem de propagação. O levantamento de Marzullo e Caetano (2024) destaca a amplificação de narrativas falsas por políticos e celebridades, atingindo 13,46 milhões de visualizações nas plataformas. Isso evidencia a capacidade de alcance dessas figuras públicas e a influência significativa que possuem sobre a população. A propagação de desinformação por esses agentes é uma estratégia eficaz para manipular a opinião pública e desviar a atenção dos fatos científicos, exacerbando a confusão e a desinformação.

Os influenciadores digitais, conforme Netlab (2024), desempenham um papel central na moldagem das opiniões públicas. Ao utilizar a compaixão gerada pelo desastre ambiental no RS para se autopromover e espalhar desinformação, influenciadores e políticos de extrema-direita estão manipulando emoções para fortalecer suas agendas políticas e desacreditar o governo. A atuação de agentes da extrema-direita como a produtora Brasil

Paralelo, Revista Oeste e Ricardo Felício, que promovem conspirações e negacionismo ambiental, exemplifica como a desinformação é utilizada de maneira coordenada e estratégica. O estudo alega que esses agentes desinformadores disseminam suas narrativas por meio das plataformas digitais. Essa operação multiplataforma também ocorre por meio de conteúdo pago nas publicidades do Meta Ads, que amplificam os discursos desinformativos (Neltlab, 2024).

A análise do *corpus*, no entanto, revela que os principais agentes propagadores de desinformação sobre a crise climática no RS incluem usuários anônimos, sendo 37 entre os 39 conteúdos desinformativos ilustrados na Tabela 1. Além disso, dois conteúdos foram propagados pelo político Bruno Souza e o influenciador digital Nego Di, respectivamente. Esses atores utilizam suas plataformas para espalhar informações falsas ou enganosas, ampliando a confusão pública e manipulando a opinião pública em momentos de vulnerabilidade. A atuação desses agentes é particularmente notável em períodos críticos, eventos climáticos extremos, eleições.

Este fato é significativo e pode ser interpretado que a falta de responsabilidade e consequências é um fator crucial. Usuários anônimos podem espalhar informações falsas sem medo de repercussões legais ou sociais. Essa ausência de responsabilidade permite que indivíduos publiquem desinformação deliberadamente sem sofrer as consequências.

Além disso, a dificuldade na rastreabilidade é uma questão importante. Identificar e rastrear a origem da desinformação se dificulta quando os responsáveis são anônimos, o que complica a aplicação de medidas legais ou administrativas contra os disseminadores. Outro aspecto a considerar é a confiança e credibilidade. Usuários anônimos podem criar conteúdos que parecem confiáveis, mas que, na verdade, são falsos, manipulando a percepção pública. Embora a ausência de uma identidade verificada possa reduzir a credibilidade das informações, muitas vezes isso não é suficiente para impedir a disseminação.

Esses dados corroboram para o argumento de que a desinformação no contexto da crise climática do RS é amplamente disseminada por usuários anônimos que utilizam as plataformas digitais para alcançar um público vasto. As narrativas enganosas, que incluem negação da mudança climática, minimização dos impactos climáticos e atribuição de causas naturais, são promovidas por agentes com interesses políticos e econômicos específicos.

Canal de disseminação

Os conteúdos foram selecionados pelas agências Lupa e Aos Fatos, utilizando um processo que combina monitoramento próprio e envios de usuários da internet. Essa metodologia garante que os dados analisados sejam representativos das principais fontes de desinformação em circulação. Apesar de o *corpus* ser formado a partir dessa seleção específica, ainda é possível aprofundar a discussão sobre os canais de disseminação de desinformação considerando os 39 conteúdos selecionados.

O estudo indica que as plataformas, como WhatsApp, Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), Kwai, Tik Tok e Threads, desempenham um papel significativo na difusão das desinformações. O fato de que o WhatsApp, uma plataforma de mensagens privadas, figurar como a mais mencionada sugere que ela é frequentemente utilizada como um canal para compartilhar informações falsas sem o escrutínio público que outras plataformas podem ter.

Pereira e Coutinho (2022, p. 22) ressaltam para “a de que o WhatsApp se coloca como uma rede social mais fácil de se propagar conteúdos sem fiscalização, se tornando um “inimigo” difícil de ser combatido”. É visto que o WhatsApp permite a viralização rápida de mensagens, fotos e vídeos, superando os filtros de bolhas porque cada usuário constrói sua própria rede, formada por pessoas que, em geral, compartilham interesses comuns em torno do tema do grupo ou possuem relação de proximidade, o que inicialmente aumenta a confiança nos conteúdos.

Diferentemente de outras plataformas, onde é possível excluir conteúdos que violem regras ou disseminem desinformação, no WhatsApp, conforme Pereira e Coutinho (2022), os conteúdos são protegidos por criptografia. Isso dificulta identificar quem iniciou a propagação de uma notícia falsa e dificulta desmentir informações falsas para todos os usuários que as receberam. Esse ambiente facilitou a desinformação sobre máscaras, vacinas, isolamento social, termômetros e outras questões durante a pandemia, levando muitos usuários a acreditarem em conteúdos enganosos. Por outro lado, o presente artigo também compreende que a criptografia impede o uso de dados pelo WhatsApp e a segmentação de mensagens, por exemplo. Além de ser uma reivindicação histórica em torno da privacidade e da proteção de dados.

Além disso, a menção do Facebook e plataformas de vídeo como TikTok e Kwai, indica que a desinformação está presente em uma variedade de plataformas online, não se limitando apenas às redes sociais tradicionais. Isso ressalta a necessidade de uma abordagem abrangente na luta contra a desinformação, que leve em consideração uma variedade de plataformas e métodos de compartilhamento de conteúdo.

Conclusão

O presente estudo, que analisou a disseminação de desinformação durante a crise climática no RS em maio de 2024, revela a complexidade e o impacto profundo desse fenômeno na sociedade contemporânea. Utilizando métodos de análise de conteúdo e categorização conforme o ecossistema de desinformação proposto por Wardle (2017), a pesquisa identificou 39 conteúdos desinformativos verificados pela Lupa e Aos Fatos.

O presente estudo revela que os temas recorrentes na disseminação de desinformação sobre a crise climática no RS incluem a negação da mudança climática, a minimização dos impactos climáticos e a atribuição das causas dos eventos climáticos a fatores naturais, ao invés de ações humanas. Esses temas são frequentemente promovidos por usuários anônimos nas plataformas digitais, como WhatsApp, Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), Kwai, Tik Tok e Threads.

A relação desses temas com grupos econômicos é significativa. Narrativas que negam a mudança climática ou minimizam seus impactos muitas vezes estão alinhadas com os interesses de certos setores econômicos que se beneficiam da manutenção do *status quo* em termos de políticas ambientais. Por exemplo, indústrias que dependem fortemente de combustíveis fósseis, como o petróleo e o gás, podem ter interesse em promover a ideia de que a mudança climática não é uma ameaça real ou urgente. Da mesma forma, setores que podem ser afetados por regulamentações ambientais mais rígidas, como a agroindústria e a mineração, também podem apoiar narrativas que minimizam os impactos ambientais de suas atividades.

Esses temas também se relacionam com o agronegócio. O agronegócio é uma das principais forças econômicas no RS e suas práticas são frequentemente associadas a impactos ambientais como desmatamento, uso intensivo de agrotóxicos e emissão de gases de efeito estufa. Para proteger seus interesses, grandes corporações do agronegócio têm um incentivo

claro para patrocinar campanhas de desinformação que negam ou minimizam a crise climática. Estas corporações frequentemente empregam estratégias similares às usadas pela indústria do tabaco no passado, financiando pesquisas duvidosas e promovendo narrativas que criam incerteza sobre a ciência climática.

A investigação destacou que a maioria das desinformações se enquadra nas categorias de "conteúdo enganoso" e "falso contexto". Esses tipos de desinformação utilizam elementos factuais descontextualizados ou misturados com falsidades, criando narrativas enganosas que são difíceis de contestar rapidamente. Isso evidencia a sofisticação das estratégias de desinformação, que visam não apenas confundir, mas manipular deliberadamente a opinião pública.

A ausência de conteúdos desinformativos classificados como sátira ou paródia sugere que a maioria das informações falsas identificadas não está sendo apresentada de forma claramente humorística ou satírica. Isso implica que os criadores de desinformação estão adotando uma abordagem mais direta e séria na disseminação de informações falsas, buscando enganar os usuários sem deixar espaço para dúvidas quanto à veracidade das informações. Além disso, a falta de conteúdos classificados como manipulação de contexto indica que as informações falsas identificadas não estão sendo apresentadas para distorcer a realidade através da manipulação de elementos factuais. Isso sugere que os criadores de desinformação estão optando por estratégias mais simples e diretas para enganar o público, sem recorrer a técnicas mais sofisticadas de manipulação de informações.

Os principais disseminadores dessas desinformações foram identificados usuários anônimos, que utilizam diversas plataformas para a circulação de conteúdo desinformativo. Nessa amostra, a origem mais frequente foi o WhatsApp. A natureza privada e criptografada desta plataforma e sua relação com a propagação de informações falsas é uma questão que deve ser objeto de estudos posteriores.

A desinformação sobre a crise climática no RS, conforme evidenciado pelos dados analisados, utiliza frequentemente dados reais apresentados descontextualizada para legitimar narrativas enganosas. Esse uso de elementos factuais confere uma aparência de legitimidade ao conteúdo desinformativo, tornando-o mais persuasivo e difícil de contestar. Isso exemplifica como a desinformação funciona como uma forma de propaganda ideológica,

conforme descrito por Eagleton (2019), moldando a compreensão pública de eventos e políticas climáticas de uma maneira que serve a interesses específicos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, M. Publicidade das big techs sob o olhar crítico da Economia Política da Desinformação. **Lumina**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 76–91, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/38155>. Acesso em: mai. 2024.

AOS FATOS, Veja tudo o que já desmentimos sobre as enchentes no Rio Grande do Sul. **Aos Fatos**, 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/informacoes-falsas-enchentes-rs/>. Acesso em: 28. mai. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLAÑO, C. R. S. Economia Política, Globalização e Comunicação. **Novos Rumos**, [S. l.], n. 25, 2022. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/novosrumos/article/view/2047>. Acesso em: 21. mai. 2024.

BOZARTH, L.; BUDAK, C. Market Forces: Quantifying the Role of Top Credible Ad Servers in the Fake News Ecosystem. In: **ICWSM**. p. 83-94, 2021.

CLIMATE ACTION AGAINST DISINFORMATION. The impacts of climate disinformation on public perception. **CAAD**, 2022. Disponível em: <https://caad.info/wp-content/uploads/2022/11/The-Impacts-of-Climate-Disinformation-on-Public-Perception.pdf>. Acesso em: 20. mai. 2024.

CHÃ. A. M. **Agronegócio e indústria cultural**. São Paulo: Expressão Popular Editora, 2018.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Faro Editorial, 2018.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

GIRARDI, G.; OLIVEIRA, R. Bancada ruralista adota “discurso tóxico” em anúncios nas redes sociais, revela estudo. **Agência Pública**, 2024. Disponível em: <https://apublica.org/2024/01/bancada-ruralista-adota-discurso-toxico-em-anuncios-nas-redes-sociais-revela-estudo/>. Acesso em: 20. mai. 2024.

GLOBAL DISINFORMATION INDEX. **The quarter billion dollar question**: how is disinformation gaming Ad Tech?, 2019. Disponível em: <https://disinformationindex.org/wp-content/uploads/>. Acesso em: 24. mai. 2024.

GROOM, N. Youtube lucra com nova geração de negacionismo climático. **Folha de S. Paulo**, 2024. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2024/01/youtube-esta-lucrando-com-nova-cruzada-de-negacionismo-climatico-diz-grupo-de-monitoramento.shtml>.

Acesso em: 24. mai. 2024.

KEYES, R. **A era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. São Paulo: Vozes, 2018.

LUPA. Doações repetidas e corpos encontrados: veja o que já checamos sobre as enchentes no RS. **Agência Lupa**, 2024. Disponível em:

<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/05/06/doacoes-retidas-e-corpos-encontrados-veja-o-que-ja-checamos-sobre-as-enchentes-no-rs>. Acesso em: 20. mai. 2024.

LOPES, R. Estudo inédito da UFRJ aponta as principais "fake news" sobre a tragédia da chuva no RS. **GauchaZH**, 2024. Disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rodrigo-lobes/noticia/2024/05/estudo-inedito-da-ufjr-aponta-as-principais-fake-news-sobre-a-tragedia-da-chuva-no-rs-clwaopesx00d9014eyuczbrwi.html>. Acesso em: 20. mai. 2024.

MARTINS, H. A desinformação em meio à crise do capitalismo e à configuração de uma nova estrutura de mediação social. **Eco-Pós**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. 330–352, 2024.

Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28045.

Acesso em: jun. 2024.

MARZULLO, L.; CAETANO, G. Eixo da desinformação: políticos amplificam nas redes fake news sobre RS contestadas por autoridades. **O Globo**, 2024. Disponível em:

<https://abrir.link/UBxPc>. Acesso em: 20. mai. 2024.

MASTRINI, G.; BOLAÑO, C. **Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina**: hacia una economía política de la comunicación. Editorial Biblos, 1999.

MOURA, J. Fake news viram arma política na tragédia climática do RS. **DW**, 2024.

Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/fake-news-viram-arma-pol%C3%ADtica-na-trag%C3%A9dia-clim%C3%A1tica-do-rs/a-69123299>. Acesso em: 20. mai. 2024.

Acesso em: 20. mai. 2024.

NETLAB. Enchentes no Rio Grande do Sul: uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático. **Netlab**, 2024. Disponível em:

<https://netlab.eco.ufrj.br/post/enchentes-norio-grande-do-sul-uma-an%C3%A1lise-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-multiplataforma-sobre-o-desastre-clim%C3%A1ti>. Acesso em: 20. mai. 2024.

PERREIRA, G. T.; COUTINHO, I. M. S. WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 1, p. 1-22, 2022. Disponível em:

<https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5916/5591>. Acesso em: mai. 2024.

RODRIGUES, A. Governador do RS alerta para "maior desastre da história" do estado. **Agência Brasil**, 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-05/governador-do-rs-alerta-para-maior-desastre-da-historia-do-estado>. Acesso em: 25. mai. 2024.

ROSA, J. AGU e plataformas digitais assinam acordo para combater fake news sobre o RS. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/agu-e-plataformas-digitais-assinam-acordo-para-combater-fake-news-sobre-o-rs/>. Acesso em: 23. mai. 2024.

SANTOS JUNIOR, M. A. Financiando a desinformação: análise dos sistemas de publicidade durante a eleição de 2022. **Anais do 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política**, 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT7_Alves_Dos_Santos_Junior-Marcelo-Alves-Dos-Santos-Junior.pdf. Acesso em: 20. mai. 2024.

SANTOS JUNIOR, M. A. Estudo exploratório do financiamento da desinformação na web: fraudes, apostas, trading e clickbaits. **Contracampo**, n. 43, n. 1, p. 1-16, 2024. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v43i1.56987>. Acesso em: 21. mai. 2024.

SEGURADO, R. **Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet**. Hedra, 2021.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PORTUGAL, A.; AMORIM, G. Agronegócio, desinformação e a fome no Brasil. **CartaCapital**, 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/agronegocio-desinformacao-e-a-fome-no-brasil/>. Acesso em: 28. mai. 2024.

WARDLE, C. Fake news. It's complicated. **First Draft News**, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: 21. mai. 2024.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

THIAGO HENRIQUE DE JESUS-SILVA

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (PPGCOM/UFC). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI), sendo bolsista CAPES. Autor do livro "Bolsonaro e a COVID-19: desmascarando a desinformação", pela EDUFPI; e dos manuais "Arriégua! Ói as Fake News: Manual de Checagem" e "É caroço as fake news: Manual de checagem nortista". Integrante do grupo de pesquisa Jornalismo, Mídia, História e Poder - JOMIHIP; do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Estratégias de Comunicação (NEPEC/UFPI) e do Laboratório de pesquisas em Economia, Tecnologia e Políticas de Comunicação (TELAS/UFC). Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário de Ciências e Tecnologia do Maranhão - UNIFACEMA. Conselheiro da COAR Notícias. Pesquisas voltadas para o eixo: mídia, política e Análise de Discurso Crítica (ADC), com ênfase nos conceitos de fake news, pós-verdade, desinformação, fact-checking, discurso, educação midiática, plataformas digitais e Economia Política da Comunicação e da Desinformação.

E-mail: thiago.silva@ufpi.edu.br

ELENA MARTINS

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará - UFC. Coordenadora do Telas - Laboratório de Economia, Tecnologia e Política da Comunicação.

E-mail: helena.martins@ufc.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 35-53, jan-jun, 2024

Comunicação pública e desinformação: mitigação de danos à democracia diante de eventos climáticos extremos

Comunicación pública y desinformación: mitigar el daño a la democracia ante eventos climáticos extremos

Public communication and disinformation: mitigating damage to democracy in the face of extreme climate events

Sara FEITOSA

Pós-doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora na Universidade Federal do Pampa (Unipampa). E-mail: sarafeitosa@unipampa.edu.br

Enviado em: 03/07/2024

Aceito em: 23/07/2024

RESUMO

Este artigo analisa a crise de desinformação durante eventos climáticos extremos no Brasil, com foco nas enchentes no Rio Grande do Sul em maio de 2024. A crise socioambiental é acompanhada por uma crise de desinformação, exacerbada pela circulação de conteúdos falsos durante emergências, como aconteceu durante a pandemia de Covid19, em 2020. O texto argumenta que a desinformação faz parte do confronto político contemporâneo e propõe ações de Comunicação Pública para mitigar seus efeitos durante e após crises climáticas. A partir de dados primários (observação em perfis de agências de checagem) e dados secundários coletados pelo NetLab/UFRJ e Instituto Democracia em Xequê, o artigo contextualiza a calamidade pública das enchentes no RS, apresenta dados e narrativas de desinformação durante o evento das enchentes, mapeia problemas na Comunicação Pública durante o desastre e sugere sete boas práticas de CP para combater a desinformação em crises climáticas.

Palavras-chave: *Crise do clima; Enchentes no RS; Desinformação; Comunicação Pública.*

RESUMEN

Este artículo analiza la crisis de desinformación durante fenómenos meteorológicos extremos en Brasil, con especial atención a las inundaciones en Rio Grande do Sul en mayo de 2024. La crisis socioambiental va acompañada de una crisis de desinformación, exacerbada por la circulación de contenidos falsos durante las emergencias, como ocurrió durante la pandemia de Covid-19 en 2020. El texto sostiene que la desinformación forma parte de la confrontación política contemporánea y propone acciones de Comunicación Pública para mitigar sus efectos durante y después de las crisis climáticas. A partir de datos primarios (observación de los perfiles de las agencias de noticias) y secundarios recogidos por NetLab/UFRJ y el Instituto Democracia en Xque, el artículo contextualiza la calamidad pública de las inundaciones en Rio Grande do Sul, presenta datos y narrativas de la desinformación durante el evento de las inundaciones, mapea los problemas en la Comunicación Pública durante el desastre y sugiere siete buenas prácticas de PC para combatir la desinformación en las crisis climáticas.

Palabras-clave: *Crisis climática; Inundaciones en Rio Grande do Sul; Desinformación; Comunicación Pública.*

ABSTRACT

This article analyzes the disinformation crisis during extreme weather events in Brazil, with a focus on the floods in Rio Grande do Sul in May 2024. The socio-environmental crisis is accompanied by a disinformation crisis, exacerbated by the circulation of false content during emergencies, as happened during the Covid-19 pandemic in 2020. The text argues that disinformation is part of the contemporary political confrontation and proposes Public Communication actions to mitigate its effects during and after climate crises. Based on primary data (observation on the profiles of news agencies) and secondary data collected by NetLab/UFRJ and the Instituto Democracia em Xequê, the article contextualizes the public calamity of the floods in Rio Grande do Sul, presents data and narratives of disinformation during the flood event, maps problems in Public Communication during the disaster and suggests seven good PC practices to combat disinformation in climate crises.

Keywords: *Climate crisis; Floods in Rio Grande do Sul; Disinformation; Public communication.*

Introdução

Eventos climáticos extremos têm sido mais frequentes e com maior poder de destruição nas últimas décadas. Em 2022 mais de 100 pessoas morreram em Pernambuco em consequência das fortes chuvas, a maior tragédia no estado em 50 anos. No mesmo ano, chuvas extremas em São Sebastião (SP), e em Petrópolis (RJ), causaram mortes e deixaram a população sobrevivente com danos materiais e emocionais. Em 2023, a Amazônia sofreu com seca histórica, enquanto o Rio Grande do Sul teve duas cheias expressivas no Vale do Taquari em setembro e novembro.

Entre o final de abril e maio de 2024, os gaúchos viram mais de 60% do seu território devastado por enchentes. Vale lembrar que o estado também passou por estiagem em parte do seu território por três anos seguidos, em 2021, 2022 e 2023. Na esteira destes fenômenos que evidenciam as mudanças no clima, não se pode deixar de citar as ondas de calor que atingiram o Brasil e que, só em 2023, somaram nove, segundo o Instituto Nacional de Meteorologia (INMET). Em maio de 2024, enquanto o RS sofreu com enchentes extremas, o restante do Brasil viveu a quarta onda de calor. 2023 foi o ano mais quente da história, conforme a Organização Meteorológica Mundial (OMM), com a temperatura média global 0,70°C acima da média de 1991-2020 e 1,58°C acima da média pré-industrial, segundo o observatório europeu Copernicus.

Mas a crise não é só no clima. Pelo menos desde 2016¹, o planeta tem observado um ciclo crescente de desinformação (Delmazo, Valente, 2018). Durante os episódios de enchentes no RS em 2024 observou-se ampla circulação de conteúdos desinformativos (Salles; Santini, et al, 2024). Informação de qualidade é fundamental na vida das sociedades; em situações de emergência, como durante a pandemia de Covid-19 e em eventos da crise climática, a informação pode significar salvar vidas. Deste modo, entende-se estar diante de crises conexas e que parte da responsabilidade da avalanche de desinformação que caracteriza o contemporâneo está na infraestrutura técnica das plataformas de interação digitais (Cesarino, 2022) e uma alteração no estatuto da verdade no mundo (Mendonça *et al*, 2023). Além disso, somam-se as teorias conspiratórias, o negacionismo climático e erros na comunicação de governos, configurando um grande desafio para a Comunicação Pública

¹ A bibliografia sobre o tema tem apontado dois eventos como marco do fenômeno da desinformação contemporânea: o referendo sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia e as eleições presidenciais nos Estados Unidos, ambos em 2016. (Bennet; Livingston, 2018).

(CP) e para a governança em contextos de crise causadas por eventos climáticos, como os ocorridos em maio de 2024 no Rio Grande do Sul.

O texto se propõe a contextualizar os efeitos da desinformação durante uma crise de eventos extremos do clima, como as enchentes no RS, e, a partir do argumento de que a desinformação pode ser pensada "como parte do repertório de confronto político contemporâneo" (Mendonça, *et al*, 2023, p. 236) propor ações de Comunicação Pública na mitigação dos efeitos da desinformação durante e pós eventos extremos do clima. A desinformação é compreendida aqui como resultante de práticas sociais que fazem parte de um fenômeno cultural maior, onde os significados são disputados para atender a interesses próprios (Oliveira, 2020).

Estruturado em tópicos, nas duas seções iniciais apresenta-se uma contextualização da calamidade pública a partir das enchentes no RS em maio de 2024, com ênfase na disseminação de desinformação. Para isso, utiliza-se levantamento realizado pelo Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (NetLab/UFRJ), coordenado por Débora Salles e R. Marie Santini (2024), e do Instituto Democracia em Xeque. Além de observação de material distribuído nas redes sociais para identificar os diferentes tipos de desinformação em circulação durante as enchentes no RS. Na terceira seção, utiliza-se a bibliografia consolidada na área e o mapeamento de exemplos empíricos da Comunicação Pública dos entes municipais, estadual e federal durante maio de 2024 sobre o desastre climático no RS, observando especialmente aspectos ligados ao que Weber e Locatelli (2023) denominam de "ordem estratégica" da comunicação governamental e as tipologias de CP propostas por Miola e Marques (2017). Por fim, elencam-se sugestões de boas práticas de Comunicação Pública e mitigação dos efeitos da desinformação diante de eventos de crise climática.

Desinformação em massa. Um caminho sem volta?

"Não há dúvida de que o estatuto dos fatos na vida pública está hoje em dia ameaçado²", sentencia Noortje Marres (2018) no artigo "Por que não podemos ter nossos fatos de volta". A autora defende que não se deve querer os "nossos fatos de volta", mas desenvolver estratégias para assegurar um papel central para o conhecimento na vida pública. Para Marres (2018), tais estratégias devem ser guiadas pela percepção de que, nas sociedades digitais de hoje, houve uma reconfiguração da categoria "fato público". No texto "*Fake News* e o

² There is no doubt that the status of facts in public life is under threat today. (do original).

repertório contemporâneo de ação política”, Ricardo Mendonça, Viviane Freitas, Camilo Aggio e Nina Santos, argumentam que o fenômeno da desinformação³ deve ser pensado "como parte do repertório contemporâneo de confronto político" (2023, p. 236). O argumento dos autores orienta este artigo, que toma como estudo empírico o desastre climático no RS, de maio de 2024, e a proliferação de desinformação⁴ simultânea ao evento socioambiental.

O tema *Fake News* e Desinformação é amplamente estudado na atualidade, embora não seja uma novidade na vida em sociedade (Burke, 2016; 2018; Darnton, 2017). Muitas das análises partem de um viés funcionalista, no qual "um produtor emite uma mensagem, a partir de uma estrutura textual própria, que vai ser decodificado pelos sujeitos, como uma ordem natural do processo comunicativo" (Oliveira, 2020, p.4). Outros autores (Albuquerque, 2021; Moretzsohn, 2019) problematizam a ideia que considera existir uma linha divisória na qual o jornalismo profissional seria a exclusiva fonte para a informação confiável. Moretzsohn (2019) argumenta que o jornalismo foi e continua a ser a origem de muita informação inverídica ou deturpada. Vale ressaltar que, em anos recentes, houve uma alteração no estatuto da verdade a partir do que se convencionou chamar de "pós-verdade"⁵, associado a uma infraestrutura técnica, motivações individuais (Gobarch, 2018), interesses de grupos políticos - com prevalência do espectro de extrema direita, mas não exclusivamente - e interesses econômicos de *big techs* que impulsionam a disseminação de material desinformativo (Cesarino, 2022; D'Andrea, 2023).

Desse modo, observa-se uma conexão que envolve os campos da produção, recepção e circulação de desinformação, articulada com interesses econômicos e ideológicos. Como já apontado na literatura, há indivíduos e organizações sem qualquer objetivo político, mas com interesses econômicos que produzem e disseminam desinformação (Bennett; Livingston, 2018; Mendonça, *et al*, 2023). No levantamento realizado por pesquisadores do NetLab/UFRJ, foram identificados, entre 06 a 08 de maio de 2024, 351 anúncios

³ Os autores utilizam o termo Fake News, no entanto, para o presente trabalho utiliza-se "desinformação" para designar ações de produção e disseminação de informação errada proposital ou não.

⁴ Embora o conceito de desinformação seja utilizado neste estudo, vale ressaltar que se entende - alinhado a outros autores (Oliveira, 2020; Albuquerque, 2021) - a importância de desenvolver novos quadros analíticos que possam abordar as disputas sobre a informação para além do viés da intencionalidade ou desordem informacional.

Pós-verdade refere-se a ideia em que "algo que aparente ser verdade é mais importante que a própria verdade". Para alguns autores, a pós-verdade é simplesmente um eufemismo para mentira, fraude ou falsidade, que ocultaria a tradicional propaganda política.

fraudulentos associados às enchentes no RS (Salles; Santini, *et al* 2024). Os autores consideram anúncios fraudulentos aqueles conteúdos pagos e promovidos que utilizam técnicas de engenharia social para divulgar produtos ou informações falsas, com o objetivo deliberado de obter ganhos financeiros ilícitos e causar prejuízos materiais e morais a outras pessoas. (Salles; Santini, *et al*, 2024). Esses dados só complexificam a compreensão do fenômeno da desinformação, pois não se trata apenas de recursos utilizados por grupos extremistas na disputa política, nem tão pouco uma aversão à perícia e aos especialistas (Marres, 2018) - embora estes sejam elementos constitutivos do problema.

Nos primeiros dias do evento de chuvas extremas no RS, observou-se uma proliferação de material desinformativo, fraudulento ou narrativas conspiratórias que "explicariam" a tragédia, além de refutar a relação das chuvas em excesso com as mudanças no clima. São conteúdos que vão desde "alertas de apagão geral na cidade de Porto Alegre"⁶, "chuva artificial como causa das enchentes, *lockdown* climático, as chuvas como resultado de arma ultrassecreta chamada HAARP", dentre outras⁷. A equipe do NetLab/UFRJ coletou publicações de desinformação em redes sociais veiculadas entre os dias 27 de abril e 10 de maio. O objetivo do estudo, segundo os autores, foi "analisar a desinformação envolvendo a emergência climática no Rio Grande do Sul em publicações nas redes sociais, bem como fraudes e golpes em anúncios do Meta Ads" (Salles; Santini, *et al*, 2024, p.4). As agências de *fact-checking* - Lupa e Aos Fatos - bem como o jornalismo profissional (GZH, Correio do Povo, RBSTV), além de iniciativas de *fact-checking* como verifica RS e Mentira tem preço, dedicaram atenção para desmentir boatos e desinformação em relação às enchentes. Esta prática de desmentir desinformação envolvendo o evento das chuvas também ocupou assessorias de imprensa dos governo⁸ federal, estadual e de municípios atingidos pelas enchentes. Do ponto de vista da informação, como observa D'Angelo (2024), o cenário das enchentes no RS se assemelha aos ataques às escolas, pandemia de Covid-19 e campanhas eleitorais. Isso porque a produção e disseminação de informações falsas, desconstruídas, descontextualizadas provocam danos à vida das pessoas e atrapalham a ação e reação das instituições públicas - constituindo-se, portanto, em um problema para a comunicação pública (Weber; Locatelli, 2023).

⁶ [Postagem da agência Lupa](#) sobre áudio que dava alerta de apagão em Porto Alegre Lupa.

⁷ Entre os dias 3 a 29 de maio era possível contar 46 postagens de verificação sobre as enchentes no Rio Grande do Sul no perfil da Agência Lupa no Instagram.

⁸ Vale observar que as assessorias de imprensa de governos não realizam *fact-checking*, isso porque há uma metodologia específica que orienta a checagem de fatos e um dos critérios é a isenção, que por questões óbvias não cabe quando tratamos de assessoria de imprensa ou comunicação.

Pesquisadores do Instituto Democracia em Xeque realizaram o estudo "Narrativas e desinformação no contexto do desastre" no RS. O relatório apresenta dados de pesquisa de escuta social (*social listening*) em redes abertas; coleta de termos mais utilizados nas redes Facebook, Instagram, YouTube, X/Twitter e TikTok; e, análise das principais narrativas encontradas no Telegram (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024). Na semana 07 a 13 de maio de 2024, foi identificado 7,7 milhões de publicações mencionando as enchentes e regiões afetadas, com 71,1 milhões de engajamento destas mesmas postagens nas diferentes redes. Na semana 14 a 21 de maio, foi identificado 3,5 milhões de publicações mencionando as enchentes e regiões afetadas, com 27,8 milhões de contas atingidas. Os números apresentam uma queda na produção de conteúdos entre a primeira e a segunda semana observadas, no entanto, como indicam os autores, "ainda é considerado um alto volume e pauta predominante na agenda política do país". (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024, p. 6).

A partir dos estudos do NetLab/UFRJ (Salles; Santini, *et al*, 2024) e Instituto Democracia em Xeque (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024), além da observação de perfis de agências de checagem (Verifica RS e Mentira tem preço) e veículos tradicionais do jornalismo, como citado antes, parece não deixar dúvidas de que a desinformação é parte do cotidiano contemporâneo. E mais, a observação das narrativas de desinformação identificadas pelos dois grupos de pesquisadores, serve de sustentação para o argumento de que a compreensão do fenômeno da desinformação "é central para o entendimento da política contemporânea" (Mendonça, *et al* 2023, p. 256). Não cabe aqui um retorno às discussões já feitas sobre o que é *Fake News*, Desinformação e o debate em torno das diversas formas de nomear tal fenômeno (Carlson, 2018; Costa, 2018; Wardle, Derakshan, 2017), tão pouco buscar-se-a identificar os fatores que contribuem para sua profusão e consequências na vida social e política (Wainberg, 2018; Gorbach, 2018; Cesarino, 2022), pois já há bastante literatura que se debruça sobre todos esses aspectos. O caminho aqui vai no sentido de, a partir de exemplos empíricos envolvendo a onda de desinformação durante os eventos do clima no RS, pontuar nuances do fenômeno que parece se estender em uma escala que vai da desinformação típica e suas variações (Oliveira, 2020; Reijnders, 2019), tratadas neste tópico, até erros na Comunicação Pública que, em alguma medida, contribui com a desinformação e gera prejuízo social - aspecto abordado mais adiante.

O estudo do Instituto Democracia em Xeque acompanhou 150 grupos e canais no aplicativo mensageiro Telegram. Nestes, foi identificado cinco narrativas de desinformação sobre as enchentes: "1) Críticas às medidas do governo federal; 2) Secretaria da reconstrução e Paulo Pimenta; 3) Críticas ao governador e prefeito; 4) Anistia da dívida do RS; 5) O povo

pelo povo (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024). Aqui o foco será na *hashtag* #opovopelopovo que aparece também como #civilsalvacivil. A escolha desta narrativa para análise se justifica porque parece ser um aspecto do fenômeno da desinformação que reforça o argumento deste texto, ou seja, a desinformação é parte do repertório da disputa política na sociedade contemporânea e as narrativas de desinformação nem sempre são enredos conspiratórios de fácil identificação.

A narrativa "o povo pelo povo" e a equivalente "civil salva civil" utiliza um fato, ou seja, é verdade que a sociedade civil se mobilizou para o processo de resgate e acolhimento da população atingida pelas cheias, mas é mentira que o Estado (união, estado e municípios) não agiu ou foi ineficiente no quadro de emergência. Como pontua o estudo do Instituto Democracia em Xequê, "A narrativa [o povo pelo povo] pretende contrastar o grande protagonismo de voluntários com uma ideia de ineficiência do Estado para lidar com a questão, reforçando uma mobilização anti sistema" (Chiodi; Capone; Costa; *et al*, 2024, p. 33). Os autores explicam que o mesmo lema é aproveitado em outros temas importantes da agenda política da extrema direita, como a votação do Projeto de Lei "da Globo"⁹ e contra a reforma tributária. Uma postagem do perfil "Mentira tem preço" no Instagram explica onde está a desinformação no uso da *hashtag* "civil salva civil", que espelha a ideia da narrativa "o povo pelo povo" e aponta os responsáveis pela sua disseminação. Na figura 1, há a apresentação de montagens em que houve uso de Inteligência Artificial, evidenciando o heroísmo da ação dos civis. Na figura 2, há a explicação de onde está a desinformação no uso dessa *hashtag*. Nos comentários da postagem, é possível identificar que algumas pessoas entendem que o serviço de checagem feito pelo "Mentira tem preço" é desinformação. Esses comentários parecem cristalizar a perda dos parâmetros de discernimento do que são fatos e do que são convicções, opiniões, pontos de vista.

Figura 1: print de postagem do @mentiratempreco sobre #civilsalvacivil

⁹ O PL 8.889/2017 também conhecido como "PL dos streamings" prevê cotas de conteúdos nacionais nas plataformas de conteúdo audiovisual por demanda (Video on Demand ou VoD). O argumento de quem se opõe ao PL é que ele representa censura às big techs e à produção de conteúdos nas redes sociais.



Fonte: Instagram perfil Mentira tem preço

Figura 2 - print de postagem do @mentiratempreco sobre desinformação



Fonte: Instagram perfil Mentira tem preço

Para Mendonça, *et al* (2023, p. 244), "a ubiquidade da desinformação torna particularmente infrutífero pensar os casos isolados sem levar em conta o contexto mais amplo em que a própria ideia de verdade parece perder força normativa". Segundo os autores, o novo não é a presença da mentira, mas a formação de um cenário em que se aceita socialmente a ideia de que verdades e mentiras não são tão claramente distintas e frequentemente se misturam. Desse modo, desinformação que parte de um fato - a sociedade civil se mobilizou em apoio às vítimas dos eventos extremos do clima no RS - e constrói um enredo e interpretação sobre esse fato de modo a mobilizar argumentos anti sistema e disseminar uma perspectiva enganosa deste fato complexifica o cenário, exigindo das audiências habilidades mais sofisticadas para compreensão do fenômeno.

Ao sugerir que se considere a disseminação de desinformação como parte das táticas atuais de confronto, o objetivo não é legitimar essa prática. Reconhece-se que a crise epistêmica é real e traz consequências desastrosas para a sobrevivência da democracia (Mendonça, *et al* 2023; Bennett; Livingston, 2021). Também não se nega a necessidade de empreendimentos que possam fazer frente a este cenário, como recursos técnicos para constranger a circulação de desinformação; ações de educação midiática; antídotos legais e políticos que passam por uma legislação específica; recursos jornalísticos como os serviços de *fact-checking*. No entanto, todas essas medidas devem ser encaradas como ações de mitigação, posto que parece ilusório um retorno ao contexto anterior em que o estatuto de verdade e a confiança em sistemas peritos prevalecia (Giddens, 2002; Miguel, 2022).

O conceito de repertório diz respeito "ao leque de táticas de ação disponíveis para atores que participam de confrontos em momentos históricos específicos" (Mendonça, *et al* 2023, p. 249). Os autores sugerem que muitos atores no cenário político e social contemporâneo acreditam ser viável como tática de confronto na esfera pública produzir e fazer circular mentiras.

Um evento específico nas enchentes no RS é exemplar deste aspecto de que fala os autores. Em 26 de maio, moradores do bairro Mathias Velho, em Canoas, foram orientados por militares a evacuar a área imediatamente por conta do suposto rompimento do dique, o que inundaria a região, no entanto, o alerta mostrou-se falso¹⁰. O que o Exército, em nota, descreveu como um erro de procedimento evidencia o encontro da desinformação e a comunicação pública, tópico tratado a seguir.

Erros na comunicação pública no contexto da catástrofe

Para Maria Helena Weber e Carlos Locatelli (2023) a Comunicação Pública¹¹ (CP) - especificamente aquela produzida pelo Estado republicano - constitui-se em indicador da qualidade da democracia. Sob esta perspectiva observa-se neste tópico a CP empreendida durante os eventos de chuvas extremas no RS, em maio de 2024. O argumento é que em um cenário de crise socioambiental e incidência de grande volume de desinformação - como

¹⁰ [Militares do exército fazem falso alarme de evacuação em Canoas e são afastados](#)

¹¹ Entende-se Comunicação Pública a partir de Duarte (2012), referindo-se à comunicação que ocorre no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais em temas de interesse público e focada na garantia do direito social, tanto coletivo quanto individual, ao diálogo, à informação e à expressão. Dessa forma, realizar comunicação pública significa adotar uma perspectiva cidadã na comunicação sobre temas de interesse coletivo. No caso deste artigo o foco está na CP realizada pelo Estado/governo (Brandão, 2012; Weber, Locatelli, 2023).

observado neste trabalho - a CP é ainda mais relevante, exigindo clareza, objetividade e assertividade na comunicação de orientação à população. Entende-se que a Comunicação Pública tem um papel normativo e é fundamental para a democracia, pois aumenta a transparência do estado republicano ao criar mediações e relações com a sociedade e o mercado, além de valorizar a opinião pública e diferentes públicos através da circulação de informações de interesse público (Weber, Locatelli, 2023).

Considerando as sete dimensões da democracia (Mendonça, 2018) - a autorização popular, participação, monitoramento do poder, promoção da igualdade, pluralismo, debate de opiniões, e defesa do bem comum - a comunicação pública do estado não apenas reflete essas dimensões, mas também as reforça ao garantir a circulação de informações de interesse público, essencial para a formação de uma opinião pública informada e ativa. Em tempos de crise, essa comunicação deve ser especialmente clara, precisa e acessível, pois dela depende a capacidade da população de responder de maneira adequada e informada.

Durante os momentos mais críticos da catástrofe no RS, a partir de pesquisa de observação e documental, foram identificados problemas e até mesmo erros na CP. Raquel Recuero (2024), no calor dos acontecimentos, delineou em blog no Medium "Recomendações para lidar com a desinformação na mídia social em momentos de crise" (s/p). Este artigo é, em certa medida, devedor das ideias lançadas pela pesquisadora naquele momento. Como observa Recuero, "numa crise, como a das enchentes, onde é preciso tomar decisões rápidas, há medo e urgência no acesso à informação". Nesse cenário, a Comunicação Pública não deveria cometer erros. A seguir aponta-se problemas identificados na CP ao longo de maio no RS e, posteriormente, elenca-se sugestões para mitigar os efeitos da desinformação e colaborar com uma CP mais assertiva.

A demora na comunicação pode agravar a situação ao deixar a população sem informações sobre ações imediatas necessárias para sua segurança, como evacuações e onde se abrigar. Em 06 de maio, um vídeo do prefeito de Porto Alegre, Sebastião Melo, nos perfis de redes sociais oficiais do município, comunicando o desligamento das bombas de drenagem da rótula das cuias e a necessidade de evacuação dos bairros Cidade Baixa, Menino Deus e parte do Centro Histórico¹². A falha se deu em relação ao horário desta comunicação, pois as bombas foram desligadas por volta das 11h30 e o vídeo informando a necessidade de evacuação foi divulgado às 15h. Desde o início da tarde, 13h, já havia relatos de água

¹² Na sexta, 03 de maio, a parte mais baixa e mais próxima do Guaíba do Centro Histórico já havia sido inundada, mas outras partes mais próximas do bairro Cidade Baixa ainda estavam secas.

entrando em ruas do bairro Menino Deus. A falha na comunicação se repetiu em 23 de maio¹³, quando novo evento de fortes chuvas provocou alagamento em bairros da cidade.

A demora na comunicação relatada é consequência de um erro anterior na CP, ou seja, a falta de coordenação e transmissão de informações entre diferentes órgãos do estado e de setores de serviços públicos que estão sob coordenação do setor privado. No caso específico, faltou comunicação entre a CEEE Equatorial - concessionária de energia elétrica que abastece Porto Alegre - e a sala de gestão de crise e órgãos públicos como o DMAE (Departamento Municipal de Água e Esgoto), segundo admitiu o Prefeito em coletiva à imprensa¹⁴.

Eventos assim produzem na sociedade a percepção de ineficiência e falta de transparência na CP, o que pode levar à perda de confiança nas autoridades, dificultando a cooperação durante crises agudas e em etapas posteriores, como na recuperação de desastres e prevenção futura. A divulgação pelo governo do estado de um Pix de entidade privada para doações às vítimas das cheias é outro exemplo de ação que mina a confiança e abre espaço para desinformação, além de ser um problema de transparência, constituindo outro erro de CP. No caso do Pix divulgado pelo governo, gerido por um comitê de órgãos públicos e entidades civis, o erro está na comunicação fragmentada e na falta de esclarecimentos sobre a quem se destinava a arrecadação, as razões de uma entidade privada ser responsável pela conta e quem iria gerir os recursos. Essa falta de transparência gerou boatos e especulações sobre os recursos arrecadados.

O governo federal também teve sua cota no que diz respeito a problemas na CP durante as chuvas no RS. A decisão inicial de manter a realização da prova do chamado Enem dos Concursos¹⁵, que seria realizada em 05 de maio, causou apreensão tanto entre candidatos moradores do RS quanto para aqueles espalhados pelas demais unidades da federação. Apenas na sexta (03 de maio) o Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI), responsável pela prova, decidiu adiar o Concurso Nacional Unificado.

Na esfera pública, entendida como um mercado de ideias e arena de debate não institucionalizada (Gomes, Maia, 2008), a comunicação pública do estado deve identificar e tematizar problemas que afetam a sociedade e direcionar soluções para a esfera do estado. Em situações de catástrofe, essa comunicação tem a função adicional de acalmar a população,

¹³ [Com chuva e estação em capacidade reduzida, bairros voltam a alagar em Porto Alegre](#)

¹⁴ [Melo põe culpa na CEEE Equatorial por falta de água e define situação como “crise humanitária”](#)

¹⁵ [Governo federal mantém prova do concurso nacional unificado no RS no próximo domingo](#). Acesso 02.05.2024.

fornecer instruções claras e promover a solidariedade e a ação coordenada. Quando o estado falha em comunicar eficazmente, não só compromete a resposta imediata à crise, mas também a relação de confiança entre governo e governados, essencial para a governabilidade e a coesão social.

Em maio de 2024, o Rio Grande do Sul enfrentou uma grave catástrofe que evidenciou falhas significativas na comunicação pública. Considerando que, como argumenta este artigo, a produção e disseminação de desinformação é parte das estratégias do confronto político contemporâneo (Mendonça, *et al*, 2023) uma CP com problemas, como os apontados neste texto, favorece o agravamento da crise pois ataca um aspecto fundamental, especialmente em períodos de crise, que é a confiança nas instituições e entes federativos.

Boas práticas de comunicação pública em crises socioambientais

Raquel Recuero, do Instituto de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informativas (INCT-DS), publicou sugestões para auxiliar comunicadores públicos para garantir amplo e irrestrito acesso a informações de interesse público, produzidas a partir de ações e serviços dos órgãos de Estado. Segundo Recuero (2024), em situações de crise, é importante evitar o vácuo informacional, terreno fértil para a desinformação. Para isso, as instituições públicas precisam estar em todas as mídias sociais e atualizar seus perfis com informações no mesmo ritmo dos acontecimentos. É necessário também, segundo a pesquisadora, monitorar e responder com agilidade as informações falsas e trabalhar de forma conjunta com o jornalismo e agência de checagens. A seguir, sintetiza-se as sugestões sistematizadas por Raquel Recuero e outras que podem ser planejadas e executadas no pós eventos de crise socioambientais.

1. Sala de comunicação de crise - a instituição de uma sala de comunicação de crise, "levando em conta todos os elementos de comunicação de crise que já foram apresentados" na bibliografia da área (Recuero, 2024, s/p);
2. Canais oficiais de comunicação - além de sites, Recuero (2024) recomenda a presença de perfis oficiais em todas as plataformas de redes sociais. Instituir canais de informação de urgência no Whatsapp - ambiente em que a desinformação é de difícil monitoramento - e até mesmo SMS. As rádios de abrangência estadual, além das emissoras de rádio locais são fundamentais na distribuição de comunicados oficiais, programetes com esclarecimento de dúvidas mais frequentes. Tais informações

- devem ser pensadas para toda a população, incluindo pessoas com deficiência (PCDs).
3. Preencher o vácuo informativo - Raquel Recuero (2024) argumenta que em contextos de crise as pessoas estão desesperadas por informações e deixar um vácuo informativo oficial contribui para a proliferação de desinformação. Vale observar que a abundância de informações pode ser prejudicial - como aponta a pesquisa "Digital News Report", do Reuters Institute e Universidade de Oxfam - afastando as pessoas de informações fundamentais. Portanto, é importante uma comunicação assertiva, clara e sem excessos, para evitar a exaustão mental.
 4. Centralizar e organizar as informações importantes - É importante organizar e agendar o que será informado, fornecendo atualizações frequentes e em horários pré-estabelecidos. As pessoas precisam saber, várias vezes ao dia, por exemplo, dependendo do contexto, sobre a progressão da enchente, a disponibilidade de alimentos, a localização de seus animais de estimação, e o status das infraestruturas e estradas. É necessário responder às demandas urgentes com frequência, pois mais informação reduz o espaço para a desinformação e sempre atentos para não ocorrer exageros, como mencionado no item anterior.
 5. Fazer monitoramento da desinformação - É fundamental monitorar quais desinformações estão circulando, verificando canais públicos de conteúdo e incentivando as pessoas a buscarem informações oficiais ao receberem possíveis desinformações. Não é função dos órgãos de CP dos governos fazer checagem de fatos, como mencionado antes, mas a atuação colaborativa com agências de checagem e com o jornalismo, como aponta Recuero, é importante e relevante como auxílio no combate à desinformação.
 6. Dar informações completas e usar o tom certo - Em situações de emergência, é comum devido à pressa a divulgação de informações incompletas. Segundo Recuero (2024), esse "vácuo" de informação facilita a circulação de desinformação. Portanto, é fundamental apresentar o conteúdo de forma completa, incluindo instruções sobre como acessá-lo e compartilhá-lo. Agir dessa maneira poderia ter evitado o ruído na comunicação em relação ao Pix de arrecadação de doações, já mencionado. Além disso, é essencial disponibilizar canais e espaços para ajudar com dúvidas específicas. Recuero (2024) chama atenção para o tom das autoridades durante entrevistas e comunicações oficiais. Segundo a autora, quando o tom é sensacionalista, irônico ou de escárnio, ele pode causar pânico, levando as pessoas a compartilhar informações

"alternativas", que "não foram ditas" ou que "estão escondendo". Esse tipo de comunicação pode ser desastroso, pois diminui a confiança nas autoridades.

7. Visibilidade para o uso dos recursos e ações de mitigação - Após eventos extremos do clima, a CP deve observar a necessidade de manter canais de informação sobre todos os aspectos relacionados ao uso e destino dos recursos públicos para recuperação de infraestrutura, bem-estar dos cidadãos, socorro financeiro a cidadãos e setores empresariais, garantindo assim fácil e transparente acesso à informação.

Em um contexto em que a desinformação é um fenômeno integrado à paisagem social e cada vez mais utilizada no confronto político (Mendonça, *et al*, 2023) e considerando que eventos extremos do clima tendem a ser mais frequentes, é necessário planejar e executar ações de mitigação para o médio prazo que preparem o campo da comunicação pública e a sociedade para os desafios de tal realidade. Nesse sentido, parece necessário a inclusão nos currículos dos cursos de comunicação - Relações Públicas, Publicidade e Propaganda - e Jornalismo formação orientada para como comunicar em contextos de catástrofes do clima. Além disso, parece urgente a incorporação dos estudos sobre desinformação e educação midiática nos currículos da educação básica a pós-graduação.

Considerações para seguir pensando...

A comunicação pública eficaz é um pilar fundamental da qualidade da democracia (Weber; Locatelli, 2023), especialmente em momentos de crise. O caso do Rio Grande do Sul destaca a importância de uma comunicação clara, precisa e coordenada. Erros nessa área não apenas comprometem a resposta imediata a desastres, mas também minam a confiança pública no governo, essencial para a manutenção de uma sociedade democrática e coesa. Portanto, investir na melhoria da CP é investir na resiliência e na qualidade democrática da sociedade.

Como observado por Recuero (2024), a desinformação é um fenômeno dinâmico e sistêmico que se adapta e se transforma rapidamente, exigindo monitoramento constante e sistematização para a criação de soluções cada vez mais específicas. Segundo a autora, durante a pandemia de Covid-19, a desinformação nas redes sociais se comportava de forma bastante distinta em comparação com o que foi observado durante a catástrofe do clima no RS. As estratégias desenvolvidas naquela época, argumenta Recuero, não consideravam, por exemplo, a necessidade urgente de desmentir certos conteúdos, como ocorreu no pico dos eventos extremos em maio de 2024. Portanto, é essencial que universidades, pesquisadores

e instituições pensem em abordagens coletivas, cooperativas e sistêmicas para enfrentar a desinformação e melhorar a comunicação pública.

Neste texto buscou-se observar a importância da Comunicação Pública em contexto de catástrofe climática e a avalanche de desinformação verificada no RS de modo simultâneo. A concomitância de dois grandes problemas - as enchentes e a onda de desinformação - parece ter sido uma amostra dos desafios a serem enfrentados por governos e sociedade. Sem pretensão de esgotar a temática, elencou-se algumas contribuições à lista de sugestões apontadas por Raquel Recuero em relação à desinformação e ao evento "enchentes no Rio Grande do Sul", um olhar atento à comunicação do estado direcionada à sociedade parece fundamental em contextos de crise pela qual os gaúchos passaram ou seguem passando no pós eventos extremos do clima.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. As Fake News e o Ministério da Verdade Corporativa. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, 23(1), 124–141, 2021. disponível em <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/14670> acesso 05.mai.2022.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The Disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317> acesso 03.mar.2020.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. **The disinformation age**. Nova York: Cambridge, 2021.
- BRANDAÑO, Elizabeth P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3a ed. São Paulo, Atlas, 2012.
- BURKE, Peter. **O que é história do conhecimento?**. São Paulo: Editora UNESP, 2016.
- BURKE, Peter. Manipulating the media: a historian's view. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n.1, jan-jun. 2018. disponível em <https://ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/7073/4274> acesso em 20.08.2018.

CARLSON, Matt. Fake News as an Informational Moral Panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US Presidential Election. **Information, Communication & Society**, v. 23, n.3, p. 374-388, 2018.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso** – verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

CHIODI, Alexander; et al. Narrativa e desinformação no contexto da crise climática do Rio Grande do Sul #2. 22/05/2024. **Instituto Democracia em Xequê**, 2024. disponível em [Instituto Democracia em Xequê](#) acesso 22.mai.2024.

COSTA, Caio Túlio. **Verdade e mentiras no ecossistema digital**. Revista USP, n. 116, p.7-18, 2018.

D'ANDREA, C. Plataformas infraestruturais e dinâmicas desinformativas: apontamentos e desafios de pesquisa. In PRATA, N.; Andre, H.; MATOS, S. S. (orgs.). **Ciências da Comunicação contra a desinformação**. São Paulo: Intercom, 2023. Pp. 51-75.

D'ANGELO, Ana. Iniciativas contra desinformação sobre o Sul buscam driblar o caos informacional. **Desinformante**. 28 de maio de 2024. Disponível em [Desinformante](#) acesso 28.mai.2024.

DARNTON, Robert. A verdadeira história das notícias falsas. **El País**, s/p, 2017. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html acesso 30.04.2017.

DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake News nas Redes Sociais Online: Propagação e Reações à Desinformação em Busca de Cliques. **Media e jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169,2018. Disponível em https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11 acesso em 10.11.2023.

DUARTE, Jorge. Instituições científicas: da divulgação à comunicação. In **Revista Universitas/Comunicação**; Ano I, vol. 1. Brasília: UNICEUB, novembro de 2003. p.47-67.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 2002.

GOMES, Wilson; MAIA, R. C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

GORBACH, Julien. Not your Grandpa's Hoax: a comparative history of fake news. **American Journalism**, v. 35, n. 2, p. 236-249, 2018.

MARRES, Noortje. Why we can't have our facts back. **Engaging Science, Technology, and Society**, v. 4, p. 423-443, 2018. disponível em <https://estsjournal.org/index.php/ests/article/view/188> acesso 10.03.2020.

MENDONÇA, Ricardo F. et al. Fake news e o repertório contemporâneo de ação política. In: MENDONÇA, Ricardo. F.; SARMENTO, Rayza (orgs.). **Crises da democracia e esfera pública: debates contemporâneos**. Belo Horizonte: Incipit, 2023. p. 235-262.

MENDONÇA, Ricardo F. Dimensões democráticas nas jornadas de junho: Reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 33, n. 98, p. 1-24, 2018.

Miguel, L. F. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. **Tempo Social**, 34(2), 2022, 195-216. disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/195368>. acesso 03.mar.2023.

MIOLA, Edna; MARQUES, Francisco P. J. POR UMA DEFINIÇÃO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA: Tipologias e experiências brasileiras. In: **Anais Congresso da Associação Nacional de Pesquisadores em Comunicação Política**, 7. Porto Alegre: Fabico/UFRGS, 2017. Disponível em http://compolitica.org/novo/anais/2017_MIOLA-MARQUES.pdf acesso 20.07.2023.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 574-597, dez. 2019.

NEWMAN, N. et al. Reuters institute digital news report 2024. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2024. Disponível em [Digital news report 2024](https://www.reutersinstitute.org/digital-news-report-2024) acesso 20.jun.2024.

OLIVEIRA, Thaianne. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. e5374, 2020. Disponível em <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374> acesso em 03.abr.2021.

RECUERO, Raquel. Recomendações para lidar com a desinformação na mídia social em momentos de crise. **Medium**, s/p, 2024. Disponível em <https://medium.com/@raquelrecuero> acesso 11.05.2024.

RIETJENS, Sebastiaan. Unraveling disinformation: the case of Malaysia Airlines Flight MH17. **The International Journal of Intelligence, Security, and Public Affairs**, v. 21, n. 3, p. 195-218, 2019.

SALLES, Débora; SANTINI, R. Marie, et al. **Enchentes no Rio Grande do Sul: Uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático**. Rio de Janeiro: Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais (NetLab/UFRJ), 2024.

WAINBERG, Jacques A. Mensagens fakes, as emoções coletivas e as teorias conspiratórias. **Galaxia**, n. 39, p. 150-164, 2018. Disponível em

<https://www.scielo.br/j/gal/a/yhnpNZWbxsdYFprjryJcghz/?lang=pt> acesso 10.03.2020.

WARDLE, Claire; DERAKSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. RM. Retrieved from, 2017. Disponível em <https://rm.coe.int/information--disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c> Acesso em 20 de janeiro de 2022.

WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. A Comunicação Pública e a qualidade da democracia. In: MENDONÇA, Ricardo. F.; SARMENTO, Rayza (orgs.). **Crises da democracia e esfera pública**: debates contemporâneos. Belo Horizonte: Incipit, 2023. p. 211-233.

BIOGRAFIA DA AUTORA

SARA FEITOSA

Professora na Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Doutora em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS), atualmente realizando pesquisa de pós-doutoramento no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

E-mail de contato: sarafeitosa@unipampa.edu.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 54-76, jan-jun, 2024

Informação, desinformação e infodemia: análise de conteúdos divulgados sobre as enchentes no Rio Grande do Sul em 2024

Information, misinformation and infodemic: analysis of content published about the floods in Rio Grande do Sul in 2024

Información, desinformación e infodemia: análisis de los contenidos publicados sobre las inundaciones en Rio Grande do Sul en 2024

Gustavo Teixeira de Faria PEREIRA

Doutor em Comunicação e professor na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

E-mail: gustavo.tfp7@gmail.com

Marcello Kochhann LUCAS

Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo na ESPM/SP.

E-mail: marcello.lucas@acad.espm.br

Enviado em: 01/07/2024

Aceito em: 14/08/2024

RESUMO

Este estudo investiga a disseminação de informações e desinformações relacionadas às enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul em 2024, no contexto de uma sociedade mediatizada e altamente digital. Utilizando a Análise de Conteúdo de Bardin (2006), foram examinadas 40 publicações na rede social "X" (antigo Twitter), selecionadas a partir de termos-chave relacionados ao evento. A pesquisa destaca a coexistência de informações confiáveis e desinformações, exacerbada pela infodemia, caracterizada pela circulação massiva e rápida de informações desinformativas em redes sociais digitais. A análise revela que a infodemia contribui para a perpetuação da desinformação, influenciada pela lógica algorítmica que privilegia conteúdos polarizadores e potencialmente desestabilizadores do conhecimento universal. Este fenômeno, amplificado por interesses políticos e econômicos, desafia a credibilidade e o papel dos jornalistas.

Palavras-chave: Informação; Desinformação; Infodemia; Redes Sociais; Enchentes no RS.

RESUMEN

Este estudio investiga la diseminación de información y desinformación relacionada con las inundaciones ocurridas en Río Grande do Sul en 2024, en el contexto de una sociedad mediatizada y altamente digital. Utilizando el Análisis de Contenido de Bardin (2006), se examinaron 40 publicaciones en la red social "X" (anteriormente Twitter), seleccionadas a partir de términos clave relacionados con el evento. La investigación destaca la coexistencia de información confiable y desinformación, exacerbada por la infodemia, caracterizada por la circulación masiva y rápida de información desinformativa en redes sociales digitales. El análisis revela que la infodemia contribuye a la perpetuación de la desinformación, influenciada por la lógica algorítmica que privilegia contenidos polarizadores y potencialmente desestabilizadores del conocimiento universal. Este fenómeno, amplificado por intereses políticos y económicos, desafía la credibilidad y el papel de los periodistas.

Palabras-clave: Información; Desinformación; Infodemia; Redes Sociales; Inundaciones en RS.

ABSTRACT

This study investigates the dissemination of information and misinformation related to the floods in Rio Grande do Sul in 2024, within the context of a highly digital and mediatized society. Using Bardin's Content Analysis (2006), 40 posts on the social network "X" (formerly Twitter) were examined, selected based on key terms related to the event. The research highlights the coexistence of reliable information and misinformation, exacerbated by infodemia, characterized by the massive and rapid circulation of misinformation on digital social networks. The analysis reveals that infodemia contributes to the perpetuation of misinformation, influenced by algorithmic logic that favors polarizing and potentially destabilizing content. This phenomenon, amplified by political and economic interests, challenges the credibility and role of journalists.

Keywords: Information; Misinformation; Infodemia; Social Networks; Floods in RS.

Considerações iniciais

Tendo como ponto de partida a compreensão de que vivemos na era da informação e em uma sociedade em rede (Castells, 1999) e considerando o cenário atual de midiaticização (Soster, 2006; Hjarvard, 2014) e de avanços tecnológicos e digitais, o presente trabalho tem como objetivo analisar a disseminação de informações e desinformações relacionadas às enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul em 2024.

Para tal, faz-se necessário o entendimento acerca do contexto global e comunicacional recente, que é o da pandemia de Covid-19 - ocorrida entre 2020 e 2023, no qual estabeleceu-se uma guerra de narrativas entre conteúdos informativos e de qualidade, que se tornaram ainda mais importantes em um cenário de isolamento social e de crença na ciência - questões fundamentais para a manutenção da vida - e, em contraposição, materiais desinformativos e com posicionamentos negacionistas em relação à ciência que culminaram em uma pandemia de desinformação ou infodemia, conforme denominado pela Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), escritório regional para as Américas da Organização Mundial de Saúde, em folheto informativo sobre saúde digital¹ no qual trata sobre a desinformação na luta contra a Covid-19.

Ao definir o que seria infodemia, o folheto informativo publicado em 2020 afirma que o termo consiste na circulação de um alto volume de informação sobre um assunto específico, acompanhado por rumores desinformativos e manipulação de conteúdos com intenção duvidosa, algo que é propagado de forma acelerada e exponencial no contexto de redes sociais digitais (OPAS, 2020).

Além disso, a publicação ressalta que em cenários excepcionais como o da pandemia de Covid-19 e também no caso a ser analisado pelo presente trabalho, que é o das enchentes no Rio Grande do Sul, a infodemia se caracteriza como um fenômeno perigoso e que contribui com o aceleramento e perpetuação da desinformação (OPAS, 2020), já que um grande quantitativo de materiais passam a ser publicados por muitos atores sociais.

Contudo, ao mesmo tempo em que se observa uma ampliação dos atores sociais que com o cenário digital tornam-se produtores de conteúdo, identifica-se também um cenário de “pandemia de desinformação”, no qual percebe-se uma ampla propagação de materiais

¹Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14

sem a devida checagem e apuração, elementos norteadores das rotinas jornalísticas (Wermuth *et. al*, 2022).

Deste modo, busca-se observar quais são as narrativas predominantes, quais são os principais atores sociais que se revelam como fontes de informação - o que podemos inferir a partir da escolha por parte do algoritmo do X -, e em que medida é possível qualificar os conteúdos como informação ou desinformação.

Informação x desinformação: buscas por credibilidade e pelo lugar de informar

Antes de trabalharmos com o conflito entre informação e desinformação, cabe ressaltar que a internet, principalmente por meio das redes sociais, promoveu mudanças significativas nos modos de comunicação, principalmente com a transformação do formato produtor-receptor, próprio dos meios de massivos, para um modelo ao qual produtores e usuários se tornam a mesma coisa (Castells, 1999), quebra da grade de programação (Díaz Gandásegui, 2011), instantaneidade e rápida circulação de conteúdos, entre outros.

Com isso, passou-se a questionar a teoria do Gatekeeper, que afirmava que os jornalistas seriam os guardiões da notícia e os responsáveis por selecionar o que seria pauta em meio aos inúmeros acontecimentos que constituem a sociedade (White, 1950).

E de modo a atualizar o conceito em meio ao cenário digital, o pesquisador australiano Axel Bruns (2005) propôs uma retificação no conceito de Gatekeeper, sugerindo que em um contexto digital no qual se identifica novas formas de participação e interferência do público na produção da informação, principalmente a partir de conteúdos desenvolvidos de forma colaborativa, modifica-se o papel do jornalista como “guardião da notícia” e, conseqüentemente, abre-se espaço para que novos atores sociais passem a produzir conteúdos e a “informar” a sociedade de modo concomitante ao jornalismo. A este conceito, Bruns (2011) atribuiu a nomenclatura de *Gatewatching*.

Além disso, a internet e as redes sociais digitais permitem que uma quantidade maior de conteúdos “viralize”, a depender de variáveis decididas pelos algoritmos, de modo que a noção de “guardião do portão - ou da notícia -”, anteriormente vinculado aos jornalistas, passe a ser expandida e, neste sentido, novos atores sociais podem conquistar visibilidade, reputação, popularidade e até mesmo autoridade (Recuero, 2009).

Neste contexto, podemos compreender a desinformação como um fenômeno, já utilizado há muito tempo, movido por interesses políticos e econômicos, mas que se complexificou a partir desse contexto digital. A desordem informativa (Wardle; Derakhshan,

2017) está relacionada ao modo de funcionamento das mídias sociais. Essas plataformas não apenas permitem que todos os usuários gerem informação, mas também utilizam filtros que determinam o conteúdo consumido pelos usuários. Esses fatores contribuem para a criação de bolhas informativas que conseqüentemente promovem desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017). Cesarino (2022) ressalta que a lógica algorítmica privilegia a proliferação desses padrões que auxiliam na desestabilização do conhecimento universal, possibilitando o surgimento de narrativas fraudulentas.

Metodologia

A metodologia aplicada será a Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2006) e que consiste em três etapas: a primeira de pré-análise, a segunda de exploração do material e a terceira de tratamento dos resultados, inferências, interpretações e conclusões.

O método se justifica pela possibilidade de se empreender uma avaliação sistemática e estruturada de conteúdos presentes nos meios digitais, possibilitando a identificação de padrões, tendências e significados presentes nas interações dos usuários. Além disso, a Análise de Conteúdo proporciona uma abordagem flexível e que pode ser adaptada de acordo com os objetivos e questões de pesquisa, tornando-se uma ferramenta valiosa para compreender as dinâmicas comunicacionais e sociais presentes nas redes sociais digitais.

Para tal, utiliza-se como objeto de estudo publicações selecionadas na rede social “X” - antigo Twitter, a partir do recorte dos 10 primeiros conteúdos que são selecionados pelo algoritmos do X como os principais materiais veiculados sobre os seguintes termos chave: “enchente Rio Grande do Sul”, “enchentes RS”, “informações sobre a enchente do Rio Grande do Sul” e “notícias sobre o Rio Grande do Sul” totalizando 40 postagens a serem analisadas.

É importante salientar que, apesar de ser uma pesquisa livre e sem direcionamentos prévios - apenas as palavras-chave -, o próprio algoritmo da rede social "X" filtra os resultados com base na bolha informativa da rede do pesquisador em questão. Isso ocorre porque o algoritmo da rede social é projetado para personalizar o conteúdo exibido aos usuários, levando em consideração seus interesses, conexões e padrões de interação (Pariser, 2012).

Desta forma, mesmo em uma busca aparentemente imparcial, os resultados são moldados por essas personalizações algorítmicas, refletindo as tendências e vieses existentes

na rede do pesquisador (Noble, 2018). Portanto, a análise deve considerar essa influência algorítmica para interpretar adequadamente os dados coletados.

O levantamento dos dados, que se constitui como o recorte de pesquisa, foi realizado entre os dias 12, 13 e 14 de junho de 2024, um mês e uma semana após a publicação da publicação no Diário Oficial da União do reconhecimento do Governo Federal do estado de calamidade pública dos 336 municípios atingidos pelas enchentes do Rio Grande do Sul.

Resultados

A Análise de Conteúdo, conforme descrita por Bardin (2016), permite a investigação sistemática e profunda de comunicações diversas, sendo especialmente útil para categorizar e interpretar dados complexos. Para estudar um objeto específico, como o fluxo de informações durante as enchentes no Rio Grande do Sul em 2024, é crucial definir categorias de análise que possam abarcar os múltiplos aspectos do fenômeno. Inicialmente, categorias a priori podem ser estabelecidas com base no referencial teórico e nos objetivos da pesquisa. Cada uma dessas categorias pode ser desmembrada em subcategorias mais específicas, surgidas durante a fase de exploração do material.

Durante a análise, novas categorias a *posteriori* podem emergir, refletindo padrões e temas não antecipados, como "uso de linguagem emocional para manipulação" ou "estratégias de amplificação de desinformação via redes sociais". Esse processo iterativo de categorização e recategorização permite uma compreensão mais abrangente e detalhada do objeto estudado, possibilitando inferências robustas e bem fundamentadas sobre os mecanismos de propagação e os efeitos da desinformação em contextos de crise.

Para a construção das categorias de análise, pode-se considerar aspectos específicos da desinformação, da resposta governamental e social, da comparação com outros eventos, e do impacto emocional e social.

Deste modo, após a realização das buscas por palavras-chave que poderiam contribuir com a investigação, os resultados obtidos apontam para seis temas centrais, expostos no quadro abaixo:

Quadro 1. Principais temas encontrados e quantitativo de presença de cada um deles a partir das palavras-chave pesquisadas

Temas centrais a partir da análise	Quantitativo de publicações correspondentes
Desinformação	8
Ações do governo e comunicação oficial	11
Comparações com desastres em outras regiões	1
Iniciativas de apoio e recuperação	5
Reações sociais à tragédia	15

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Após o mapeamento dos principais resultados encontrados, observa-se que 8 materiais, dentre os 40 selecionados, contém viés desinformativo ou informações fora de contexto, que também se enquadram no conceito de desinformação, de acordo com Wardle e Derakhshan (2017). Destes materiais, destacam-se: um vídeo que possui estética de conteúdo desinformativo em tom de denúncia sobre prefeitura do PT, no qual o material discorre sobre a compra de produtos de cesta básica por valores acima do normal; post com um suposto comunicado de facção criminosa em Pelotas-RS; e um texto sensacionalista sobre a família de Cleiton Mazui tentando corroborar a hipótese de que o estado está escondendo o número de vítimas.

Tais conteúdos demonstram como a desinformação pode se espalhar rapidamente em tempos de crise. Isso ocorre porque eles utilizam técnicas como a manipulação de vídeos e textos sensacionalistas para criar pânico e desconfiança. Segundo Pariser (2012), os algoritmos das redes sociais podem amplificar essas mensagens ao priorizar conteúdos que geram mais engajamento, frequentemente sensacionalistas ou polarizadores, o que reforça a disseminação de desinformação e dificulta a distinção entre fatos e ficções.

E se tratando de uma rede social como "X", onde os caracteres das publicações são limitados - exceto para clientes blue, que são aqueles que pagam para acessar os recursos do X de forma irrestrita -, entende-se que algumas informações possam aparecer sem que todo contexto seja avaliado para o algoritmo da rede social mapear as publicações melhor "ranqueadas". No entanto, como o objetivo é compreender a inserção da desinformação em cenários de crise, essa "sujeição" ao modo de funcionamento do algoritmo auxilia na compreensão dos conteúdos.

Passando para a análise dos conteúdos, um primeiro material que merece destaque é uma postagem feita no "X" (antigo Twitter) pela usuária @damadanoite14, em 31 de maio,

na qual apresenta um vídeo de uma rua devastada pela lama na cidade de Lajeado, Rio Grande do Sul. A legenda do vídeo afirma: "Eu nunca vi uma enchente fazer isso! Ninguém me convence que foi só a enchente!".

Figura 1. Usuária da rede social X levanta a hipótese de que outros motivos estariam por trás dos estragos causados pelas enchentes no Rio Grande do Sul



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social "X" (2024)

Esta postagem revela um exemplo de desinformação a partir de teorias da conspiração que emergem em situações de crise, abrindo espaço para novas narrativas. A publicação ilustra, por meio de um vídeo, a situação de Lajeado, no Vale do Taquari, e na legenda que acompanha o material há uma hipótese levantada pela usuária sobre outras questões, para além das enchentes, terem sido as causas da situação no local. Cabe destacar que o material teve um alcance de 56 mil visualizações e mais de mil compartilhamentos, de modo que o conteúdo acabou sendo “passado para frente” como se essa hipótese fosse real e verdadeira.

Outro conteúdo que aponta para um exemplo de desinformação, também com a utilização do sensacionalismo como forma de manipulação, foi publicado pelo usuário @tucarj54, no dia 5 de junho. A postagem alega que uma prefeitura do PT no Rio Grande do Sul comprou produtos de cesta básica para os desabrigados pelas enchentes por preços acima do mercado, insinuando corrupção e má gestão. Dentre as estratégias adotadas,

identifica-se o emprego de frases de efeito que acompanham o vídeo veiculado, como: "Vergonha o PT onde cai é corrupção" e "Prefeito PT - Corruptos do RS".

Figura 2. Conteúdo afirma que prefeito do PT estaria praticando corrupção ao comprar produtos acima do preço de mercado



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social "X" (2024)

No entanto, é possível inferir que essa postagem utiliza várias técnicas comuns de desinformação. Primeiramente, há a manipulação visual e textual: o vídeo contém sobreposições de texto com afirmações acusatórias que não são verificadas, juntamente com uma estética de "breaking news" que confere uma falsa aparência de urgência e legitimidade. Isso é reforçado por afirmações sensacionalistas e emotivas que visam provocar uma reação imediata e emocional dos espectadores.

Além disso, após a realização de buscas sobre o caso em questão, nenhum resultado foi encontrado, de modo que o único assunto que se aproxima do que a usuária aponta ocorreu na cidade de Cachoeirinha, no qual o prefeito Cristian Wasem Rosa (MDB), a prefeitura local e a sede da empresa Cestas Básicas Rio Grande foram alvos dos mandados por investigação que apura sobrepreço em produtos da cesta básica. Em nota oficial, a

prefeitura de Cachoeirinha afirmou que afastou os envolvidos, o que não incluiu o prefeito da cidade².

Já a postagem feita pelo perfil @NewsLiberdade, em 8 de maio, apresenta um comunicado supostamente emitido por uma facção criminosa em Pelotas, RS, ordenando que seus membros ajudem as vítimas das enchentes e proibindo saques e outros crimes durante a calamidade. O texto da postagem destaca a natureza urgente e inusitada do comunicado, contribuindo para uma narrativa sensacionalista.

Figura 3. O material veicula um suposto comunicado de uma facção criminosa em Pelotas-RS



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

Sobre a veracidade da informação, são encontrados dois materiais de aparência jornalística que repercutem o material, sendo que em ambos o suposto comunicado veiculado no “X” é tido como verdadeiro, sem que haja uma apuração ou checagem acerca deste conteúdo. No caso do “Brasil de Fato RS”³, a suposta nota é reproduzida e tida como verdade absoluta. O mesmo ocorre no portal “O Farol Diário”⁴, de modo que o comunicado é reproduzido na íntegra, mas sem que haja o crédito da imagem. Contudo, em nenhum momento é possível detectar ou confirmar a veracidade do comunicado.

² Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/06/07/sobrepreco-em-cestas-basicas-prefeitura-e-casa-de-prefeito-de-cachoeirinha-sao-alvos-de-buscas-do-mp.ghtml>

³ Disponível em: <https://www.brasildefatores.com.br/2024/05/09/crime-organizado-promete-consequencias-para-quem-saquear-casas-no-sul-do-estado>

⁴ Disponível em: <https://ofaroldiario.com.br/crime-organizado-adverte-contra-ataques-em-residencias-durante-crise-de-enchentes-no-sul-do-rs/>

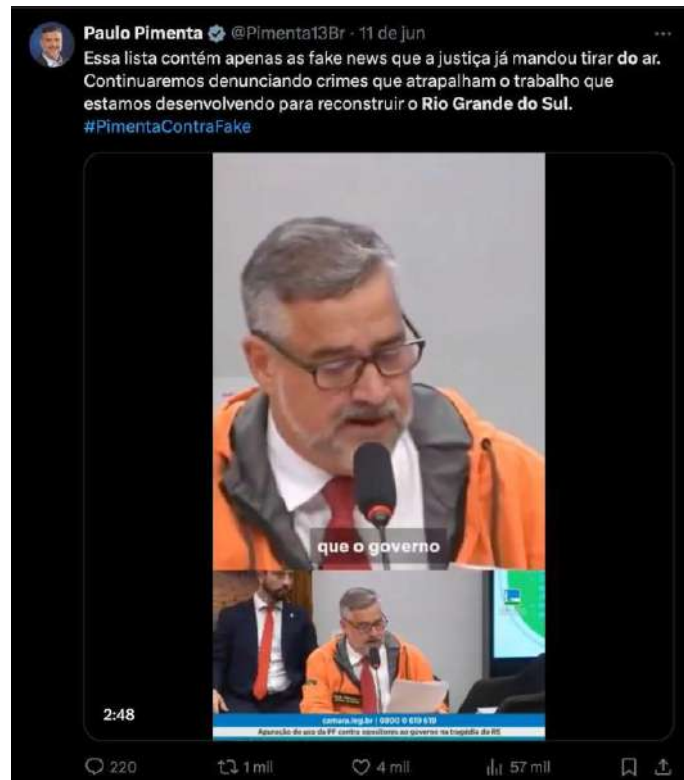
Esta construção corrobora com as observações de Recuero e Soares (2020), que ao abordarem a questão da desinformação sobre meio ambiente no caso das queimadas no pantanal brasileiro em 2020, destacam que o sensacionalismo e o apelo à emoção são estratégias utilizadas de forma intencional com o objetivo de legitimar a desinformação, como é possível identificar nesta publicação.

Neste panorama, é possível inferir que todos esses conteúdos ganham um significado mais grave quando são considerados em conjunto com a facilidade de compartilhamento em larga escala proporcionada pelas redes sociais e com o clima de instabilidade causado pelas enchentes no Rio Grande do Sul. Assim, a rápida disseminação de desinformação e sensacionalismo não apenas desvia a atenção das verdadeiras necessidades das vítimas, como também contribui para a construção de uma narrativa anti-Estado.

Tal narrativa politiza e polariza discussões, alimentando desconfiança e divisão entre a população. E em um cenário de crise, como o das enchentes no Rio Grande do Sul, que incluiu a limitação ao acesso da internet, essa desinformação atua de modo a prejudicar a seara democrática, dificultando a coordenação de respostas eficazes e a implementação de soluções compartilhadas, bem como minando a confiança nas instituições públicas responsáveis por gerenciar a crise.

Já no que diz respeito a ações do governo e comunicação oficial, outro tema recorrente nas publicações, o que engloba materiais veiculados por perfis de meios de comunicação de massa e totaliza 11 conteúdos identificados dentre os 40 totais, identifica-se uma preocupação em combater notícias falsas no contexto de crise. Exemplos disso são as publicações em que o Ministro-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Paulo Pimenta, revela uma lista de fake news retiradas do ar e outra no qual afirma que a disseminação de notícias falsas é uma prática criminosa.

Figura 4. Ministro da Comunicação destaca em vídeo que diversas publicações que continham desinformações foram retiradas da web



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

Esses conteúdos revelam os esforços do governo para manter a população informada em um contexto no qual os conteúdos falsos circulam “lado a lado” com os verdadeiros e devidamente apurados. Além disso, a transparência nas ações governamentais e a comunicação direta com a população são fundamentais para conter a infodemia, como afirma Creswell (2007) que ressalta que a eficácia dessas ações depende da clareza e da consistência da comunicação, bem como da confiança que a população deposita nas instituições oficiais.

Em outra publicação ranqueada pelo algoritmo do X, o Ministro de Direitos Humanos e Cidadania, Silvio Almeida, reforça as falas do Secretário de Justiça, Cidadania e Direitos Humanos do Rio Grande do Sul, Fabrício Peruchin, acerca do alerta para os cidadãos no consumo de conteúdos com credibilidade e, de preferência, provenientes de canais oficiais em um cenário de enchentes que atingiu grande parte do estado do Rio Grande do Sul.

Figura 5. Ministro dos Direitos Humanos e Cidadania reforça a importância de se buscar os canais oficiais em contextos de crise



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

As publicações feitas em perfis oficiais de dois ministros do Governo Federal indicam a necessidade do combate da desinformação com a informação que tenha credibilidade e que seja apurada e checada em contraponto aos inúmeros posts veiculados sobre as enchentes do Rio Grande do Sul, o que inclui as desinformações, e que contribuem para o ambiente de infodemia.

No caso de comparações com desastres em outras regiões, é possível detectar um conteúdo que busca, por meio de imagens, tecer uma aproximação entre as enchentes do Rio Grande do Sul e no Sul da Alemanha, na região da Baviera, como é possível visualizar na figura abaixo.

Figura 6. Publicação feita pelo perfil MetSul aponta para semelhanças entre as enchentes no Rio Grande do Sul e no Sul da Alemanha (Baviera)



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social "X" (2024)

No entanto, as imagens não possuem crédito e nem podem ser confirmadas como sendo dos locais apontados pelo perfil MetSul, algo que também é colocado como uma das potencialidades de desinformação em publicações digitais.

Já no que diz respeito ao eixo iniciativas de apoio e recuperação, são encontradas 5 publicações, com destaque para conteúdo veiculado pelo perfil @canalantenados que traz informações sobre o replantio do gramado da Arena do Grêmio e um vídeo veiculado pelo perfil @PedroRonchi2, no qual a militar Adriana está à frente de uma ponte que está sendo reconstruída pelo Exército brasileiro como forma alternativa para a garantia da passagens de pessoas e veículos em uma das regiões atingidas pelas enchentes no RS.

Figura 7. Publicação feita pelo perfil PedroRonchi2 traz um vídeo de uma militar do Exército do Brasil com informações sobre a reconstrução de uma ponte feita pelo Exército em uma das regiões afetadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

Em relação às reações sociais à tragédia, faz-se necessário reiterar que este é o eixo com o maior número de conteúdos identificados, 15 ao todo, o que aponta para uma característica da rede social “X” que é o de amplificar narrativas, ainda que não haja nenhum tipo de verificação ou checagem sobre a veracidade ou não destes materiais. Deste quantitativo, destaca-se uma publicação feita pelo perfil @damadanoite14 (Maria P.), exposta na figura abaixo, em que uma usuária traz um vídeo com possíveis manifestações contra uma das prefeituras e contra o governo federal no não cumprimento de seus papéis em meio às enchentes ocorridas em vários municípios do Rio Grande do Sul.

Figura 8. Publicação feita pelo perfil Maria P. indica uma possível denúncia de descaso da prefeitura e do governo federal em situação de enchente no Rio Grande do Sul

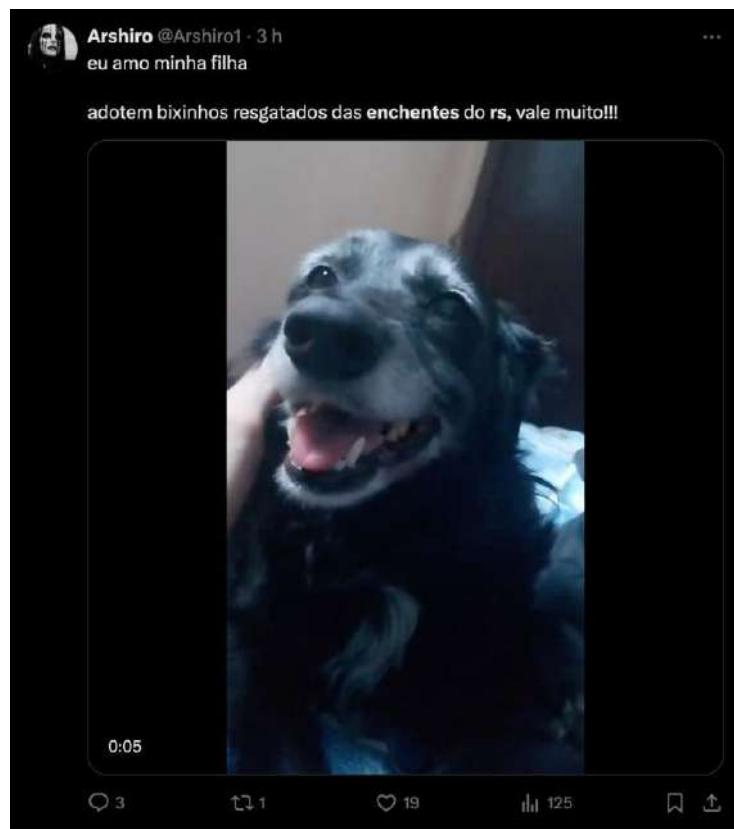


Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

Apesar de conter marcações de data “20/05/2024” e local “Porto Alegre”, além da tarja “SOS RS”, que indica um pedido de ajuda, o vídeo não aparece creditado e nem mesmo traz informações suficientes que consigam comprovar sua veracidade, o que também coloca em xeque a sua credibilidade e legitimidade. Cabe destacar que o mesmo material é republicado por outros dois perfis dentre as 40 postagens selecionadas.

Para além destas publicações, os demais materiais indicam para materiais que trazem em suas imagens e vídeos o devido crédito de possíveis veículos de comunicação e são observadas ainda postagens em solidariedade e em lamentações à situação ocorrida no estado do Rio Grande do Sul. Exemplo disso é a publicação do perfil @Arshiro1, que ressalta o amor pelos animais e sugere a adoção de pets resgatados das enchentes do RS, como exemplificado na figura abaixo.

Figura 9. Publicação feita pelo perfil Arshiro1 traz um vídeo de seu pet e sugere a adoção de animais resgatados das enchentes do Rio Grande do Sul.



Fonte: Captura de tela feita pelos autores na rede social “X” (2024)

Após a exposição de conteúdos destes três eixos de análise, e que não necessariamente consistem em informações ou desinformações - ainda que grande parte destes materiais se insiram neste prognóstico e apresentem aproximações com materiais informativos ou desinformativos, tais publicações ocorrem porque, em situações de crise, a perspectiva emocional tende a ganhar destaque, sobretudo em tragédias como as enchentes ocorridas no Rio Grande do Sul. Ademais, estes conteúdos refletem o impacto emocional profundo que as enchentes têm sobre os indivíduos e comunidades.

Entretanto, à medida que esses temas compõem o cenário de infodemia observado nas redes sociais, por outro lado acabam abrindo margem para a repercussão de uma série de conteúdos que podem estar fora de contexto, não condizer com a realidade dos fatos e, por vezes, desinformar de forma intencional.

Tal apontamento reforça que a desinformação, ainda que não tenha sido predominante nos conteúdos analisados sobre as enchentes no Rio Grande do Sul, é um fenômeno que deve ser problematizado.

Após a realização das análises, a pesquisa revelou um aspecto crucial do ecossistema informativo atual: o funcionamento dos filtros bolhas. Conforme destacado por Pariser (2012), os algoritmos das redes sociais, como o "X" (antigo Twitter), personalizam o conteúdo exibido para cada usuário com base em seus interesses e interações passadas. Essa personalização cria bolhas informativas que isolam os usuários de informações divergentes e, conseqüentemente, da desinformação explícita que pode circular em outras esferas da rede.

Neste contexto, os filtros bolhas contribuem para que a desinformação se torne menos visível para aqueles que consomem informação de forma crítica e possuem discernimento para identificar conteúdos falsos. Indivíduos que estão familiarizados com a desinformação ou que pesquisam sobre o tema tendem a ser expostos a menos conteúdos fraudulentos, pois o algoritmo prioriza mostrar informações que reforçam suas crenças e interesses. Isso significa que a desinformação muitas vezes se direciona a potenciais vítimas que não possuem a mesma capacidade de discernimento, ampliando o impacto negativo sobre essas pessoas menos preparadas para identificar e questionar informações falsas.

Desta forma, a própria plataforma e seu algoritmo acabam por contribuir para a desmobilização da agenda de combate à desinformação. Como as pessoas que entendem do assunto ou que militam contra a desinformação raramente se deparam com ela em suas bolhas informativas, a indignação necessária para uma luta constante é diluída. A desinformação, então, permanece "escondida" em bolhas específicas, afetando principalmente aqueles que são mais vulneráveis a ela. Esse fenômeno reforça a necessidade de uma abordagem mais proativa e abrangente na luta contra a desinformação, uma vez que depender apenas da percepção dos indivíduos informados não é suficiente para combater eficazmente esse problema estrutural.

Considerações finais

A análise dos conteúdos retirados do "X" (antigo Twitter) sobre as enchentes no Rio Grande do Sul em 2024 revela um cenário multifacetado e complexo que inclui desinformação, respostas governamentais, comparações com outras regiões, impactos sociais e ações de solidariedade. Em um primeiro momento as análises aparentavam fornecer uma base sólida para a compreensão da desinformação em um contexto de crise como é o caso das enchentes no Rio Grande do Sul, bem seria possível entender a emergência destes materiais.

No entanto, os resultados apontam para um outro fenômeno. Isso porque, através da análise desses conteúdos, não foram encontrados grandes volumes de evidências de desinformação, o que sugere a influência dos algoritmos personalizados que reforçam a teoria da "bolha de filtro" discutida por Pariser (2012), mas que fornecem substrato suficiente para a identificação do embate entre informação x desinformação e quem exerce poder no que se refere ao espectro informativo em um contexto digital.

Acerca da personalização do algoritmo de busca, que tende a mostrar conteúdos alinhados com os interesses do pesquisador, no caso, um especialista em desinformação, reforça-se a teoria da "bolha de filtro", onde os algoritmos das redes sociais criam um ambiente informativo isolado, mascarando a desinformação para aqueles que pesquisam ou estão conscientes desses fenômenos (Pariser, 2012).

Uma pesquisa realizada pelo NetLab da UFRJ (2024) complementa essa visão, revelando que a simples filtragem por palavras-chave não é suficiente para capturar a totalidade do processo desinformativo. De acordo com a análise da NetLab (2024), a desinformação relacionada às enchentes no Rio Grande do Sul é amplificada por interesses políticos e econômicos, criando uma "cortina de fumaça" que dificulta a distinção entre informações verídicas e falsas.

No entanto, a pesquisa por palavras-chave justifica-se a partir da oferta de 8 resultados que contém conteúdos com viés desinformativo, além de outros materiais que em seu mote buscam combater as notícias falsas. Ainda que em menor escala e proporção, estes materiais se revelam como conteúdos "não filtrados" pelos algoritmos como desinformação e que circulam e repercutem de forma irrestrita na rede social "X".

A este fenômeno, Wardle e Derakhshan (2017) atribuem à desordem informativa, que segundo os autores é um desafio multidimensional e que requer abordagens interdisciplinares para ser compreendido e combatido.

Portanto, para uma análise mais robusta e abrangente, é necessário considerar não apenas os conteúdos visíveis através de buscas personalizadas, como também investigar as narrativas ocultas e os padrões de disseminação de desinformação que podem não ser imediatamente aparentes devido aos algoritmos de filtragem.

Soma-se a isso um cenário de desinformação ainda mais difícil de ser mapeado ou detectado: pessoas próximas e grupos de WhatsApp. Em pesquisa realizada em maio de 2024

pela Quaest e divulgada no Fantástico e no g1, site do Grupo Globo⁵, 31% dos entrevistados afirmaram ter recebido alguma notícia falsa sobre a tragédia no Rio Grande do Sul. Deste contingente, 35% ressaltam que o conteúdo desinformativo chegou por meio de grupos de WhatsApp e 24% através de amigos.

Entretanto, diferentemente da atuação da maior parte das redes sociais, que circula conteúdos a partir de ação de algoritmos de distribuição, o que possibilita a investigação ampla por parte de pesquisadores, no WhatsApp o contato é direto e criptografado (Pereira & Coutinho, 2022). Além disso, de acordo com os autores, normalmente as mensagens vêm de pessoas em quem os usuários confiam, o que aumenta a possibilidade de propagação desses materiais e, conseqüentemente, da desinformação, sobretudo em contextos de crise.

Em conclusão, a análise dos conteúdos sobre as enchentes no Rio Grande do Sul revela a complexidade da desinformação e a importância de estratégias eficazes de comunicação e solidariedade comunitária. Além disso, a teoria da "bolha de filtro" e os desafios da infodemia evidenciam a necessidade de uma abordagem crítica e multifacetada para entender e mitigar os efeitos da desinformação em tempos de crise.

REFERÊNCIAS

- AOS FATOS. **Desinformação e tragédia no Rio Grande do Sul**. Aos Fatos. 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacao-tragedia-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo, SP: Edições 70, 2016.
- BRUNS, A. Gatekeeping, gatwatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 7, n.º. 11. Brasília: SBPJor, 2011.
- BRUNS, A. **Gatwatching: Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang, 2005.
- CASTELLS, M. A era da Informação: economia, sociedade e cultura. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CESARINO, L. **O mundo do avesso: Verdade e política na era digital**. São Paulo: Ubu Editora. 2022.
- DÍAZ GANDASEGUI, V. Mitos y realidades de las redes sociales: información y comunicación en la Sociedad de la Información. **Prisma Social**, n. 6, 2011, p. 1-26.

⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/13/quaest-31percent-disseram-ter-recebido-alguma-noticia-falsa-sobre-a-tragedia-no-rio-grande-do-sul.ghtml>

G1. **Dos 35 parlamentares gaúchos, 1 destinou em 2024 emendas específicas para prevenção de desastres no estado.** g1, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/andrea-sadi/post/2024/05/07/dos-35-parlamentares-gauchos-1-destinou-em-2024-emendas-especificas-para-prevencao-de-desastres-no-estado.ghtml>. Acesso em: 18 jun. 2024.

G1. **Temporais no RS:** veja cronologia de desastre. g1, 2024 Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/05/temporais-no-rs-veja-cronologia-de-desastre.ghtml>. Acesso em: 18 de junho de 2024.

HJARVARD, S. Mídiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 8, v. 1, 2014. p. 21-44. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1.p21-44>

MINISTÉRIO da Integração e Desenvolvimento Regional. **Portaria nº 1379, de 2023.** Diário Oficial da União, 2023. Disponível em: https://famurs.com.br/uploads/noticia/40174/Publicacao_DOU_Extra_Portaria_n_1379_de_5_de_maio_de_2024_1.pdf. Acesso em: 12 jun. 2024.

NETLAB. **Enchentes no Rio Grande do Sul: uma análise da desinformação multiplataforma sobre o desastre climático.** Netlab, 2024 Disponível em: <https://netlab.eco.ufrj.br/post/enchentes-norio-grande-do-sul-uma-an%C3%A1lise-da-desinforma%C3%A7%C3%A3o-multiplataforma-sobre-o-desastre-clim%C3%A1ti>. Acesso em: 18 jun. 2024.

NEXO JORNAL. **Chuvas no Rio Grande do Sul geram desinformação e fake news.** Nexo Jornal, 2024. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2024/05/07/chuvas-rio-grande-do-sul-geram-desinformacao-fake-news>. Acesso em: 18 jun. 2024.

NOBLE, S. U.. *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism.* New York: NYU Press. 2018.

OPAS. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. Organización Panamericana de la Salud, 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=16. Acesso em: 22 maio 2024.

PARISER, E. **O filtro invisível:** O que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar. 2012.

PEREIRA, G. T. F.; COUTINHO, I. M. S. WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado. **Liinc em Revista**, Brasília, v. 18, nº 1, 2022. p. e5916. DOI: <https://doi.org/10.18617/liinc.v18i1.5916>

PODER360. **Governo gaúcho e prefeitura de Porto Alegre reduziram gasto com defesa civil.** Poder 360, 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/governo-gaucho-e-prefeitura-de-porto-alegre-reduziram-gasto-com-defesa-civil/#:~:text=Os%20gastos%20totais%20dos%20governos,5%2C8%25%20do%20ano.> Acesso em: 18 jun. 2024.

RECUERO, R.; SOARES, F. B. A Desinformação sobre Meio Ambiente no Facebook: O caso das Queimadas no Pantanal Brasileiro. **Journal of Digital Media & Interaction**, v. .3, nº 8, 2020. p. 64-80.

RECUERO, R. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. **Metamorfoses jornalísticas**, v. 2, 2009. p. 1-269.

SOSTER, D. A. Sobre mediatização, mediação, poder e jornalismo. *In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, v. 1, 2006. p. 1-9.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Council of Europe report, DGI, 2017.

WERMUTH, M. A. D.; DE MORAIS, J. L. B.; FESTUGATTO, A. M. F. A pandemia da desinformação: covid-19 e as mídias sociais-do fascínio tecnológico à (auto) regulação. **Revista Quaestio Iuris**, v. 15, n. 1, 2022. p. 377-397.

WHITE, D. M. The “gate keeper”: A case study in the selection of news. **Journalism quarterly**, v. 27, n. 4, 1950. p. 383-390.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

GUSTAVO TEIXEIRA DE FARIA PEREIRA

Doutor em Comunicação (Mídias e Processos Sociais) e Jornalista pela Universidade Federal de Juiz de Fora, atuando principalmente nas áreas de Telejornalismo, Jornalismo Digital (com enfoque na desinformação, fake news e atuação dos algoritmos nas redes sociais digitais), Comunicação e Poder (quarto e quinto poderes), Marketing Digital, Assessoria de Imprensa, Mídias Digitais. Professor Substituto (UFJF), Vice-coordenador do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA-UFJF) e integrante da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Telejor).

E-mail: gustavo.tfp7@gmail.com

MARCELLO KOCHHANN LUCAS

Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM São Paulo. Mestre em Direitos Humanos e Jornalista pela Unijuí. Pós-graduado em Relações Internacionais e Diplomacia pela Unisinos. Professor do SENAC/RS. Atua principalmente nos temas relacionados à comunicação digital, desordem informativa, big data, plataformização, direitos humanos e cidadania. Membro do Grupo de Pesquisa Deslocar - Interculturalidade, Cidadania, Comunicação e Consumo (CNPq).

E-mail: marcello.lucas@acad.espm.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 77-92, jan-jun, 2024.

Práticas de desinformação do presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19

Las prácticas de desinformación del presidente Jair Bolsonaro durante la pandemia de Covid-19

President Jair Bolsonaro's disinformation practices during the Covid-19 pandemic

Juliana FERREIRA MARQUES

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e representante da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) no Programa de Combate a Desinformação do STF.

E-mail: julifmarques@servidor.uepb.edu.br

Edvaldo CARVALHO ALVES

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (Ufscar) e Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação (DCI) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

E-mail: edvaldocalves@gmail.com

Fellipe SÁ BRASILEIRO

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da UFPB. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

E-mail: fellipesa@hotmail.com

Enviado em: 03 jun. 2024

Aceito em: 27 jun. 2024

RESUMO

Fake news, fake sciences, negacionismo científico, teorias da conspiração e testemunhais falsos foram algumas estratégias de desinformação do Governo Federal que marcaram o cenário de desinfodemia da COVID-19 no Brasil. Este artigo objetiva compreender a desinformação propagada durante a desinfodemia de COVID-19 no Brasil como práticas desinformativas. Baseia-se na análise das declarações públicas do Presidente Jair Bolsonaro durante os dois primeiros anos de pandemia a partir das categorias de desinformação verificadas pela agência de fact-checking Aos Fatos que integram o especial “Todas as declarações de Bolsonaro checadas”. Constata que as declarações do Presidente Jair Bolsonaro relacionadas ao descrédito de autoridades científicas, às distorções sobre a gravidade da doença, às medidas de combate, à eficácia de vacinas e à indicação de medicamentos e tratamentos sem efeito comprovado integram práticas desinformativas.

Palavras-chave: *Desinformação; Práticas desinformativas; Desinfodemia; Jair Bolsonaro.*

RESUMEN

Noticias falsas, ciencias falsas, negacionismo científico, teorías de conspiración y testimonios falsos fueron algunas de las estrategias de desinformación del Gobierno Federal que marcaron el escenario desinformativo de la COVID-19 en Brasil. Este artículo tiene como objetivo comprender la desinformación difundida durante la desinformación de COVID-19 en Brasil como prácticas de desinformación. Se basa en el análisis de las declaraciones públicas del presidente Jair Bolsonaro durante los dos primeros años de la pandemia a partir de las categorías de desinformación verificadas por la agencia de verificación de datos Aos Fatos, que forman parte del especial “Todas las declaraciones de Bolsonaro verificadas”. Cabe señalar que las declaraciones del presidente Jair Bolsonaro relacionadas con el descrédito de las autoridades científicas, las distorsiones sobre la gravedad de la enfermedad, las medidas de combate, la eficacia de las vacunas y la indicación de medicamentos y tratamientos sin efecto comprobado son parte de prácticas de desinformación.

Palabras-clave: *Desinformación; Práticas desinformativas; Desinfodemia; Jair Bolsonaro.*

ABSTRACT

Fake news, fake sciences, scientific denialism, conspiracy theories and false testimonies were some of the Federal Government's disinformation strategies that marked the COVID-19 disinfodemic scenario in Brazil. This article aims to understand the misinformation spread during the COVID-19 disinfodemic in Brazil as disinformation practices. It is based on the analysis of President Jair Bolsonaro's public statements during the first two years of the pandemic based on the categories of disinformation verified by the fact-checking agency Aos Fatos, which are part of the special “All Bolsonaro's statements verified”. Note that President Jair Bolsonaro's statements related to the discredit of scientific authorities, distortions about the severity of the disease, combat measures, the effectiveness of vaccines and the indication of medicines and treatments with no proven effect are part of disinformation practices.

Keywords: *disinformation; disinformational practices; disinfodemy; Jair Bolsona*

Introdução

A propagação do vírus SARS-CoV-2 impôs aos países desafios econômicos, políticos, socioculturais e informacionais que demandaram estratégias responsivas para superar dificuldades relacionadas não apenas às limitações dos sistemas de saúde e do modelo de produção capitalista, que provocaram desigualdades e desumanidades durante a pandemia, mas, sobretudo, ao modo de propagação de desinformação em grande escala.

Nesse contexto, o neologismo “infodemia”¹ - utilizado por Rothkopf (2003) em artigo jornalístico publicado no Washington Post em menção à desinformação relacionada à pandemia da SARS - voltou a ser referenciado no histórico discurso do diretor-geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, durante a Conferência de Segurança de Munique, em fevereiro de 2020². Essa conjuntura, definida por Zattar (2020) como “desinfodemia”³, trata-se de um conjunto de desinformação propagado em meio à pandemia de modo a expor as pessoas aos riscos das informações falsas baseadas na deslegitimação da produção do conhecimento científico, por exemplo.

No curso de um tempo em que novos marcos socioinformacionais são delineados sob a mediação das plataformas sociodigitais, dos algoritmos e *bots* integrados a uma perspectiva do capital financeiro, das *fake science*⁴ às *fake news*, do negacionismo científico às teorias da conspiração e testemunhais falsos, as práticas de produção informacional na desinfodemia evidenciam uma relação de busca, acesso, uso, compartilhamento e apropriação das informações que transcende os comportamentos individuais espontâneos.

Na medida em que se desenvolvem a partir de uma escolha deliberada pela desinformação, que passa a ser produzida, consumida e compartilhada com objetivo de influenciar pessoas e induzir suas ações no mundo, ou mesmo gerar uma sensação de pertencimento a um grupo, ou, ainda, como uma forma de promover o status social desejado, tais práticas incorporam um elemento intencional e, em alguns casos, inclusive, estratégico. Ao assumirem esse direcionamento, essas práticas poderiam ser categorizadas e, assim, denominadas como práticas desinformacionais. Tal circunscrição evidencia o diferencial

¹ Definida pela Organização Panamericana de Saúde (2020) como o excesso de informações sobre uma pandemia, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa.

² Discurso disponível no portal da OMS:

<https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>

³ Segundo Poseti e Bontcheva (2020) está relacionada à desinformação sobre a pandemia com impacto direto na sociedade com objetivo de minar a validade do conhecimento científico e criar confusão referente à ciência médica.

⁴ Segundo Schulz (2018) a *fake science* seria o que se chama de pseudociência, ou seja, algo que se pretende passar por ciência sem o seu estatuto, com respaldo, algumas vezes, da própria comunidade científica que, ao perder rigor nas suas práticas, acaba promovendo, senão a falsa ciência, pelo menos uma ciência de baixa qualidade.

imposto pela desinformação de modo a descortinar um viés de poder e estratégia que produz tensão entre os significados individuais e coletivos das informações.

Nesse sentido, este estudo objetiva compreender a desinformação propagada pelo então presidente Jair Bolsonaro durante a desinfodemia de COVID-19 no Brasil como práticas desinformacionais. Para tanto, baseou-se em uma pesquisa empírica, descritiva e documental, que apresenta parte dos resultados de uma tese de doutorado. Como recorte empírico, utiliza-se das categorias de desinformação verificadas pela agência de fact-checking⁵ Aos Fatos, com selo de falso (atribuído à notícias ou boatos com informações sem amparo factual cujos dados objetivos as contradizem), que integram o especial “Todas as declarações de Bolsonaro checadas”.

Foi considerado o conteúdo filtrado pela categoria “coronavírus”, difundido em entrevistas realizadas durante o período de 28 de janeiro de 2020 a 28 de janeiro de 2022. O conteúdo recuperado foi analisado utilizando o método de análise categorial de Bardin (2011). O período analisado compreende dois anos do período de mandato do Presidente Jair Bolsonaro (aqui tratado como presidente para chamar a atenção para o fato de que os fatos ocorreram em um período histórico em que ainda era o líder do executivo federal).

O artigo encontra-se estruturado em três seções, além desta introdução. Na primeira, são apresentadas as principais categorias analíticas utilizadas, em especial, a de práticas desinformacionais; na segunda, a partir destas categorias, são expostos os resultados da análise/interpretação dos dados empíricos e, por fim, na terceira e última, realiza-se uma síntese destes resultados e se indicam as limitações e contribuições do trabalho para a compreensão deste multifacetado e multideterminado fenômeno, que é a desinformação.

Práticas desinformacionais: construções sistemáticas para desinformar

Com vistas à compreensão dos processos de produção, compartilhamento, acesso e uso da informação situada sob a perspectiva dos sujeitos que compõem a sociedade, os estudos da informação desenvolveram as suas bases epistemológicas direcionadas à vertente social. Nessa vertente, um estudo relevante foi desenvolvido por Savolainen (1995), que buscou analisar os fenômenos relacionados à busca e ao uso da informação como práticas cotidianas, o que, posteriormente, denominou de práticas informacionais.

Práticas informacionais é um conceito guarda-chuva considerado por Savolainen (2007) como adequado para investigar e descrever fenômenos relacionados à busca, ao uso e ao compartilhamento da informação. Fatores contextuais e sociais influenciam esses fenômenos e são abordados de forma distinta daquela dos estudos sobre comportamento

⁵ Serviço jornalístico de verificação de declarações e checagem de fatos.

informacional. (Rocha, Duarte e Paula, 2017, p. 4).

Os estudos inseridos nesse campo utilizam dos contributos conceituais das abordagens sobre comportamento e necessidade informacional, associados, predominantemente, ao modelo teórico praxiológico de Pierre Bourdieu. Nesse sentido, buscam conceber uma abordagem que seja capaz de intermediar as diversas relações informacionais no âmbito social. Assim como o proposto por Bourdieu (1996) na Teoria da Prática, o enfoque teórico da abordagem das práticas informacionais consiste em superar a visão dicotômica de oposição entre os pólos objetivos e subjetivos da sociedade.

A abordagem das práticas informacionais requer, em primeiro lugar, uma renúncia às perspectivas metodológicas e teóricas objetivista e subjetivista. O quadro teórico de estudos sob essa perspectiva não deve partir dos modelos de comportamento informacional já conhecidos na literatura da CI. É preciso se atentar para os conceitos de prática e suas diferentes abordagens e implicações teórico-metodológicas. (De Freitas Rocha, Krempser Gandra, Pereira Rocha, 2017, p. 105).

Assim, entender como se dão as relações informacionais de um grupo, ou de sujeitos específicos, a partir da perspectiva das práticas informacionais, requer a análise sistêmica não apenas das motivações internas que provocam um determinado comportamento ou uma necessidade de informação, mas, sobretudo, do contexto social que estabelece as posições dos agentes no campo, de acordo com os capitais distribuídos.

Nesse sentido, conforme esclarece Araújo (2020), os estudos em práticas informacionais não foram pensados em substituição aos modelos teóricos concebidos anteriormente, a exemplo dos estudos de uso e de comportamento informacional, mas, complementarmente, oferecem uma alternativa avançada para analisar outros aspectos fundamentais da realidade social na qual os sujeitos informacionais agem e se relacionam.

Eles surgiram em épocas diferentes, o que pode causar, ocasionalmente, a impressão de ter havido uma evolução ou superação de um modelo por outro. Uma análise mais rigorosa, contudo, mostra que o que existe, na verdade, é uma perspectiva de complementaridade. Os estudos de uso, que surgiram primeiro, se constroem numa perspectiva que permite o estudo e pesquisa de determinados aspectos da realidade. A abordagem de comportamento informacional, que surgiu depois, emergiu exatamente para o estudo de determinadas questões e aspectos que não eram cobertos pela abordagem anterior, sem pretender substituir os estudos de uso. Da mesma forma, alguns anos depois, surgiram os estudos em práticas informacionais, mais uma vez com a perspectiva de estudar determinados aspectos e dimensões da realidade que nenhuma das outras duas abordagens estudavam. (Araújo, 2020, p. 26).

Ao refletir sobre as nuances políticas, sociais, culturais e econômicas que regem a sociedade brasileira - e que são evidenciadas nas práticas informacionais cotidianas - a partir do pressuposto de que “não podemos capturar a lógica mais profunda do mundo social a

não ser submergindo na particularidade de uma realidade empírica historicamente situada e datada” (Bourdieu, 1996, p. 15), compreender a desinformação como prática vinculada a um certo campo é preponderante para a análise de um cenário informacional.

No campo da desinfodemia de COVID-19, algumas práticas organizadas e operadas a partir de elementos objetivos e subjetivos - construções sistemáticas de desinformação e recursos materiais estratégicos, geralmente marcadas por um viés autoritário e obscurantista - que fragmentam a estabilidade das práticas informacionais até então legitimadas pela ciência, poderiam ser definidas como práticas desinformacionais.

Em um campo social no qual a informação disseminada é socialmente construída para servir aos interesses particulares de grupos que rejeitam as questões éticas, a verdade científica e a emancipação dos sujeitos, e que primam sistematicamente pelos capitais de ordem financeira e política sem considerar o prejuízo da propagação do ódio, preconceitos e violências, podemos aferir que estariam sendo desenvolvidas práticas desinformacionais.

A construção social e sistemática dessas práticas pode ser evidenciada a partir de alguns mecanismos de desinformação apresentados por Brisola e Bezerra (2018, p. 3320):

- a) O alinhamento aos interesses do poder econômico e do poder político nos meios de informação e comunicação;
- b) A dificuldade do usuário/leitor de interpretar as origens alinhamento, fundamentos, contextos, funcionamentos e motivações das informações e fatos (...);
- c) O apartamento da ética de maneira geral (...);
- d) A elaboração da maioria das notícias que circulam nos meios de comunicação hegemônicos e nas redes sociais de forma resumida, sem crítica, sem contraste, baseada em uma fonte interessada ou em interesses que não estão claros;
- e) A manipulação do silenciamento, (...);
- f) O excesso de informação e a dificuldade em filtrar e selecionar as informações;
- g) O excesso de comoção e aderência a sentimentos e afetos ao invés da razão;
- h) A adesão ou condução a uma interpretação e visão de mundo que já vêm prontas;
- i) O tratamento desigual das garantias democráticas, dos direitos humanos e silenciamento e apagamento daquilo que não interessa a quem propaga ou produz a notícia;
- j) A produção e disseminação de informações sem contexto nem antecedentes, de forma incompreensível, com pontos de vista e escolhas tendenciosas;
- k) A definição de hierarquias pré-estabelecidas (...)
- l) A fetichização do imagético.

Em conjunto com tais mecanismos, contribuem para a eficácia das práticas: as operações dos sistemas simbólicos estruturais, como a religião; o negacionismo científico; o obscurantismo; e, sobretudo, o entrelaçamento das tecnologias digitais de informação com o poder econômico, que utiliza das práticas desinformacionais como recurso estratégico.

As declarações do presidente Jair Bolsonaro como práticas desinformacionais

Ao todo foram utilizadas para análise neste estudo 119 práticas desinformacionais

propagadas nas plataformas sociodigitais pelo Presidente Jair Bolsonaro. O conteúdo foi categorizado de acordo com a quantidade de registros recuperados sobre a COVID-19, classificados como: pandemia no mundo, características da doença, formas de contágio, letalidade do vírus, críticas às medidas de combate ao vírus, postura do Governo para gerenciar a crise, tratamentos, vacina, politização da pandemia e impactos socioeconômicos. Dentre o conteúdo recuperado, apresentamos alguns exemplos de práticas desinformacionais presentes em cada categoria (Quadro 1), que contam com elementos característicos, como nuances estratégicas e intencionais, e as artimanhas de manipulação.

Quadro 1 – Práticas desinformacionais propagadas pelo YouTube

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
PANDEMIA NO MUNDO	20/03/2020
“A Itália tá entrando praticamente na descendente.”	https://www.youtube.com/watch?v=xlFTXa6fjxE
CARACTERÍSTICAS DA DOENÇA	29/03/2020
“O país só fica isento dela [COVID-19], imune, depois de 60%, 70% for infectado.”	https://www.youtube.com/watch?v=buvL3uZ9CcM
FORMAS DE CONTÁGIO	17/03/2020
“E lá dentro [de igrejas], com todas as medidas d afastamento, de... etc, não tem a possibilidade, a possibilidade de transmitir o vírus é quase zero.”	https://www.youtube.com/watch?v=aUrNI9hxcY8
LETALIDADE DO VÍRUS	27/03/2020
“Para 90% da população, é uma gripezinha ou nada”.	https://www.youtube.com/watch?v=Q8DaRmkkkq8
CRÍTICAS ÀS MEDIDAS DE COMBATE AO VÍRUS	07/04/2021
“Ficar em casa não é solução para ninguém. Não vai dar certo.”	https://www.youtube.com/watch?v=MemGwoQhIek&t=353s
POSTURA DO GOVERNO PARA GERENCIAR CRISE	15/06/2021
“E nós fomos avisados informalmente [da crise de oxigênio em janeiro deste ano] e tomamos providência rapidamente para colaborar com o estado do Amazonas.”	https://www.youtube.com/watch?v=8Hkgmp0nnzc
TRATAMENTO	15/01/2021
“E mesmo sendo excretado muitas vezes, continuo falando na ivermectina, na hidroxicloroquina como um remédio para combater a COVID-19.”	https://www.youtube.com/watch?v=YDkNSIpuKQM
VACINAS	27/09/2021
“Eu perguntaria: a CoronaVac tem comprovação científica? Não tem.”	https://www.youtube.com/watch?v=Vhm9fz8dTtI

POLITIZAÇÃO DA PANDEMIA	30/04/2020
“Governadores e prefeitos que tomaram medidas bastante rígidas, não achataram a curva.”	https://www.youtube.com/watch?v=nw31o_MILO8
IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DA PANDEMIA	31/03/2020
“O que ele [o diretor da OMS] disse, praticamente? Em especial, os informais, tem que trabalhar.”	https://www.youtube.com/watch?v=oZoxT0idbd8

Fonte: Marques (2023)

Em março de 2020, início da pandemia, ao declarar que “A Itália tá entrando praticamente na descendente”, o Presidente Jair Bolsonaro ainda buscava aparentar um contexto de normalidade e mascarar a gravidade da situação no Brasil, provavelmente, utilizando ao seu favor o fato de que parte da população brasileira não acompanha os noticiários internacionais e poderia acreditar nas declarações pela confiança na autoridade.

A fala em que declara que “O país só fica isento dela [COVID-19], depois de 60%, 70% for infectado”, por sua vez, omite a letalidade do vírus, provavelmente para evitar os custos com aquisição de vacinas e se afastar dos cientistas. A omissão é um recurso de desinformação para criar o que Wardle e Derakhshan (2017) denominam de falso contexto. É o que ocorre quando, numa prática de politização da Pandemia, o Presidente Jair Bolsonaro informa que “Governadores e prefeitos que tomaram medidas bastante rígidas, não achataram a curva”. Ele não mencionou que a adoção de tais medidas impediu que o número de mortos e contaminações por COVID-19 fosse maior. Da mesma forma, ao declarar que o diretor da OMS havia dito que os trabalhadores informais teriam que trabalhar, omitiu o trecho em que Tedros Adhanom fala sobre a necessidade de os governos garantirem a assistência às pessoas que trabalham informalmente, que ficariam sem renda durante o isolamento recomendado pela própria OMS durante a quarentena⁶.

Em alguns casos, como nas declarações sobre a transmissibilidade do vírus nas igrejas, a respeito da letalidade do vírus, do tratamento precoce ou da suposta ineficácia da Coronavac, trata-se, explicitamente, de conteúdo enganoso (Wardle; Derakhshan, 2017).

Alguns posicionamentos, quando observados fora de contexto, poderiam ser interpretados como opinião: “Ficar em casa não é solução para ninguém. Não vai dar certo”; ou como informação verídica: “E nós fomos avisados informalmente [da crise de oxigênio em janeiro deste ano] e tomamos providência rapidamente para colaborar com o estado do Amazonas”. Contudo, após análise relacional e cruzamento de informações que comprovam

⁶ Mais informações em:

<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/04/01/bolsonaro-distorce-fala-de-diretor-da-oms.htm>. Acesso em 3 ago. 2022.

a negligência do Governo Federal⁷, é possível dizer que se tratam de práticas de desinformação, e que tais práticas se organizam em torno de entendimentos, regras e afetividades (Schatzki, 2002) contrárias aos direcionamentos da OMS, conforme constatado por Pinto et al. (2020) e Pinto et al. (2022) ao analisarem as práticas comunicativas das autoridades de saúde brasileiras no Instagram durante os primeiros meses da pandemia.

A partir dessas práticas desinformativas propagadas no âmbito da desinfodemia de COVID-19 no Brasil é possível argumentar que há um fluxo conceitual padrão (Figura 1), uma vez que tais conteúdos são orientados por estratégias que favorecem a construção social do obscurantismo⁸, da negação do conhecimento e da valorização da ignorância. Essa construção promove a consolidação da desinformação implementada, inclusive por agentes estatais (Pinto et al., 2020), de modo a compor a realidade de infodemia, desinfodemia e negacionismo científico, atravessada, preponderantemente, pelas plataformas sociodigitais, as quais alimentam todo um sistema de poder e de dominação.

Figura 1 - Fluxo conceitual das práticas desinformativas



Fonte: Marques (2023)

Tais práticas desinformativas contribuem com o cenário de obscurantismo, que foi a base da desinfodemia no Brasil, propagando o negacionismo científico com larga contribuição das plataformas sociodigitais, a exemplo do YouTube, no qual ainda são disponibilizados vídeos com teor desinformativo. Ao considerar o conteúdo utilizado nesta

⁷ Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/f6622c79-4e71-41bc-aa72-4789bd97bb3c>. Acesso em: 25 jan. 2022.

⁸ Retrocesso civilizatório de rejeição aos princípios políticos democráticos definido por Duarte (2018) pela negação entre a dialética entre ignorância e conhecimento. Na atualidade se apresenta com algumas peculiaridades como o emprego da Internet para a difusão de fake news.

análise, de um total de 119 práticas desinformativas propagadas nas plataformas sociodigitais pelo Presidente Jair Bolsonaro, a grande maioria (99 registros) foi publicizada pelo YouTube, seguido de CNN Brasil⁹, com 10 postagens; Facebook, com duas entrevistas; e Twitter, com dois registros. Acredita-se que o desenho dessa conjuntura reforça um sistema de poder e dominação que, recursivamente, alimenta essas estratégias para se reafirmar. Por isso as práticas desinformativas constituem-se de forma cíclica.

O mesmo ocorre com as práticas desinformativas relacionadas à situação econômica do país. Ao disseminar a desinformação de que o Brasil teria muitas despesas decorrentes das medidas tomadas para conter a propagação do vírus (Quadro 2), o Presidente Jair Bolsonaro adotou um direcionamento estratégico para tentar justificar a falta de ações relacionadas à gestão da pandemia ao mesmo tempo em que tentou blindar-se contra futuras críticas ao desenvolvimento de sua política econômica.

Quadro 2– Fake news sobre a situação econômica do país durante a pandemia

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
“Desde o começo eu falava: vamos nos preocupar com o vírus sim, mas não podemos deixar de lado a economia.”	11/10/2020 https://www.youtube.com/watch?v=GFGRwfG67a4
“O total de despesas foi mais R\$ 700 bilhões de endividamento.”	29/11/2020 https://www.youtube.com/watch?v=bemYbQ5HzR0

Fonte: Marques (2023)

Para tanto, utilizou-se de desinformação ao relatar que era possível combater o vírus mantendo a economia em pleno funcionamento. Essa falsa dicotomia, na verdade, reforça uma perspectiva obscurantista pois, naquela ocasião, outubro de 2020, não existia a possibilidade de vacinação e a única medida que poderia evitar a contaminação, de acordo com as orientações da OMS, era a restrição do contato com o vírus por meio do uso de máscaras ou, principalmente, por meio das medidas de restrição de circulação.

Além desses recursos exemplificados, as práticas desinformativas contam com a contribuição de outros fatores, como construção religiosa dos sujeitos informativos. Assim, o desenvolvimento das práticas desinformativas pode ser percebido no cenário da desinfodemia de COVID-19 no Brasil quando o Presidente Jair Bolsonaro difunde um conteúdo relacionado ao entendimento de que dentro de igrejas não haveria chance de transmissão do vírus (Quadro 3). Trata-se de uma estratégia para agradar uma parcela da sociedade que é uma das principais bases do seu eleitorado, eminentemente formado por

⁹ Canal de TV por assinatura com programação jornalística.

religiosos conservadores da igreja católica e evangélica. Nesta ocasião, estados e municípios tinham proibido a realização de aglomerações, incluindo os cultos e eventos religiosos.

Quadro 3 – Fake science sobre a transmissibilidade da COVID-19

FALA DO PRESIDENTE	DATA/FONTE
“E lá dentro [de igrejas], com todas as medidas de afastamento, de... etc, não tem a possibilidade, a possibilidade de transmitir o vírus é quase zero.”	17/03/2020 https://www.youtube.com/watch?v=aUrNl9hxcY8

Fonte: Marques (2023)

Na conjuntura brasileira, considerando que grande parte da população segue algum tipo de religião, com evidência para as doutrinas de identificação cristã (católicos e evangélicos), e diante do entendimento de que essas estruturas simbólicas são regidas pela crença como principal elemento gerador de práticas, o desenvolvimento de narrativas de agentes que poderiam apresentar soluções milagrosas para problemas econômicos e sociais surge como mecanismo de poder e dominação eficaz. E mesmo diante de fatos moralmente questionáveis e de veracidade duvidosa, tais agentes em posição de poder conseguem justificar possíveis erros, lançando mão, para isso, da crença das pessoas.

Citam testemunhos das Escrituras, incitando seus homens a que mintam segundo o exemplo dos patriarcas, profetas, apóstolos e anjos. E ainda acrescentam que mesmo nosso Senhor Jesus Cristo também agiu dessa forma! E não encontrando outra maneira de demonstrar a veracidade de suas mentiras alegam que a verdade foi mentirosa (Agostinho, 2019, p. 58)¹⁰.

Nesse caso, o negacionismo científico não está relacionado tão somente ao desconhecimento das narrativas factuais e com amparo científico ou à crença dos sujeitos, mas pode estar balizado na necessidade de pertencimento a um determinado grupo que se identifica com essas narrativas, uma reação ao medo do que se apresenta como verdadeiro ou interesse em reprodução de um sistema que sustente suas regalias e seu modo de vida.

Além disso, há o que Proctor (2008) denomina de agnotologia, isto é, o processo de construção social da ignorância, que poderia ser compreendido como “um estado primitivo

¹⁰ Passagem de Agostinho (2019) direcionada aos cristãos denominados como Priscilianistas, que buscavam encontrar exemplos de mentiras nas sagradas escrituras para justificar como lícitas suas mentiras, alegando que as mesmas levariam os homens à salvação.

a ser preenchido por conhecimento, como construção passiva e como construção ativa” (Proctor 2008, p. 3). Neste último caso, enquanto uma iniciativa intencionalmente constituída, de acordo com Magnus (2008, p. 252), a ignorância está focada “na incerteza para evitar algo considerado indesejado”, é o que ocorre com relação às práticas desinformacionais relacionadas à negação da gravidade da pandemia, que, segundo Brasileiro (2020), são ajustadas para a manipulação do estado de incerteza informacional.

Perceberemos que o negacionismo e a condição da pós-verdade podem ser compreendidos como a produção planejada da ignorância em processos tecnopolíticos, cujo objetivo é negligenciar, produzir esquecimento, miopia, extinção, sigilo ou supressão do conhecimento histórico e científico, em nome de sectarismos e interesses particulares. (Miguel, 2021, p. 58)

Ou seja, a ignorância, conforme atesta Proctor (2008), nem sempre é uma omissão ou lacuna, mas uma produção ativa, parte de um plano deliberadamente projetado com finalidades específicas. No caso da desinfodemia de COVID-19 no Brasil, as práticas desinformacionais podem ser consideradas do ponto de vista material como componentes tangíveis e concretos, peças de um quadro político informacional no qual a ignorância associa-se à conjuntura social que reúne elementos atuais, como os filtros de bolha, a mediação algorítmica e a perda de credibilidade de autoridades, como a imprensa e a ciência, para constituir uma política informacional cuja metodologia é a desinformação.

Nesse sentido, algumas estratégias são evidentes: o ataque como tentativa de defesa; o fortalecimento da imagem associando-se a possíveis decisões de “parceiros” internacionais; e a utilização de *fake news*, teorias da conspiração, *bots* e testemunhais falsos, que já eram recursos utilizados pelo Presidente Jair Bolsonaro antes da Pandemia. Outro recurso utilizado foi a comunicação via plataformas sociodigitais ou veículos de comunicação alinhados ao Governo e ao movimento político de extrema-direita. Porém, a desinfodemia potencializou a utilização de tais recursos pelo Presidente Jair Bolsonaro.

Em complemento a essa reflexão, ressalta-se que, no Brasil, foram mais de 630 mil vidas perdidas para COVID-19; denúncias de corrupção e negligência contra o Governo Bolsonaro foram publicadas; instalou-se uma CPI da COVID-19 que, ao investigar os diversos atores indiciados, culpabilizou o Presidente Jair Bolsonaro pela crise instalada.

Após o período contemplado na investigação empírica realizada, em 2022, o Brasil vivenciou as eleições presidenciais e o candidato Jair Bolsonaro foi derrotado por Luiz Inácio Lula da Silva com uma diferença de 2 milhões de votos. O relatório da equipe de transição do novo Governo apresentou a informação de que a Emenda Constitucional 95/2016 (Governo Michel Temer) provocou perdas no SUS em torno de 60 milhões de reais. Além disso, o documento evidencia que o Governo Bolsonaro teria deixado os serviços de saúde

pública que dependem do Governo Federal em risco de colapso, o que comprometeu a compra de insumos, incluindo vacinas e medicamentos em geral.

Apenas em junho de 2023, às vésperas do julgamento junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) que avaliava a possibilidade de inelegibilidade, Jair Bolsonaro reconheceu que propagou *fake news* sobre a vacina de COVID-19 e pediu desculpas publicamente¹¹. Considerando o exposto até aqui, pode-se observar que as práticas desinformacionais foram construídas, de fato, intencionalmente para atender objetivos sistemáticos, e quem as propagou estava consciente de todo o processo. Percebe-se, ainda, que há uma clara identificação com interesses particulares e políticos em detrimento dos interesses coletivos, o que em um cenário pandêmico torna-se particularmente danoso.

Considerações finais

Durante a propagação do SARS-CoV-2, diferente do movimento político bolsonarista difundido e consolidado antes da pandemia, o Presidente Jair Bolsonaro desconsiderou o risco de aumento das mortes, potencializado pelos efeitos das práticas desinformacionais adotadas como contributos do movimento obscurantista que sustentou um sistema de poder e dominação ora beneficiados pela negação da preservação da vida e da manutenção de práticas informacionais amparadas pela égide da ética e da cidadania.

Nesse sentido, embora esta pesquisa contenha limitações, em parte pela necessidade de apresentar de forma resumida alguns dados que compõem uma tese de doutorado, buscamos oferecer uma contribuição relevante para os estudos da desinformação capaz de articular alguns conceitos que se entrecruzam no tecido social contemporâneo: desinformação e práticas informacionais. Acrescenta-se a isso o intuito de desenvolver um conhecimento acessível e comprometido com valores importantes para a sociedade brasileira. Acreditamos que isso se faz necessário para o encaminhamento de estratégias de enfrentamento, como o letramento midiático e informacional, associadas às políticas regulatórias do funcionamento das plataformas sociodigitais e gestão dos dados utilizados como parte de um sistema econômico do qual a desinformação se configura como parte. Toda essa lógica deve estar submissa às regras do bem viver e da cidadania.

REFERÊNCIAS

AGOSTINHO, Santo. **A mentira**: contra a mentira. São Paulo: Paulus, 2019.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O Fenômeno da pós-verdade e suas implicações

¹¹ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/06/18/jair-bolsonaro-desculpas-fakenews-vacina-grafeno.htm>. Acesso em 22 jun. 2023.

para a agenda de pesquisa na ciência da informação. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 25, p. 01-17, 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições70, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BRASILEIRO, Fellipe Sá. Emoções e redes colaborativas na resiliência informacional. **Liinc em Revista**, Brasília, v. 16, n. 2, p. 1-16, 2020.

BRISOLA, Ana; BEZERRA, Arthur Coelho. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018. Londrina. **Anais** [...]. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018, p. 3316-3330. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>. Acesso em: 19 mai. 2021.

DE FREITAS ROCHA, Eliane Cristina; KREMPSEK GANDRA, Tatiane; PEREIRA ROCHA, Janicy Aparecida. Práticas informacionais: nova abordagem para os estudos de usuários da informação. **Biblios**, Pittsburgh, n. 68, p. 96-109, jul. 2017. Disponível em: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1562-47302017000300007&lng=es&nrm=iso. Acesso em 15 mai. 2021.

DUARTE, Newton. O currículo em tempos de obscurantismo beligerante. **Revista Espaço do Currículo**, João Pessoa, v. 11, n. 2, p. 139-145, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/rec/article/view/ufpb.1983-1579.2018v2n11.39568>. Acesso em: 16 mai. 2021.

ENTENDA a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19: kit de ferramentas de transformação digital (Documento oficial: nº 9). Washington, D.C.: Organização Panamericana da Saúde, 2020. Licença: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em: 12 jan 2021.

MAGNUS, David. Risk Management versus the Precautionary Principle: Agnotology as a Strategy in the Debate over Genetically Engineered Organisms. In: PROCTOR, Robert N; SCHIEBINGER, Londa (ed.). **Agnotology**: the making and unmaking of ignorance. Stanford: Stanford University Press, 2008.

MARQUES, Juliana Ferreira. **Das práticas desinformacionais ao regime de desinformação: as narrativas do Governo Bolsonaro na pandemia de COVID-19**. 2023. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Ciência da Informação, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação. João Pessoa, 2023.

MIGUEL, Jean Carlos H. Pós-verdade ou produção da ignorância? In: Ciência, negacionismo e desinformação. **CTS em foco**. n. 05, out./dez. 2021. Disponível

em: https://www.researchgate.net/profile/Mariana-Lima-29/publication/355436224_Ignorar_os_saberes_do_campo_da_Saude_Coletiva_negacionismo_e_epistemologias_da_ignorancia/links/6170160e766c4a211cfc554e/Ignorar-os-saberes-do-campo-da-Saude-Coletiva-negacionismo-e-epistemologias-da-ignorancia.pdf#page=55. Acesso em: 10 fev. 2023.

PINTO, Pâmela Araújo; BRASILEIRO, Fellipe Sá; ANTUNES, Maria João Lopes; ALMEIDA, Ana Margarida Pisco. COVID-19 no Instagram: práticas de comunicação estratégica das autoridades de saúde durante a pandemia. **Comunicação Pública**, v. 15, n. 29, 2020.

PINTO, Pâmela Araújo; BRASILEIRO, Fellipe Sá; ANTUNES, Maria João Lopes; ALMEIDA, Ana Margarida Pisco. Face masks on Instagram: an analysis of public health authorities guidance toward prevention. **PROCEDIA COMPUTER SCIENCE**, v. 196, p. 409-417, 2022.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. **Desinfodemia: decifrar a informação sobre a COVID-19**. Paris, França: UNESCO, 2020. Disponível em: <https://gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/210118por.pdf>. Acesso em 2 ago 2021.

PROCTOR, Robert N. Agnotology: A Missing Term to Describe the Cultural Production of Ignorance (and Its Study). *In*: PROCTOR, Robert N.; SCHIEBINGER Londa. (eds.). **Agnotology: the making and unmaking of ignorance**. Stanford: Stanford University Press, 2008.

ROCHA, Janicy Aparecida Pereira.; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal.; PAULA, Cláudio Paixão Anastácio. Modelos de práticas informacionais. **Em Questão**, v. 23, n. 1, p. 36-61, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245231.36-61>. Acesso em: 21 jan. 2021.

SAVOLAINEN, Reijo. Everyday life information seeking: approaching information seeing in the context of way of life. **Library and Information Science Research**, n. 17, p. 259-294, 1995.

SCHATZKI, Theodore. R. **The site of the social: a philosophical account of the constitution of social life and change**. Pennsylvania: Pennsylvania State University, 2002.

SCHULZ, P. Falsa Ciência e Pós-Ciência? **Revista Com Ciência**. Labjor. 2018. Disponível em: <http://www.comciencia.br/falsa-ciencia-e-pos-ciencia>. Acesso em: 08 set. 2022.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinaryframework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 03 maio 2021.

ZATTAR, Marianna. Competência em informação e desinfodemia no contexto da pandemia de COVID-19. **Liinc em revista**, Rio de Janeiro, v. 16, 2020. Disponível em: [10.18617/liinc.v16i2.5391](https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5391) Acesso em: 22 dez. 2022

BIOGRAFIA DOS AUTORES

JULIANA FERREIRA MARQUES

Doutora em Ciência da Informação (PPGCI/UFPB - 2023). Mestre em Gestão de Organizações Aprendentes (MPGOA/UFPB - 2014). Especialista em Assessoria de Comunicação pela Universidade Potiguar - UNP (2013). Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba (2007). Assessora de comunicação da Universidade Estadual da Paraíba desde 2008. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisa em Sociologia, Comunicação e Informação (GEPSCI-UFPB). Representante da UEPB no Programa de Combate à Desinformação do Supremo Tribunal Federal (STF). Coordenadora do polo de João Pessoa do curso de Docência em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal do Espírito Santo (2021 até fevereiro de 2023). Representante dos técnicos-administrativos da UEPB no Conselho Superior Universitário, Consuni-UEPB (Biênio 2019/2021). Áreas de interesse: Desinformação, Práticas Informacionais, Regime de desinformação, Comunicação Pública, Educomunicação, Educação, Gestão Pública. Gestão de Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação.

E-mail de contato: julifmarques@servidor.uepb.edu.br

EDVALDO CARVALHO ALVES

Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (2007). Professor Associado do Departamento de Ciência da Informação (DCI) e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

E-mail de contato: edvaldocalves@gmail.com

FELLIPE SÁ BRASILEIRO

Pós-Doutorado em Ciências e Tecnologias da Comunicação pela Universidade de Aveiro (UA). Doutor e Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da UFPB. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

E-mail de contato: fellipesa@hotmail.com



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 93-112, jan-jun, 2024

Negacionismo à brasileira: os impactos da desordem informacional para o fenômeno da (des)infodemia no Brasil durante a pandemia da Covid-19

Negacionismo brasileiro: los impactos del desorden informativo em el fenómeno de la Infodemia em Brasil durante la pandemia de Covid-19

Brazilian denialism: the impacts of information disorder on the Infodemic phenomenon in Brazil during the Covid-19 pandemic

Olga Myllena Diniz Botelho SANTANA

Doutoranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia em cooperação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCI IBICT/UFRJ).

E-mail: myllena.diniz@gmail.com

Marcos Aparecido Rodrigues do PRADO

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/UFAL).

E-mail: marcos.prado@ichca.ufal.br

Enviado em: 09.07.2024

Aceito em: 14.08.2024

RESUMO

A pandemia da Covid-19 jogou luz sobre uma série de problemáticas de ordem social. Entre elas, a sensação iminente de medo na população mundial, pelo ineditismo da crise sanitária; o avanço exponencial da doença em meio às desigualdades impostas pela economia neoliberal; e o objeto central deste estudo: a ascensão do fenômeno da infodemia, caracterizada pelo fluxo exacerbado de informações (verdadeiras, falsas, incompletas ou retiradas de contexto). Diante disso, este artigo trata-se de uma reflexão teórica de natureza básica e do tipo exploratório, com delineamento bibliográfico e abordagem qualitativa acerca da disseminação da desinformação, como elemento da *desinfodemia*, produzida pela gestão de Jair Bolsonaro, durante a pandemia no Brasil. Com isso, possibilita a identificação de estratégias de desordem informacional a serviço de projetos políticos antidemocráticos, o que também possibilita um alerta para a informação e a ideologia como possíveis Determinantes Sociais de Saúde.

Palavras-chave: *Infodemia, Desinformação, Desordem Informacional, Desinfodemia, Covid-19.*

RESUMEN

La pandemia de Covid-19 ha arrojado luz sobre una serie de cuestiones sociales. Entre ellos, el inminente sentimiento de miedo en la población mundial, por lo inédito de la crisis sanitaria; el avance exponencial de la enfermedad en medio de las desigualdades impuestas por la economía neoliberal; y el objeto central de este estudio: el auge del fenómeno infodémico, caracterizado por el flujo exacerbado de información (verdadera, falsa, incompleta o sacada de contexto). Ante esto, este artículo es una reflexión teórica de carácter básico y exploratorio, con un bosquejo bibliográfico y un enfoque cualitativo en torno a la difusión de información errónea, como elemento de la *desinfodemia*, producida por la administración de Jair Bolsonaro, durante la pandemia en Brasil. Esto permite identificar estrategias de desorden informacional al servicio de proyectos políticos antidemocráticos, lo que también permite alertar sobre la información y la ideología como posibles Determinantes Sociales de la Salud.

Palabras-clave: *Infodemia, Desinformación, Desorden Informacional, Desinfodemia, Covid-19.*

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has shed light on a series of social issues. Among them, the imminent feeling of fear in the world population, due to the unprecedented nature of the health crisis; the exponential advance of the disease amid the inequalities imposed by the neoliberal economy; and the central object of this study: the rise of the infodemic phenomenon, characterized by the exacerbated flow of information (true, false, incomplete or taken out of context). In view of this, this article is a theoretical reflection of a basic and exploratory nature, with a bibliographical outline and a qualitative approach regarding the dissemination of misinformation, as an element of the *disinfodemic*, produced by Jair Bolsonaro's administration, during the pandemic in Brazil. This makes it possible to identify strategies of informational disorder in the service of anti-democratic political projects, which also enables an alert to information and ideology as possible Social Determinants of Health.

Keywords: *Infodemic, Disinformation, Information Disorder, Disinfodemic, Covid-19.*

Introdução

Na obra *O Novo Iluminismo*, Pinker (2018) detalha como os ganhos da longevidade, na história da Humanidade, foram possíveis por meio da superação de forças da “morte”: doença, fome, guerra, homicídio e acidentes. Sobre elas, ele destaca a mais impactante de todas:

Durante a maior parte da história humana, a mais devastadora causa de morte foram as doenças infecciosas – a perversa característica da evolução na qual organismos minúsculos que se reproduzem rapidamente, sustentam-se às nossas custas e pegam carona de corpo em corpo em insetos, vermes e eflúvios corporais. Epidemias matavam milhões, dizimavam civilizações inteiras e traziam sofrimentos súbitos a populações de toda uma região (Pinker, 2018, p. 87).

Um ano após a publicação do livro, em dezembro de 2019, a cidade de Wuhan, capital de Hubei, na China, virou palco da proliferação de uma aparente pneumonia misteriosa. Em poucos dias, o volume de casos já era notificado à Organização Mundial de Saúde (OMS), fruto de uma nova cepa do coronavírus, sem incidências anteriores em seres humanos. Tratava-se da infecção pelo Sars-CoV-2, cuja doença seria denominada Covid-19. Neste momento, teve início um importante marco temporal do século XXI, sem precedentes, que cindiu as interações socioeconômicas, culturais, pessoais e institucionais em *pré* e *pós-pandemia*. Não à toa, haja vista que esta pandemia, considerada a maior crise sanitária da História, resultou em mais de 765 milhões de casos confirmados e 7 milhões de óbitos (OMS, 2023).

A rápida proliferação da doença por todos os continentes e os altos índices de letalidade, vistos em raros momentos da Humanidade – como no caso da Peste Negra, no Século XIV, e da Gripe Espanhola, nas primeiras décadas do Século XX –, exigiram ações drásticas e efetivas para o controle da contaminação pelo vírus, até então desconhecido.

O mundo já havia sido apresentado a outras categorias de coronavírus – HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63, HCoV-HKU1, Sars-CoV e Mers-CoV (Opas, 2023) – mas nenhuma com potencial de contaminação tão veloz quanto o Sars-CoV-2, diante da ausência de vacinas e de condutas clínicas específicas.

Neste emaranhado, a contaminação pela Covid-19 diferiu das demais, sobretudo, pela “capacidade de afetar e vulnerabilizar todas as pessoas, em todos os lugares e ao mesmo tempo, exatamente como a globalização neoliberal” (Romano *et al.*, 2020). Diferente das

outras, essa pandemia afetou o centro do mercado. Além disso, também foi encarada a partir da dimensão ideológica do discurso, que vincula o poder ao controle da crise – diferentes instituições, principalmente os Estados, se colocaram em uma batalha epidemiológica e política contra o vírus.

Somado a esses dois aspectos, outro acontecimento ganhou evidência: a *infodemia*, “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (Opas, 2020), sobretudo diante da Era das Redes Sociais, na qual as informações circulam de modo exponencial, sem filtros de confiabilidade.

Notadamente, a vigilância epidemiológica exigiu políticas de contingenciamento em todo o mundo, com a adoção de medidas de distanciamento social, prevenção de contágio e deflagração de estado de calamidade pública, em meio às inseguranças e aos questionamentos sobre o grau de periculosidade do vírus. E, como agravante, esse panorama se desenrolou em meio ao cenário inédito de fluxo exacerbado de informações, em escalas exponenciais – reforçado por ideologias políticas, em meio a um contexto de polarização, típico das situações de anormalidade e marcado pela ascensão da desordem informacional, com suas distorções, omissões de contexto e enviesamento das notícias (Heller; Jacobi; Borges, 2020).

Com base nesse panorama, este artigo se caracteriza como uma reflexão teórica de natureza básica e do tipo exploratório, com delineamento bibliográfico e abordagem qualitativa. Assim, a análise repercute sobre os possíveis impactos decorrentes da desordem informacional para a propagação da infodemia, a partir da gestão de Jair Bolsonaro, durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. O intuito é apresentar reflexões sobre a infodemia no contexto da Covid-19 e identificar as implicações da desinformação para o agravamento da crise sanitária.

Para isso, o estudo leva em consideração não os aspectos biológicos do contexto pandêmico, mas questões de ordem social, derivadas da dinâmica informacional vigente, por meio do qual o excesso de conteúdo contribui para que as pessoas se sintam “[...] ansiosas, deprimidas, sobrecarregadas, emocionalmente exaustas e incapazes de atender a demandas importantes” (Opas, 2020).

Então, compreender essa dinâmica e pensar soluções que possam gerenciar crises desse tipo são elementos de interesse da Comunicação, da Ciência da Informação e das diferentes especialidades da Saúde, principalmente quando o foco está na mediação, produção e gestão informacional como mecanismos de fortalecimento e disseminação de projetos políticos – que podem, inclusive, ameaçar as democracias.

A questão da (des)informação

No Brasil, o direito à informação é garantido pela Constituição de 1988, como disposto no artigo 14, no qual é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional (Brasil, 1988). No artigo 196, a Carta Magna também é clara em relação à outra garantia fundamental a todo e qualquer cidadão brasileiro: “A saúde é direito de todos e dever do Estado” (Brasil, 1988). Juntas, informação e saúde estabelecem uma relação intrínseca, de modo que são retroalimentadas, uma pela outra, na própria dinâmica social. Os diferentes eventos registrados ao longo da História revelam como o acesso à informação plena é fundamental para uma promoção, efetiva, da saúde pública.

Aqui, cabe considerar a informação como fenômeno social coletivo, por meio do qual o conhecimento resulta da interação do indivíduo com o meio. Portanto, o fenômeno informacional é pensado a partir de uma perspectiva social, pautada na lógica do regime de informação. Ou seja, trata-se de um olhar para a informação construída (Ramalho *et al.*, 2007), fruto de regimes que estabelecem um modo de produção informacional dominante, a partir dos quais são definidos sujeitos, instituições, normas e padrões de seletividade (González de Gómez, 2002). O conteúdo informacional, portanto, não é um recurso neutro ou objetivo, mas moldado e influenciado por uma série de elementos contextuais. Então, não cabe pensar apenas a respeito do conteúdo informacional disseminado, mas em quem o produziu e a serviço de quais interesses.

Dotada de politicidade e interesses, essa estrutura também é responsável pela produção desordem informacional – ou desinformação –, como é compreendida a “informação falsa, enganosa e/ou imprecisa, que pode ser criada propositalmente com prejuízo a alguém ou erroneamente” (Moura; Furtado; Belluzzo, 2019, p. 38). Mas seriam informação e desinformação fenômenos propriamente distintos?

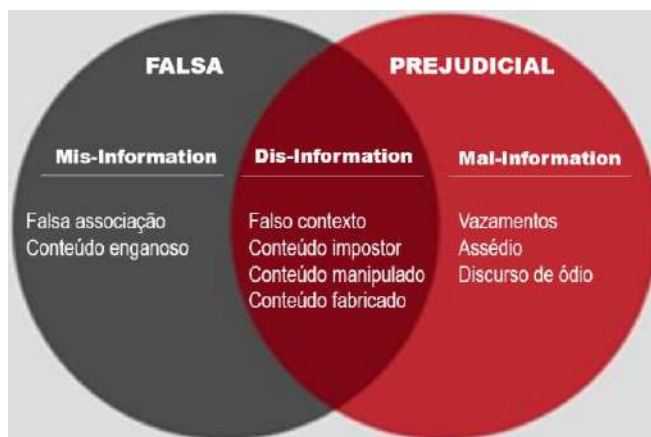
Heller, Jacobi e Lima (2022) consideram a desinformação um elemento da própria informação, mas com tendência que agrega a deturpação (consciente ou não) de sentido na transmissão de enunciados discursivos como fator comunicacional. Eles consideram que informação carrega desinformação. Para isso, tomam como parâmetro três questões: i) o excesso de dados, que pode gerar sensação de ansiedade informacional paralisante; ii) a incapacidade biológica de reter e analisar todos os vieses de uma informação; e iii) toda informação contém a carga ideológica de quem a produz e dissemina. Ideia que também já era defendida por Moura, Furtado e Belluzzo (2019), que apontam a desinformação como a informação que desinforma, que aliena.

Mas a conjuntura atual coloca o fenômeno como algo ainda maior e mais complexo, com possibilidades diversas no papel de impossibilitar o acesso à verdade e à construção de conhecimento bem fundamentado, seja por meio da intencionalidade ou não. Isso porque a desordem informacional, conforme conceituação estabelecida por Wardle e Derakhshan (2017), apresenta-se em três categorias – *mis-information*, *mal-information* e *dis-information*:

Mis-information é quando informações falsas são compartilhadas, sem intenção de causar danos; *dis-information* é quando informações falsas são conscientemente compartilhadas para causar danos; e *mal-information* ocorre quando informações genuínas são compartilhadas para causar danos, muitas vezes movendo informações projetadas para permanecer privadas na esfera pública (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 5, tradução nossa).

Como se observa pela citação apresentada acima, há nuances específicas para se compreender os aspectos funcionais de deturpação do conteúdo informacional. Com isso, Wardle e Derakhshan (2017) buscam ampliar categorias sistemáticas de tratamentos à desordem da informação. Assim, verifica-se que há características para distinguir informações falsas daquelas prejudiciais. E é nesse sentido que Wardle e Derakhshan (2017) defendem três modalidades estruturantes a respeito da desordem persistente na atualidade sobre o conteúdo informativo.

Fig 1. Desordem da informação.



Fonte: Wardle e Derakhshan (2017, tradução nossa).

Nota-se que o modelo acima considera a intenção para o engano, como determinante para cada uma das categorias. Contudo, evidencia-se não só o desafio de mensurar a intencionalidade do interlocutor e/ou do produtor da informação, mas como essa intencionalidade pode se manifestar, explícita e implicitamente, uma vez que “[...] apesar da intencionalidade ser uma ação consciente e dirigida a um propósito, ela pode ser gerada e formar necessidades, interesses e desejos oriundos de imposições externas camufladas” (Sanchez *et al.*, 2022, p. 7). Por isso, *disinformation* e *misinformation* fundem-se entre si, já que o dano sempre existirá, independente da existência ou não de intencionalidade.

Na contemporaneidade, o problema torna-se ainda mais grave, já que as Tecnologias de Informação e Comunicação acionaram novos atores: qualquer indivíduo pode criar e disseminar conteúdos, a qualquer hora, de qualquer lugar, com amplo alcance e livremente. Trata-se de milhares de produtores e reprodutores de desinformação.

A problemática atingiu escalas tão grandes que culminou na elaboração de relatório da Comissão da União Europeia, em abril de 2018. O documento destaca como o fenômeno abala a confiança nas instituições e nos meios de comunicação, enfraquece a liberdade de expressão, causa oscilações na opinião pública, bem como prejudica as democracias — seja por comprometer a capacidade de tomar decisões bem-informadas, seja por, na maioria das vezes, corroborar com pensamentos extremistas.

Não obstante, a Comissão Europeia (2018) ainda apontou as três possíveis causas para a propagação da desinformação: i) um conjunto de fenômenos que afetam sociedades

que passam por rápidas mudanças, sejam culturais ou econômicas, propiciando a desinformação e, assim, um cenário de tensão social, polarização e desconfiança; ii) se manifesta no contexto de uma comunicação social em transformação; e iii) as tecnologias adotadas pelas redes sociais são manipuladas para a propagação da desinformação, passando pelas etapas de criação, ampliação e divulgação pelos utilizadores.

Essa manipulação se agrava porque perpassa, cada vez mais, a mimetização da verdade, visto que “a desinformação se configura hoje como dinâmica de produção, circulação e validação de pseudocertezas, isto é, de informações que tendem a se aproximar de uma suposta verdade (correspondência com o fato, o acontecido), quando, com efeito, são mensagens distorcidas” (Salgado; Mattos, 2021, p. 46).

Tal conjuntura demonstra um prejuízo à razão em detrimento de discursos e comportamentos fundamentados em crenças, corroborados por preconceitos e ideias preestabelecidas, típicos da pós-verdade. Como alerta Araújo (2020), esse cenário traz desdobramentos e implicações com impactos na democracia e na tolerância, repercutindo em diversas questões de ordem social, como populismo, autoritarismo e discurso de ódio.

A problemática da (des)infodemia

A pandemia da Covid-19 jogou luz sobre uma problemática com raízes anteriores à própria crise sanitária acarretada pelo vírus Sars-CoV-2: *a epidemia da informação*, que já crescia exponencialmente, no século XXI, mas ganhou seu verdadeiro protagonismo, durante a maior emergência de saúde pública da história da Humanidade.

A epidemia da informação ganhou contornos tão relevantes no contexto social que tem sido objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento. O fenômeno tem sido abordado a partir do conceito de infodemia, para designar o “grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo, devido a um evento específico” (Opas, 2020, p. 2), como no caso da pandemia da Covid-19.

A infodemia, apesar de ser um fenômeno antecedente ao surgimento do Sars-CoV-2, “[...] cunhado primeiramente em 2003, no *The Washington Post*, que reúne morfemas provenientes dos vocábulos informação e epidemia” (Santos *et al.*, 2020), apresenta-se como

um desdobramento pandêmico e torna urgente a análise da cadeia informativa, que, mesmo antes, já passava por diversas transformações.

Vale frisar que o fenômeno se caracteriza, fundamentalmente, pelo excesso de informações. Portanto, “não está relacionada à qualidade ou ao tipo de informação e sim à quantidade de modo primário, ou seja, o excesso de informação atrapalha na verificação da confiabilidade e/ ou da veracidade” (Zattar, 2020, p. 3).

De tal modo, a infodemia evidencia, sobremaneira, a problemática da rápida e exponencial propagação da desinformação, que “[...] se expande no mesmo ritmo que a produção de conteúdo, e as vias de distribuição se multiplicam” (Opas, 2020). Sobre isso, destaca-se:

Esse fenômeno tem tomado maiores proporções em uma sociedade imersa no ciberespaço, devido à extensão e variedade de conteúdos em redes sociais que podem ser criados e agregados pelo usuário. Nessa direção, a infodemia é um problema social que pode ter consequências drásticas: o compartilhamento contínuo de desinformação em meio a uma doença pandêmica pode gerar caos, surtos, pânico, desabastecimento, superlotação e a própria aceleração do processo epidêmico, que impactam diretamente em diversos setores, como na política, na economia e na saúde das pessoas (Santos *et al.*, 2020, p. 4).

Não à toa, em cartilha própria, a Organização Pan-Americana da Saúde (Opas, 2020) pontuou cinco dos principais riscos da infodemia para o agravamento da pandemia da Covid-19: dificultar que fontes idôneas e confiáveis sejam encontradas; as pessoas podem se sentir ansiosas, deprimidas e sobrecarregadas; pode afetar processos de tomada de decisões; não há controle da qualidade do material publicado; qualquer pessoa pode escrever e publicar qualquer conteúdo na rede.

Do mesmo modo, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) desenvolveu cartilha dedicada, especialmente, ao alerta sobre a *desinfodemia* – o contraponto intrínseco da infodemia, a *epidemia da desinformação*, desencadeada, segundo Zattar (2020), por cinco fatores: a pós-verdade, que também atua como um reforço às crenças e às opiniões dos indivíduos; a polarização, demarcada por ódio e intencionalidade; a relação produção \times consumo informacional; as tecnologias da informação e da comunicação; e a disseminação e o compartilhamento de informação na velocidade das mídias digitais.

Na cartilha da Unesco, Posetti e Bontcheva (2020) destacam como a desinfodemia fez uso de diferentes ferramentas, no âmbito digital, para proliferar campanhas antivacinas e desinformações políticas, a partir de textos, imagens, vídeos e demais recursos multimídia. O documento elenca quatro principais formatos de desinformação no contexto da Covid-19: a) narrações e memes emocionais; b) *sites* e identidades inventadas; c) imagens e vídeos fraudulentamente adulterados, inventados ou retirados de contexto; e d) infiltração e campanhas de desinformação planejadas. Portanto, nota-se que:

A desinfodemia surge como uma desinformação em meio à pandemia ao expor as pessoas aos riscos das informações falsas, a partir da deslegitimação da produção do conhecimento científico e exposição pública, com (*disinformation*) ou sem intencionalidade (*misinformation*), mas que o objetivo pode ser desde uma “brincadeira” até as disputas políticas ou as vantagens comerciais de um determinado grupo farmacêutico, por exemplo (Zattar, 2020, p. 6).

Posetti e Bontcheva (2020) também elencaram as nove principais temáticas a partir das quais essas desinformações foram produzidas, no contexto de desinfodemia: origens e disseminação do coronavírus e da doença Covid-19; estatísticas falsas e enganosas; impactos econômicos; desacreditar jornalistas e meios de comunicação confiáveis; ciência médica: sintomas, diagnóstico e tratamento; impactos na sociedade e no meio ambiente; politização; conteúdo promovido por atores que buscam ganho financeiro fraudulento; e desinformação focada em celebridades.

O cenário de desordem informacional em larga escala, tão exponencial que associou-se a um termo cujo morfema faz referência à palavra epidemia, refletiu no desequilíbrio de enfrentamento à crise sanitária, permeada pelo compartilhamento exacerbado de informações – sejam elas fidedignas, falsas, incompletas, apelativas, duvidosas ou retiradas de contexto –, muitas vezes, baseadas em crenças e valores individuais ou a serviço do interesse de determinados grupos sociais ou políticos, com impactos em tomadas de decisão que vão desde a procura ou não por vacina até a adoção de medidas preventivas de combate ao vírus.

Desinformação no contexto da polarização política brasileira

O Brasil tem um enorme passado pela frente, disse, certa vez, o ilustrador brasileiro Millôr Fernandes. Mas é exatamente o esquecimento da sua própria história que coloca o país de

volta a um contexto de polarização que, em um passado recente, fez eclodir um dos regimes mais autoritários que a Nação já presenciou, como foi a Ditadura Militar de 1964. A história brasileira, marcada por ambiguidades e “feita do encadeamento de eventos que se acumulam e evocam alterações substanciais, também anda repleta de seleções e lacunas, realces e invisibilidades, persistências e esquecimentos” (Schwarcz, 2019, p. 223).

A nova polarização brasileira, marcada pelo antipetismo, pelo conservadorismo e pela ascensão de uma extrema direita no Brasil – que encontrou no *Bolsonarismo* seu alicerce – *versus* os movimentos progressistas e uma esquerda ávida por reparações, desde o golpe que destituiu Dilma Rousseff, em 2016, serviu de pano de fundo para a construção de diferentes narrativas acerca da História recente do país.

Trata-se de uma redução do ambiente político e democrático a dois polos, cada vez mais, antagônicos. E esse fenômeno é corroborado pelos processos midiáticos, sobretudo no ambiente digital, no Brasil e no mundo – nos Estados Unidos, por exemplo, pesquisa sobre as origens e as consequências da polarização afetiva demonstra que “à medida que as pessoas passam mais tempo online e em sites de redes sociais, elas são mais propensas a serem expostas inadvertidamente a conteúdo polarizador por outras pessoas em sua rede” (Yengar *et al.*, 2019, p. 135). Além dela, a grande mídia também atua de forma preponderante para a disparidade e a construção de narrativas ideológicas que acentuam o distanciamento dos dois polos.

Assim, haja vista que polarizar implica em reduzir, evidencia-se uma limitação para a diversidade, o que representa uma ameaça à própria democracia – que é a maior garantia de que o debate entre os antagônicos possa existir, sem cerceamento de direitos e liberdades. Como pontua Schwarcz (2019):

As polarizações, como temos tentado explicar, têm o poder de matar a democracia, gerar uma retórica da divisão e eleger apenas demagogos que não representam os desejos de justiça, segurança, ética, igualdade, os quais, suponho, são de todos nós, brasileiros (Schwarcz, 2019, p. 235).

Tal dinâmica ecoa, de forma ainda mais expressiva, na era digital, pela ilusão da segurança de estar do outro lado da tela, do anonimato e da possibilidade de ativismo na palma da mão, a um clique, por meio de *likes*, comentários e compartilhamentos. Na rede, todo e qualquer usuário pode ser um porta-voz de um discurso ideológico, com ou sem

embasamento – o que torna as discussões acerca da ética no ambiente virtual ainda mais relevantes. Afinal, o ato digital nos dá ideia de realização e “de fato, ele realiza muita coisa, mas muda a qualidade da existência e, em muitos momentos, torna-se uma locupletação perigosa” (Tiburi, 2015, p. 140).

Desinformação no debate político da Covid-19 no Brasil

No caso do Brasil, a desordem informacional teve um contorno ainda mais perigoso, visto que contou com um “colaborar” do mais alto escalão – o ex-presidente Jair Bolsonaro –, que, em cadeia televisiva nacional, chegou a dizer: “Caso fosse acometido pelo vírus, não precisaria me preocupar, nada sentiria, ou seria, quando muito, acometido por uma gripezinha”, no dia 24 de março de 2020. Nesse rol, também entram “as *fake news* que afirmam que ‘existe um medicamento específico para o tratamento ou a prevenção da Covid-19’ (categoria ‘ciência médica: sintomas, diagnóstico e tratamento’) – essa é a notícia falsa mais disseminada pelo presidente Jair Bolsonaro” (Falcão; Souza, 2021, p. 66), em referência à hidroxicloroquina, medicação cuja eficiência nunca foi comprovada cientificamente para o tratamento da doença.

Desde a deflagração da Covid-19 no Brasil, o ex-presidente compartilhou, propagou e ajudou a produzir *fake news* acerca da doença, tornando-se um dos principais expoentes do discurso negacionista no país. Em meio à crise sanitária, “Bolsonaro disse que a pandemia não passava de uma gripezinha, falou que as ações de combate ao vírus representavam uma histeria e que a preocupação com o espalhamento da doença era uma fantasia propagada pela mídia” (Soares *et al.*, 2021, p. 75).

Ao considerar o posto ocupado, a cadeira do Executivo, Bolsonaro terminou por “validar” a perpetuação de desinformação, desacreditando a imprensa e a ciência – sobretudo, a nacional – entre seus seguidores e, também, entre a população de modo geral, que, habitualmente, busca nas autoridades uma voz oficial. Entre as práticas desinformativas que contaram com seu apoio, conforme Falcão e Souza (2021), destacam-se: o não uso de máscara; a participação em eventos com aglomerações; a alegação de que um histórico de atleta acarretaria minimização dos impactos da doença; e a afirmação de que havia uma supernotificação de mortes no país.

Conforme levantamento da agência *Aos Fatos*, plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos, Bolsonaro disse 6,9 informações falsas por dia, no ano de 2021.

O agravamento da pandemia em 2021 ajuda a explicar por que a retórica desinformativa de Bolsonaro atingiu um novo patamar. Somente sobre Covid-19, o presidente deu 1.278 declarações enganosas no ano passado, o que representa mais da metade (58,5%) de todas as alegações falsas ditas por ele desde que a doença surgiu (2.183) (*Aos Fatos*, 2022).

Entre as afirmações mais repetidas pelo presidente, está a de que “o governo federal agiu desde o início da crise para preservar vidas e empregos”, com 109 repetições, segundo checagem de *Aos Fatos*, que aponta 5,7 mil declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro, em 1,2 mil dias à frente da Presidência. A frase do presidente sugeria que saúde pública e economia haviam sido tratadas simultaneamente, com o mesmo peso. Mas, no relatório da agência, a informação é considerada falsa, pelas seguintes razões:

O presidente, porém, não tratou as duas questões com o mesmo peso, já que, desde o início da pandemia no país, tem minimizado os efeitos da Covid-19. Em diversas entrevistas e declarações públicas, Bolsonaro relacionou a doença a uma “gripezinha” e chegou a dizer, em discurso realizado no dia 18 de setembro, que o isolamento social seria “conversinha mole” e que as medidas de restrição de circulação seriam para “os fracos” (*Aos Fatos*, 2022).

Outra desinformação produzida por Jair Bolsonaro teve ainda mais repetições, 132 no total. Trata-se da seguinte afirmação: “Quis impor o ritmo do combate à pandemia, fui tolhido. Decisão judicial. Quem decide são os governadores e depois prefeitos, eu sou o último da fila. Eu baixo uma medida, o governador pode mudar, o prefeito pode mudar”. A declaração também foi considerada falsa, visto que o Supremo Tribunal Federal (STF) não limitou a atuação do presidente, mas concedeu a governadores e prefeitos a legitimidade para tomar medidas locais em relação à circulação de pessoas, sem que o Executivo pudesse derrubar as restrições – sobretudo, ao considerar o silenciamento e a inércia do Governo Federal sobre o tema.

Esse panorama revela, portanto, duas particularidades que circundam as discussões acerca da desinformação: “(1) não é possível avaliar a intencionalidade dos indivíduos na disseminação de desinformação e (2) os contextos do espelhamento de desinformação frequentemente estão associados a disputas de sentido, mais do que a simples intenção de

enganar” (Soares *et al.*, 2021, p. 76). Portanto, ela é utilizada a favor de atores e/ou grupos políticos.

Soares *et al.* (2021) destacam como o aplicativo *WhatsApp*, por exemplo, tornou-se uma ferramenta de amplo alcance para a reprodução de informações falsas, distorcidas ou manipuladas. A plataforma é vista como fonte de espelhamento central de desinformação, devido a funcionalidades técnicas, sob influência de *affordances*, “processo interativo entre a tecnologia e suas ferramentas e os usuários e as formas como se apropriam das ferramentas” (Evans *et al.*, 2017 apud Soares *et al.*, 2021, p. 77), ou seja, a plataforma está disponível para os usuários, mas cabe a eles a decisão do uso, da intencionalidade que darão ao seu acesso à ferramenta. E é exatamente esse caráter “intimista”, de pessoalidade, que torna a prática de desinformação ainda mais perigosa por meio do aplicativo.

Outro recurso adotado para a propagação da desordem informacional são as contas falsas, que, diferentemente de *softwares* automatizados dos *bots* (mais facilmente identificados), trata-se de “perfis construídos com precisão demográfica e psicológica com o intuito de interagir com pessoas reais, conquistar laços afetivos e influenciar a opinião em comunidades que debatem política” (Ortellado; Ribeiro, 2018, p. 7).

De tal forma, tecnologias da informação e da comunicação passaram a ser utilizadas para mimetizar conteúdos verídicos e “as notícias que refutam a veracidade dos acontecimentos, reservadas às prerrogativas da desinformação, tornaram-se práticas comuns no processo de modelar a opinião da sociedade e cooptar o senso comum” (Souza; Santos, 2020, p. 234).

Portanto, faz-se necessário atentar para um projeto político que se colocou e se manteve no poder por meio de práticas baseadas na produção de notícias falsas, na omissão e na distorção de informações, tanto no Executivo quanto no Legislativo. Um panorama que explicita como distorção e inversão atuam como desinformações de relevantes prejuízos, uma vez que a inversão é um tipo de distorção e distorcer é poder (Tiburi, 2015).

Diante desse panorama, ao considerar que todo governo busca usar a história a seu favor (Schwarcz, 2019), é urgente pensar qual enredo foi construído para o Brasil nos últimos anos. Afinal, “governos de tendência autoritária costumam criar a sua própria história –

voltar ao passado buscando uma narrativa mítica, laudatória e sem preocupação com o cotejo de fatos e dados – como forma de elevação” (Schwarcz, 2019, p. 225).

Não obstante, no Brasil, o governo federal também potencializou a desordem informacional, por meio da ocultação, da ausência de informações. O portal *Coronavírus Brasil*, por exemplo, responsável por apresentar uma gama de dados acerca da evolução da Covid-19 no País, no início da pandemia, por meio de gráficos, números, territorialidade e painel interativo – acessíveis ao público em geral e aos especialistas de diferentes segmentos – dispôs, inicialmente, de amplo potencial de produção e disseminação informacional. No entanto, foi retirado do ar e, em seguida, teve seus dados reduzidos aos balanços diários da Covid-19, em meados de junho de 2020, com a eliminação, inclusive, da possibilidade de *download* documental por parte dos usuários.

Tal prejuízo, apesar dos esforços dos veículos de comunicação, com a implantação do Consórcio de Veículos de Imprensa, reverberou, inclusive, sobre a atuação da própria imprensa. Além de minimizar a segurança acerca da precisão das informações epidemiológicas, as dificuldades impostas pelo banco de dados do Governo Federal impuseram aos jornalistas a busca direta junto às Secretarias Estaduais de Saúde – muitas delas, também alimentadas por boletins do Ministério da Saúde, a exemplo do Estado de São Paulo, que ficou sem acesso aos seus dados, diante de ataque aos sistemas do Executivo, em dezembro de 2021.

Essas barreiras direcionam, também, a reflexões acerca do processo de disseminação da informação – sobretudo, a respeito do que chega, por onde chega e por quem é apresentado ao indivíduo. Ao considerar que a mediação e a produção da informação são movimentos sociais e políticos, não se deve esquecer que o armazenamento, a disponibilização, a transferência, a veiculação e a divulgação dessas informações também são.

O problema agrava-se, principalmente, diante da emergência de um cenário de infodemia, cujos prejuízos são amplificados em uma era marcada pelas redes sociais e pelo “perigo da desinformação durante surtos de vírus, causado por rumores publicados sem informações oficiais que rapidamente acabam se espalhando devido ao compartilhamento dos usuários na rede” (Santos *et al.*, 2020, p. 4).

De tal modo, as disparidades e a crise política representaram impactos preocupantes na produção de dados estatísticos e informacionais, sobretudo diante da centralização e/ou ocultação de informações oficiais por parte do Executivo. Isso porque os números, como os apresentados no painel *Coronavírus Brasil*, constituem instrumento ou linguagem que performam a realidade à qual almejam estabilizar, a partir dos quais é possível explicitar, ou não, determinado fenômeno. Assim, é importante considerar que não apenas os números são politicamente compostos e arranjados, mas também a política é numericamente feita e disputada (Desrosières, 1998; Rose, 1999 *apud* Maricato; Richter, 2021, p. 246).

Conclusão

A partir deste levantamento, nota-se como a desinformação tornou-se um mecanismo a serviço de projetos políticos antidemocráticos que endossam o cenário de polarização no Brasil e, por ele, também são endossados. Ou seja, a desordem informacional nasce da polarização, assim como a polarização é retroalimentada por ela.

Além disso, mesmo sem ser, a razão principal – ou direta –, a desinfodemia, certamente, contribuiu para as mais de 700 mil mortes por Covid-19 no País e pelo montante de 37,6 milhões de casos acumulados, ao longo de três anos de pandemia – estatísticas que colocaram o Brasil no 2º lugar do ranking de óbitos em todo o mundo, em números absolutos, atrás apenas dos Estados Unidos, no levantamento da Organização Mundial da Saúde (2023).

Identificou-se, no País, uma sucessão de medidas de agentes públicos fundamentadas em notícias falsas, distorcidas ou fora de contexto, propositalmente, por meio da qual é possível assegurar que a desinformação é, antes de tudo, uma prática política que atende a interesses específicos no tecido social e que se perpetua, com ou sem intencionalidade.

Essa constatação levanta, ainda, sérias questões sobre a responsabilidade dos líderes políticos na produção e na difusão de informações precisas e confiáveis, bem como o papel do conteúdo informacional e da ideologia como possíveis Determinantes Sociais de Saúde – haja vista que a desinformação, alinhada a padrões narrativos ideológicos, atuou como agente capaz de minar os esforços no combate à pandemia, gerar desconfiança na população e comprometer a efetividade das medidas de saúde públicas.

Evidentemente que este artigo se delimita aos propósitos estabelecidos em seus objetivos de pesquisa. Com isso, o presente estudo mantém ênfase teórica com as reflexões delineadas pelos aportes fundamentais identificados na análise da literatura científica, caracterizando uma abordagem essencialmente qualitativa sobre o contexto brasileiro da desordem informacional. Assim sendo, admite-se que esta pesquisa não se esgota por si. Com isso, há lacunas pertinentes e relevantes que denotam a ausência de dados empíricos para análise da desinformação que pudessem explicitar o comprometimento da efetividade das medidas de saúde públicas. Portanto, recomenda-se que haja estudos futuros contendo em seus objetivos de investigação a análise contextual de dados empíricos.

REFERÊNCIAS

- AOS FATOS. **Bolsonaro disse cerca de sete informações falsas ou distorcidas por dia em 2021**. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-disse-cerca-de-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/>. Acesso em: 18 de julho de 2023.
- ARAÚJO, C. A. A. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 25, p. 1-17, jan./dez., 2020.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016].
- COMISSÃO EUROPEIA. **Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia**. Bruxelas, 26 abr. 2018. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>. Acesso em: 2 maio 2023.
- FALCÃO, P.; SOUZA, A. B. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da covid-19 no Brasil. **RECIIS: Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, jan./mar. 2021.
- GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. G. de. Orientações contemporâneas da Ciência da Informação: vinculações com a epistemologia social. **Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 11, n. 22, p. 179-198, jul./dez., 2022.
- HELLER, B.; JACOBI, G.; LIMA, J. B. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 49 n. 2, p. 189-204, maio/ago., 2020.

MARICATO, G.; RICHTER, V. S. O que fazem os números?: produções, usos e efeitos da quantificação da vida cotidiana. **Mediações: Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 26, n. 2, p. 241-255, maio/ago., 2021.

MOURA, A. R. P.; FURTADO, R. L.; BELLUZZO, R. C. B. Desinformação e competência em informação: discussões e possibilidades na arquivologia. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 6, n. 1, p. 37-57, jan./abr., 2019.

OMS. **Coronavirus dashboard**, 2023. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

OPAS. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/FactsheetInfodemic_por.pdf?sequence=16&isAllowed=y. Acesso em: 5 nov. 2021.

OPAS. **Histórico da pandemia de Covid-19**. 2023. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 30 maio 2023.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Márcio. Polarização e desinformação *online* no Brasil. São Paulo: FES, 2018. (Análise. Friedrich Ebert Stiftung Brasil; 44). Disponível em: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/14629.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PINKER, S. **O novo iluminismo**: em defesa da razão, da ciência e do humanismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: descifrando la desinformación sobre el COVID-19. Paris: UNESCO, 2020. E-book. Disponível em: https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation_es.pdf. Acesso em: 18 jul. 2022.

RAMALHO, R. A. S.; *et al.* Paradigmas contemporâneos da ciência da informação: a recuperação da informação como ponto focal. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, Marília, v. 6, n. 1, p. 16-27, jan./jun., 2007.

ROMANO, J. O. *et al.* O vírus não é democrático: a pandemia da Covid-19 como acontecimento e a disputa de discursos. **Le Monde Diplomatique Brasil**, São Paulo, jun, 2020. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/o-virus-nao-e-democratico-a-pandemia-da-covid-19-como-acontecimento-e-a-disputa-de-discursos/>. Acesso em: 12 nov., 2021.

SALGADO, T.; MATTOS, M. A. Da informação à desinformação: conceitos e abordagens das teorias acerca da comunicação. *In*: ALZAMORA, G.; MENDES, C. M.; RIBEIRO, D. M. (org.). **Sociedade da desinformação e infodemia**. Belo Horizonte: Selo PPGCOM/UFMG, 2021. Cap. 2, p. 39-62. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/wp-content/uploads/2021/10/Sociedade-da-desinformacao-e-infodemia-Selo-PPGCOM-UFMG.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2022.

SANCHEZ, F. A.; *et al.* Intencionalidade e mediação da informação no contexto dos ambientes informacionais digitais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 28, n. 2, e-111998, abr./jun., 2022.

SANTOS, A. D. G. D. *et al.* Letramento informacional, covid-19 e infodemia. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5214, jul./dez., 2020.

SCHWARCZ, L. M. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SOARES, F. B. *et al.* Desinformação sobre o Covid-19 no *whatsapp*: a pandemia enquadrada como debate político. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 8, n. 1, p. 74-94, jan./abr., 2021.

SOUZA, J. S.; SANTOS, J. C. S. D. Infodemia e desinformação na pandemia da covid-19. **Revista Fontes Documentais**, Aracaju, v. 3, n. esp., p. 231-238, 2020.

TIBURI, M. **Como conversar com um fascista**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

YENGAR, S. *et al.* The origins and consequences of affective polarization in the United States. **Annual Review of Political Science**, v. 22, n. 1, p. 129-146, Jan./Dec., 2019.

WARDLE, C.; DERAKSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Estrasburgo: Council of Europe, 2017.

ZATTAR, M. Competência em informação e desinfodemia no contexto da pandemia de Covid-19. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5391, jul./dez., 2020.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

OLGA MYLLENA DINIZ BOTELHO SANTANA

Doutoranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia em cooperação com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCI IBICT/UFRJ). Mestre em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI UFAL). Jornalista (UFAL).

E-mail: myllena.diniz@gmail.com

MARCOS APARECIDO RODRIGUES DO PRADO

Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (PPGCI/UFAL). Mestre e doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP).

E-mail: marcos.prado@ichca.ufal.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 113-130, jan-jun, 2024

Infodemia de colonialidades: Bolsonaro e seus discursos de ódio de cunho racial

Infodemia de colonialidades: Bolsonaro y sus discursos de odio racialmente motivados

Infodemic of colonialities: Bolsonaro and his racially motivated hate speeches

Elaide MARTINS

Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFGA). Docente da Faculdade de Comunicação (Facom) e do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: elaide@ufpa.br

Luiz Cláudio dos Anjos FERNANDES

Especialista em Educação para Relações Étnicorraciais e mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

E-mail: luizclaudio.jornalismo@gmail.com

Enviado em: 04.07.2024

Aceito em: 10.08.2024

RESUMO

Circunscrito em um contexto infodêmico, este estudo tem como objetivo compreender de que forma a lógica da colonialidade se manifesta nos discursos do ex-presidente Jair Bolsonaro. Com base em Bragato e Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) e Severo e Guerra (2022), percebe-se que os discursos de ódio são fundamentados em processos históricos como o colonialismo, imbuído de seu método de depreciação e subordinação dos sujeitos colonizados. Partindo-se de uma abordagem qualitativa, adota-se como método a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (2016) e atualizada por Sampaio e Lycarião (2021). Além de identificar discursos de ódio de cunho racial, os resultados indicam que, ao humilhar, manifestar preconceitos e fazer comparações pejorativas, Bolsonaro demarca um caráter ofensivo, desinformativo e intolerante em seus discursos, reafirmando a lógica colonial.

Palavras-chave: Infodemia; Colonialidades; Discursos de Ódio; Racismo; Bolsonaro.

RESUMEN

Circunscrito dentro de un contexto infodémico, este estudio tiene como objetivo comprender cómo la lógica de la colonialidad se manifiesta en los discursos del ex presidente Jair Bolsonaro. Con base en Bragato y Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) y Severo y Guerra (2022), es claro que los discursos de odio se basan en procesos históricos como el colonialismo, imbuidos de su método de depreciación y subordinación de sujetos colonizados. Partiendo de un enfoque cualitativo, el método adoptado es el análisis de contenido sistematizado por Bardin (2016) y actualizado por Sampaio y Lycarião (2021). Además de identificar discursos de odio de carácter racial, los resultados indican que, al humillar, expresar prejuicios y hacer comparaciones peyorativas, Bolsonaro establece un carácter ofensivo, desinformativo e intolerante en sus discursos, reafirmando la lógica colonial.

Palabras clave: Infodemia; Colonialidades; discursos de odio; Racismo; Bolsonaro.

ABSTRACT

Circumscribed within an infodemic context, this study aims to understand how the logic of coloniality manifests itself in the speeches of former president Jair Bolsonaro. Based on Bragato and Silva (2021), Quijano (2005), Andrade (2001) and Severo and Guerra (2022), it is clear that hate speeches are based on historical processes such as colonialism, imbued with its method of depreciation and subordination of colonized subjects. Starting from a qualitative approach, the method adopted is content analysis systematized by Bardin (2016) and updated by Sampaio and Lycarião (2021). In addition to identifying hate speech of a racial nature, the results indicate that, by humiliating, expressing prejudices and making pejorative comparisons, Bolsonaro establishes an offensive, uninformative and intolerant character in his speeches, reaffirming the colonial logic.

Keywords: Infodemic; Colonialities; Hate Speeches; Racism; Bolsonaro.

Introdução

Segundo a Organização Pan-Americana da Saúde/OPAS, uma divisão da Organização Mundial da Saúde (OMS), a infodemia se caracteriza por “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (OPAS, 2020, p.2). Essa definição foi amplamente divulgada na pandemia de covid-19, quando o fenômeno da infodemia se desenhou com muita evidência. Refere-se a “um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo” (OPAS, 2020, p.2), sobretudo em meio a certos eventos, como pandemias, crises climáticas, desastres ambientais etc.

Para Kalil e Santini (2020, p. 5), a infodemia é caracterizada por uma “quantidade e variedade excessiva de informações de diferente qualidade e credibilidade (algumas falsas, outras imprecisas, outras baseadas em evidências) [...]”. Apresenta-se, portanto, como uma mola propulsora ao fenômeno da desinformação, compreendido, por sua vez, como um amplo sistema de informações falsas, distorcidas e/ou descontextualizadas. Trata-se de uma ambiência que envolve um desordenamento das informações, chamado por Wardle e Derakhshan (2017, 2019) de Desordem Informacional.

Como bem explicam Gomes e Lopes (2021, p.161), a infodemia “pode desencadear e/ou acentuar o caos social, visto que a informação falsa ou manipulada afeta as interações humanas interferindo diretamente no comportamento da sociedade”. As autoras destacam, inclusive, que a correlação entre desinformação, infodemia e caos social é bem estreita, sobretudo em crises sanitárias, como na pandemia. Acrescentamos, ainda, como exemplo da intersecção entre esses três eixos, alguns contextos específicos, como período eleitoral, crises ambientais e outros que se anunciam como solo fértil para o negacionismo.

No Brasil, todas essas situações foram vivenciadas nos últimos anos. Dos desastres climáticos da Amazônia (seca em 2023) ao Rio Grande do Sul (enchentes em 2024) ou às eleições do âmbito municipal ao federal, o contexto infodêmico se faz proeminente. Nessa avalanche de (des)informações, os discursos de ódio se tornam mais visíveis. A partir desse contexto, este trabalho procura investigar se a lógica da colonialidade se manifesta e, em caso positivo, como se manifesta nos discursos do ex-presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Sendo assim, debruça-se sobre suas declarações proferidas durante os anos de 2015 a 2022, sobretudo em seu mandato, no período de 2019-2022.

Este período é marcado por uma enxurrada de discursos preconceituosos, homofóbicos, racistas e odiosos. Com a pandemia em 2020-2021, o cenário se agravou, florescendo uma epidemia de informações, no caso a infodemia, a qual “impede às pessoas o acesso a fontes e informações fiáveis, o que é suficiente para gerar um grande impacto na esfera social, além de desorientação e perplexidade” (Gomes e Lopes, 2021, p.166). Isso compromete as relações políticas, econômicas e sociais, trazendo implicações ao diálogo na sociedade e promovendo antigas lógicas da colonialidade, como o desrespeito às classes menos favorecidas.

Nesse sentido, a trajetória de análise desta pesquisa foi norteadada pelo seguinte problema de pesquisa: de que forma a lógica da colonialidade se manifesta nos discursos de Bolsonaro? Na metodologia, partimos de uma abordagem qualitativa e adotamos o conceito proposto por Minayo (2007), segundo o qual, esse tipo de pesquisa considera o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. Nesse sentido, nos debruçamos sobre os discursos de Bolsonaro que mais repercutiram naquele período, conforme os serviços de checagem ‘Uol Confere’ e ‘Fato ou Fake’ dos portais de notícias UOL¹ e G1², respectivamente.

Enquanto método, adotamos a análise de conteúdo sistematizada por Bardin (2016) como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2016, p. 48).

Esta definição serviu como base para os estudos de Sampaio e Lycarião (2021), segundo os quais a análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar fenômenos em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos. Esses autores explicam as etapas da análise de conteúdo: a pré análise, com levantamento bibliográfico e mergulho no material; a definição de categorias; e a análise das inferências, ou seja, as interpretações com base nos resultados obtidos.

¹ <https://noticias.uol.com.br/confere/>

² <https://g1.globo.com/fato-ou-fake>

A partir da pré-análise do material publicado pelos portais UOL e G1, de novembro de 2015 a maio de 2022, selecionamos 14 trechos de falas proferidas por Bolsonaro que configuram discurso ódio de cunho racial e que tiveram grande repercussão na imprensa, conforme os serviços de checagem desses portais. Em seguida, reunimos e organizamos tais discursos em uma tabela e, por fim, analisamos se, e de que forma eles seguem a lógica colonial, observando, ainda, como esta lógica se manifesta.

Após fazermos a pré análise, com levantamento bibliográfico e mergulho no material, definimos as categorias: tipo de ataque (direto/indireto); a quem se dirige (negro, indígena, origem geográfica); adjetivações usadas; e características do viés colonial verificado nessas adjetivações. Por fim, fizemos a análise das inferências, ou seja, as interpretações com base nos resultados obtidos. Observou-se nas falas de Bolsonaro os significados, as intenções, as consequências e o contexto, conforme os estudos de Downe-Wamboldt (1992) e Holsti (1969 apud Krippendorff, 2004) sobre a análise de conteúdo.

Para fins de contextualização, Bolsonaro, que foi presidente de 2019 a 2022, se insere em um contexto de crescimento de movimentos de ultradireita. No espectro político, a ultradireita defende uma relação social hierárquica entre grupos de uma sociedade, “dividindo *insiders* dos *outsiders* a partir de lógicas étnicas ou raciais” (Pini, 2021, p. 32). Essa dinâmica influencia a identificação de “inimigos” dentro de uma sociedade que, supostamente, seriam ameaças à sobrevivência da nação ou à sua integridade cultural, resultando em variados graus de comportamentos antissemitas, racistas e xenófobos (Jüpskas; Leidig, 2020).

Seu discurso, muitas vezes com características de discurso de ódio, é acolhido e disseminado por um público específico, pessoas que compartilham trechos desses discursos sem sequer checar a veracidade. Ademais, reproduzem as declarações e comportamento do ex-presidente entre amigos, no meio familiar, no trabalho e no ambiente digital, onde tais discursos costumam viralizar.

Sendo assim, destacamos a importância desta pesquisa para a sociedade, uma vez que desvela os prejuízos sociais ocasionados pela colonialidade e seus respectivos discursos de ódio de cunho racial. Ademais, convida a todos e todas a assumirem uma militância decolonial. Convém ressaltar, ainda, a relevância temática desta pesquisa para a academia, já que pode contribuir para futuros estudos sobre o campo da política e sua forte relação com a colonialidade.

Intersecções entre discurso de ódio, racismo, colonialidade e decolonialidade

Os discursos de ódio, na visão de Stroppa e Rothenburg (2015), consistem na divulgação de mensagens que difundem e estimulam o ódio racial, a xenofobia, a homofobia e outras formas de ódio baseadas na intolerância e que confrontam os limites éticos de convivência com o fim de justificar a privação de direitos.

O Brasil vive, especialmente desde 2018, uma onda de polarização política e destilação de discursos de ódio, principalmente por políticos e adeptos da ultradireita. Antes disso, houve no país uma incitação ao avanço de ideologias conservadoras a partir das chamadas Jornadas de Junho de 2013³. Desde então, muitas ideologias fundamentalistas e reacionárias inflamadas pela extrema-direita estimulam o acirramento de discursos (e ações) voltados para a construção de inimigos e a eliminação das ideias contrárias (Nascimento, 2022).

Andrade (2021) esclarece que o preconceito, a discriminação e a intolerância são os três elementos que motivam o discurso de ódio, levando uma pessoa ou um grupo a ser discriminado com base em suas características identitárias. Para este autor, o discurso de ódio é uma derivação do preconceito, definido por Allport (1954, p. 9) como “uma antipatia baseada numa generalização falha e inflexível, que pode ser sentida ou expressa e que pode ser dirigida a um grupo como um todo ou a um indivíduo porque ele faz parte daquele grupo”. Ou seja, o tom frequentemente preconceituoso do discurso de Bolsonaro relacionado a negros, indígenas, asiáticos, nordestinos e venezuelanos culmina na geração e no fortalecimento de discursos de ódio contra pessoas e/ou grupos que se enquadram nesse perfil.

Brugger (2007) mostra que o discurso de ódio é caracterizado por conteúdo segregacionista, fundado na dicotomia da superioridade do emissor e na inferioridade do atingido. Esse tipo de discurso tende a insultar, intimidar ou assediar pessoas “em virtude de sua raça, cor, etnicidade, nacionalidade, sexo ou religião, ou tem a capacidade de instigar violência, ódio ou discriminação contra tais indivíduos” (Brugger, 2007, p. 118). É um tipo de discurso quase sempre ligado às pautas de Bolsonaro, geralmente com raízes na colonialidade e impulsionado pela desinformação (Fernandes, 2023).

³ Disparadas por uma série de protestos em torno do aumento de tarifas de transporte público em várias capitais a partir de São Paulo (SP), as Jornadas de Junho capilarizaram-se por meio de uma larga agenda de reivindicações.

O racismo, por sua vez, apresentado por Almeida (2019) como estrutural por integrar a organização econômica e política da sociedade, aparece muitas vezes ligado aos discursos de ódio de cunho racial. Ele esclarece que o racismo “fornece o sentido, a lógica e a tecnologia para a reprodução das formas de desigualdade e violência que moldam a vida social contemporânea” (Almeida, 2019, p. 15). Em suma, as expressões do racismo no cotidiano, seja nas relações interpessoais, seja na dinâmica das instituições, são manifestações de algo mais profundo, que se desenvolve nas entranhas políticas e econômicas da sociedade.

Assim, Fernandes (2013) explica que o racismo é um fenômeno ideológico que se consolida via preconceitos, discriminações e estereótipos, fortalecidos ao longo de gerações. A comunidade e o ambiente escolar são, dessa forma, ambientes onde ocorrem atitudes discriminatórias, perpassadas e reproduzidas a partir de um ideal histórico, em que o conceito de superioridade racial justificava a desigualdade e a imagem negativa sobre os povos negros (Sant’Ana, 2001).

A noção de raça como referência a distintas categorias de seres humanos é um fenômeno da modernidade que remonta aos meados do século XVI. Segundo Almeida (2019), o espírito positivista do século XIX transformou as indagações sobre as diferenças humanas em indagações científicas e, de objeto filosófico, o homem passou a ser objeto científico. Ou seja, nesse período, o reforço pseudo-científico de teorias de raça serviu como apoio ideológico para a opressão colonial, até mesmo após a abolição da escravidão. Ainda segundo o autor, no século XX, mesmo a Antropologia e a Biologia demonstrando que não existem diferenças biológicas que justifiquem um tratamento discriminatório entre seres humanos, a noção de raça ainda se mantém como um fator político importante utilizado para naturalizar desigualdades e legitimar a segregação e o genocídio de grupos socialmente considerados minoritários.

O racismo está enraizado na cultura brasileira e é, muitas das vezes, reproduzido de forma inconsciente. Como bem ressalta Sales Jr. (2006), muitos racistas negam a própria conduta racista, uma característica comum desse público. Em nossa análise, percebemos que Bolsonaro oscila entre racismos velados e explícitos em forma de discursos de ódio. Geralmente, seus discursos estão atrelados com desinformação e distorções, o que é entendido por Fernandes (2023) como uma estratégia.

Segundo Waldron (2012), os discursos de ódio podem ser articulados de quatro maneiras: a) alegações que imputam o cometimento de atos ilícitos ou atribuição de periculosidade ao grupo; b) caracterizações depreciativas, que provavelmente baseiam-se em

opiniões sobre o grupo; c) comparações, descrições e/ou referências do grupo a animais, contestando suas humanidades; d) avisos ou instruções que sinalizam uma restrição à entrada a locais públicos ou uma discriminação por atos/práticas do grupo. Assim, esses elementos acarretam uma lesão à dignidade humana e ao reconhecimento da igualdade, pois não se reconhece o destinatário do discurso de ódio como pleno sujeito de direitos humanos e constitucionais.

Algumas diretrizes internacionais também apontam que discursos depreciativos contra grupos sociais minoritários estão em paralelo à discriminação e que os discursos de ódio são uma das formas de discriminação responsáveis pela reprodução de estereótipos e representações negativas de grupos sociais minoritários (Naciones Unidas, 2015).

Bragato e Silva (2021) explicam que o discurso proferido tem o poder intrínseco de produção de significados e representações no âmbito social. Da mesma forma, Fairclough (2001) mostra o discurso como uma forma de ação, pois se apresenta como um recurso apto a conferir representações sociais e a contribuir para construção de identidades e posições de sujeito para os indivíduos. Nesta mesma perspectiva, Djik (2015) diz que o discurso é capaz de reproduzir ideários, valores e representações sociais que persistem no tempo e no núcleo de significados.

Conforme Bragato e Silva (2021), essas depreciações ou desumanizações decorrem da conversão das diferenças étnicas, raciais, religiosas, sexuais, de gênero etc. em critérios de inferiorização, tomando-se como critério de superioridade o padrão cultural, epistemológico, ético e estético europeu. Assim, apesar do fim do colonialismo como prática hegemônica global no século XX, sua lógica de poder e submissão persiste até hoje como colonialidade nas sociedades contemporâneas, subordinando grupos reputados inferiores. Para estas autoras, os discursos de ódio são, portanto, “manifestações explícitas, insidiosas e violentas de discursos desumanizantes que não são novos, mas que, muitas vezes, sustentam relações de poder sendo reproduzidos de uma forma velada e sutil” (Bragato e Silva, 2019, p. 29).

Quanto à colonialidade, Tonial, Maheirie e Garcia Jr (2017, p 19) a entendem “como uma dimensão simbólica do colonialismo que mantém as relações de poder que se desprenderam da prática e dos discursos sustentados pelos colonizadores para manter a exploração dos povos colonizados”. Restrepo e Rojas (2010, p. 15), por sua vez, a definem como “um fenômeno histórico complexo que se estende até nossos dias e se refere a um padrão de poder que opera pela naturalização de hierarquias territoriais, raciais, culturais, de

gênero e epistêmicas”⁴.

Na medida em que Bhabha (2010) esclarece acerca do discurso articulado com base nos estereótipos, Quijano (2005) e Mignolo (2017) apresentam a perspectiva decolonial no sentido de reconhecer as múltiplas e heterogêneas diferenças coloniais, assim como as “múltiplas e heterogêneas reações das populações e dos sujeitos subalternizados à colonialidade do poder” (Costa e Grosfoguel, 2016, p. 21). Estes autores convidam a ir além do provincialismo da epistemologia de homens brancos europeus que produzem a invisibilidade de outras experiências histórico-sociais de sujeitos subordinados às codificações de gênero, sexualidade e raça.

Ao falar de colonialidade, eles mostram como raça e gênero foram articulados para a classificação social da população. Neste processo, povos originários como negros e indígenas sofreram de modo mais abrupto. Traços fenotípicos e culturais que os diferenciavam dos colonizadores europeus foram automaticamente articulados como o fundamento de sua inferioridade enquanto seres humanos e sujeitos de direitos.

Discursos de Bolsonaro com perspectiva colonial com repercussão na imprensa

Seguindo os pressupostos da análise de conteúdo de Bardin (2016), na primeira etapa desta pesquisa, a pré análise, foi feito o levantamento dos discursos de Bolsonaro publicadas pelos portais UOL e G1 durante o período de novembro de 2015 a maio de 2022. Do montante, foram selecionados 14 fragmentos de falas de Bolsonaro consideradas de grande repercussão, segundo os serviços de checagem do UOL e do G1. Essas falas foram proferidas em diferentes contextos, desde eventos informais a palestras e entrevistas.

Após a exploração do material, passou-se à definição das categorias de análise, no caso, como já dito, o tipo de ataque (direto/indireto); a quem se dirige (negro, indígena, origem geográfica); adjetivações usadas; e características do viés colonial verificado nessas adjetivações. Por fim, foram feitas as interpretações com base nos resultados obtidos. Observou-se nas falas de Bolsonaro os significados, as intenções, as consequências e o contexto, conforme sugere Downe-Wamboldt (1992) sobre a análise de conteúdo.

⁴ Tradução própria de: “La colonialidad es un fenómeno histórico mucho más complejo que se extiende hasta nuestro presente y se refiere a un patrón de poder que opera a través de la naturalización de jerarquías territoriales, raciales, culturales y epistémicas”

Dos 14 trechos analisados (aqui indicadas por **Dec.**, de declaração), 10 são ataques diretos a negros, indígenas e a pessoas de origem asiática, venezuelana e/ou nordestina. De forma explícita, Bolsonaro chega a utilizar adjetivações e/ou termos pejorativos como: índio, paraíba e pau de arara. Dos ataques, 10 foram direcionados a pessoas diversas por sua origem geográfica, 8 a negros e 5 a indígenas, conforme o Quadro 1, a seguir:

Quadro 1: Trechos dos discursos de Bolsonaro (2015 a 2022)

DATA, OCASIAO E CONTEXTO	DECLARAÇÃO
Novembro de 2015, em entrevista à rádio em Cuiabá. (ainda não era presidente)	Dec. 1: “Sou contra terra para índios e cota para negros. O país é de miscigenação e, por isso, não deve haver privilégios para determinadas pessoas”
Outubro de 2018, como candidato a presidente da República, em entrevista à TV no Piauí.	Dec. 2: “Política de cotas é 'equivocada' e política de combate ao preconceito é 'coitadismo”
Março de 2011, o então deputado Bolsonaro respondeu à Preta Gil quando participou do quadro "O povo quer saber" e a pergunta, previamente gravada, foi: "Se seu filho se apaixonasse por uma negra, o que você faria?".	Dec. 3: “Preta, não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja. Eu não corro esse risco, e meus filhos foram muito bem-educados e não viveram em um ambiente como, lamentavelmente, é o teu”
Abril de 2017, durante palestra no RJ, como pré-presidenciável. (ainda não era presidente)	Dec. 4: “Fui num quilombola no Eldorado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada. Eu acho que nem para procriador ele serve mais”
Novembro de 2018, já eleito presidente, em evento militar no RJ.	Dec. 5: “A criação de campos de refugiados, talvez, para atender aos venezuelanos que fogem da ditadura de seu país. Porque do jeito que estão fugindo da fome e da ditadura, tem gente também que nós não queremos no Brasil”
Maio de 2019, ao posar para foto com estrangeiro de feição asiática, fez gesto com os dedos insinuando sobre tamanho do órgão sexual.	Dec. 6: “Tudo pequenininho aí?”
Julho de 2019, em conversa com o ministro-chefe da Casa Civil Onyx Lorenzoni, durante café da manhã com jornalistas.	Dec. 7: “Daqueles governadores de paraíba, o pior é o do Maranhão [Flávio Dino]. Tem que ter nada com esse cara”
Outubro de 2019, durante live em rede social, com o deputado Hélio Lopes (PSL-RJ), que é negro, ao seu lado.	Dec. 8: “O Hélio vai para a China comigo. Eu falei: ‘tem algum problema? É só você fazer assim [puxando as pálpebras para o lado], que ninguém vai te achar na multidão”
Janeiro de 2020, disse à jornalista brasileira descendente de japoneses Thais Oyama, autora do livro “Tormenta”.	Dec. 9: “Esse livro dessa japonesa que eu não sei o que faz no Brasil, que faz agora contra o governo. [...] Lá no Japão ela ia morrer de fome com jornalismo, escrevendo livro”
Janeiro de 2020, em live nas redes sociais, falando da criação do Conselho da Amazônia.	Dec. 10: “O índio tá evoluindo. Cada vez mais o índio é um ser humano igual a nós”

<p>Novembro de 2020, ele fez um post na sua rede social sobre violência, mas não citou o caso de João Alberto de Freitas, um homem negro morto na véspera do Dia da Consciência Negra, após ser agredido em um supermercado em Porto Alegre. Detalhe: esse foi o único ano em que ele fez post sobre o Dia da Consciência Negra e ainda foi desfavorável.</p>	<p>Dec. 11: "Não nos deixemos ser manipulados por grupos políticos. Como homem e como presidente, sou daltônico: todos têm a mesma cor. Não existe uma cor de pele melhor do que as outras. Existem homens bons e homens maus. São nossas escolhas e valores que fazem a diferença", postou. "Aqueles que instigam o povo à discórdia, fabricando e promovendo conflitos, atentam não somente contra a nação, mas contra nossa própria história. Quem prega isso, está no lugar errado. Seu lugar é no lixo!"</p>
<p>Novembro de 2020, em discurso no G20.</p>	<p>Dec. 12: "Tensões entre raças no Brasil são importadas e 'alheias à nossa história'"</p>
<p>Fevereiro de 2022, para se referir a nordestinos.</p>	<p>Dec. 13: "Está cheio de pau de arara aqui e não sabem que cidade fica padre Cícero?"</p>
<p>Maior de 2022, ao se dirigir a um apoiador negro.</p>	<p>Dec. 14: "Conseguiram te levantar, pô?! Tu pesa o quê? Mais de 7 arrobas, não é?"</p>

Fonte: Autoria própria, com dados da pesquisa, 2023.

Na **Dec. 1**, utilizando-se de desinformação e distorções, o ex-presidente desvirtua o verdadeiro sentido das iniciativas de reparação histórica em favor da população negra e indígena, associando as políticas de reparação à ideia de privilégio. Conforme Fernandes (2023), distorcer é também uma forma de desinformar e é uma estratégia reforçadora dos discursos de ódio de cunho racial. Ou seja, a distorção favorece a justificação do discurso colonial de Bolsonaro de que não deve haver reparação das desigualdades provocadas pela colonização.

Na **Dec. 2**, mais uma vez, utilizando-se de desinformação e distorções, Bolsonaro distorce e descredibiliza as iniciativas de reparação, associando a política de combate ao preconceito ao coitadismo e dizendo que a política de cotas é equivocada. Em seu discurso, não reconhece a colonização, seus efeitos perversos e as políticas de reparação, e isso é compactuar com a perspectiva colonial.

Na **Dec. 3**, Bolsonaro agride verbalmente a cantora Preta Gil ao denominá-la como pertencente a um ambiente promíscuo pelo fato dela ser negra. São explícitos tanto a ideia de superioridade racial empregada pelo político, como o racismo e intolerância. Com essa fala, Bolsonaro deprecia Preta Gil e as demais pessoas negras, usando termos e comparações pejorativas, um recurso comum de articulação dos discursos de ódio apontados por Waldron (2012).

Bolsonaro voltou a desinformar e distorcer em sua **Dec. 4**, dessa vez sobre os quilombolas. Em uma atitude de racismo explícito, munido novamente de ideia colonial de superioridade racial, ele agride verbalmente os quilombolas. Ele humilha usando

comparações pejorativas relacionadas à massa muscular e à capacidade de procriação das pessoas que vivem no quilombo. Representações negativas e/ou estereótipos como esses, fundamentados pela depreciação atribuída a fatores identitários, com componentes discriminatórios, ultrapassando o caráter ofensivo e intolerante de manifestações de preconceito, são conjugações do discurso de ódio, conforme apontado anteriormente por Naciones Unidas (2015).

Em sua **Dec. 5**, em tom de xenofobia contra venezuelanos, o ex-presidente comete racismo explícito e humilha esses imigrantes ao dizer que não as quer no Brasil. Essa atitude se relaciona aos avisos ou instruções que sinalizam restrição à entrada de certas pessoas descritos por Waldron (2012) como uma das maneiras de articulação dos discursos de ódio com perspectivas coloniais. Fica clara, ainda, nessa fala, novamente a desinformação, desta vez sobre o contexto venezuelano.

Na **Dec. 6**, o ex-presidente volta a humilhar e a depreciar (Waldron, 2012) estrangeiros, desta vez asiáticos, praticando, assim, racismo explícito. Ao depreciar o tamanho do órgão sexual de asiáticos, Bolsonaro coaduna com a ideia de sua superioridade racial, agride moralmente os asiáticos, praticando e fortalecendo discursos de ódio com perspectivas coloniais. A superioridade do ocidental sobre o oriental é uma característica colonial exposta por Mignolo (2017) e por Quijano (2005). Além disso, Bolsonaro novamente disseminou desinformação, desta vez em relação a um mito sobre os órgãos sexuais de asiáticos, cujo tamanho seria pequeno.

Termos pejorativos como “paraíba” ganharam espaço novamente na **Dec. 7**. O racismo é explícito contra nordestinos. Movido pela ideia de superioridade racial, Bolsonaro agride verbalmente, humilha nordestinos, dizendo que entre os governadores nordestinos, há um deles que ele considera o “pior”. O termo “pior”, neste discurso de ódio, denota uma categorização do colonizador sobre as pessoas que vivem em uma região brasileira historicamente colocada à margem na política nacional, vítima da ideia colonial de centro-periferia (Mignolo, 2017). Bolsonaro passa a ser racista com os nordestinos quando os subjuga, entendendo-os como um povo inferior a si e no contexto nacional, desmerecendo, portanto, tratamento igualitário.

Na **Dec. 8**, Bolsonaro coisifica um homem negro ao satirizar sobre como ele se destacaria em meio a uma multidão de asiáticos, e novamente manifesta preconceito e discriminação para se referir aos asiáticos. Imbuído da ideia de superioridade racial, ele pratica, neste caso, agressão moral, humilhação, ou seja, racismo explícito contra negros e

asiáticos. Esse tipo de discurso de ódio se relaciona à ideia colonial de superioridade da sociedade ocidental sobre a oriental. Conforme mostrou Fairclough (2001), neste caso, o discurso configura-se como uma forma de ação, apresentando-se como um recurso apto a conferir representações sociais e a contribuir para a construção de identidades e posições de sujeito para os indivíduos. Djik (2015) também mostra que discursos assim reproduzem ideários, valores e representações sociais que persistem no tempo e no núcleo de significados.

Novamente asiáticos são alvos da xenofobia, intolerância étnico-racial e racismo explícito na **Dec. 9**, em que Bolsonaro questiona a presença de uma japonesa no Brasil. Movido pela ideia colonial de superioridade racial, ele agride verbalmente a jornalista, humilhando-a e dizendo que ela morreria de fome no Japão.

Na **Dec. 10**, o discurso de ódio é empregado contra os indígenas, imbuído de uma clássica característica colonial de superioridade étnico-racial de brancos sobre indígenas. Bolsonaro diz que os indígenas não são “evoluídos” como os brancos e dá a entender, inclusive, que os povos tradicionais não são tão humanos quanto os não indígenas. Observa-se, neste discurso, preconceito explícito de cunho étnico-racial, agressão moral, humilhação e predileção à erudição ante o não erudito.

Na **Dec. 11**, utilizando-se novamente de desinformação, Bolsonaro distorce o sentido do Dia da Consciência Negra e sua importância. Ele propaga a negação da existência de racismo no Brasil, mesmo quando estudos e experiências diárias mostram o contrário. O ex-presidente também nega ser racista mesmo adotando rotineiramente inúmeras atitudes racistas. Como já exposto por Sales Jr (2006), essa negação da própria conduta racista é uma característica comum de muitos racistas. Nesse jogo de contradições, chama atenção o fato de que, ao longo dos quatro anos de mandato, Bolsonaro só fez post sobre a consciência negra no ano de 2020 (ano eleitoral) e, ainda assim, foi totalmente desfavorável.

Na **Dec. 12**, o ex-presidente repete a negação à existência de racismo no Brasil, dizendo ser as tensões entre raças no Brasil “importadas” e “alheias à nossa história”. Além de uma desinformação e uma distorção sobre racismo, este discurso é uma negação da própria conduta colonial racista de Bolsonaro.

Na **Dec. 13**, o político volta a agredir verbalmente nordestinos com seu discurso de ódio racista enraizado na colonialidade. Ao chamá-los, novamente de forma pejorativa, de pau de arara, provoca humilhação ao povo pobre nordestino e demonstra sua ideia de superioridade racial, ou seja, seu racismo explícito contra nordestinos.

Por fim, na **Dec. 14**, em outra atitude de racismo explícito, munido novamente da ideia colonial de superioridade racial, Bolsonaro humilha pessoas negras usando comparações pejorativas relacionadas à massa muscular delas. Conforme foi dito, esse estereótipo pejorativo sustentado por ele, que é uma forma de agressão moral, é uma das conjunções do discurso de ódio apontadas por Naciones Unidas (2015).

Nas análises chama atenção o comportamento recorrente de Bolsonaro e foi observado que a todo instante estão presentes nos discursos os três elementos do discurso de ódio apresentados por Andrade (2021): preconceito, discriminação e intolerância.

Considerações finais

Os resultados desta pesquisa apontam que depreciar ou desumanizar com base em diferenças étnico-raciais faz parte da lógica dos discursos coloniais, fundamentais para sacramentar o poder do colonizador e a posição de subordinação dos colonizados. Esses discursos de ódio racial têm ganhado o campo da política no Brasil, principalmente desde 2018, quando uma onda de polarização política e destilação de discursos de ódio, sobretudo por políticos e adeptos da ultradireita, tomou conta do país. Bolsonaro é o principal expoente desta prática de destilação de discursos de ódio de cunho étnico-racial enraizados na colonialidade. O racismo, conforme nos mostrou Almeida (2019), se apresenta constantemente como estrutural, por integrar a organização econômica e política da sociedade, e aparece muitas vezes ligado aos discursos de ódio de cunho racial.

Sendo assim, as raízes coloniais aparecem de forma clara em todos os discursos de ódio de cunho étnico-racial proferidos por Bolsonaro e analisados nesta pesquisa. Observamos que ele compactua com a perspectiva colonial ao, em seus discursos, não reconhecer o processo de colonização no Brasil, seus efeitos perversos, o racismo e as políticas de reparação.

O ex-presidente assume postura colonial ao humilhar, fazer comparações pejorativas e expor o caráter ofensivo e intolerante de manifestações de preconceito. Seus discursos de ódio são recorrentes para o mesmo público subjugado: negros, indígenas, nordestinos, asiáticos e venezuelanos.

Em seus discursos de ódio, Bolsonaro desinforma e/ou distorce informações sobre questões étnico-raciais e sobre políticas de reparação, o que caracteriza uma postura colonial. Alguns dos trechos dos discursos analisados são tão violentos que chegam ao ponto de questionar a condição de seres humanos dos atingidos. Isso é uma característica marcante da

colonialidade (Quijano, 2005) e que integra a infodemia de colonialidades presentes nos discursos do ex-presidente.

Por fim, em quase todos os discursos analisados, Bolsonaro denota superioridade racial em relação aos atingidos. Ele subjuga os nordestinos, por exemplo, entendendo-os como um povo inferior a si e no contexto nacional, desmerecendo, portanto, tratamento igualitário. Dos 14 trechos analisados, 10 são ataques diretos a negros, indígenas e a pessoas de origem asiática, venezuelana e nordestina. De forma explícita, Bolsonaro usa termos pejorativos como: índio, paraíba e pau de arara. Dos ataques, 10 foram direcionados a pessoas diversas por sua origem geográfica, 8 direcionados a negros e 5 direcionados a indígenas.

Assim, este estudo contribuiu com futuros estudos sobre o campo da política e sua forte relação com a colonialidade e servirá de base para outro estudo mais aprofundado que faremos na dissertação de mestrado sobre desinformação, populismo e discursos de ódio de cunho racial.

REFERÊNCIAS

- ALLPORT, G. W. **The nature of prejudice**. Wokingham: AddisonWesley, 1954.
- ALMEIDA, S. L. de. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.
- ANDRADE, A. G. C. de. Liberdade de expressão e discurso de ódio. **Revista da EMERJ**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 9-34, Jan.-Mar., 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Brasil, [1979] 2016.
- BHABHA, H. **O local da cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- BRAGATO, F. F.; SILVA, B. M. Discursos de ódio: uma análise à luz da colonialidade. **Revista Faculdade de Direito da UFG**. Goiânia: UFG, 2021.
- BRUGGER, W. Proibição ou proteção do discurso do ódio? algumas observações sobre o direito alemão e o americano. **Direito Público**, Porto Alegre, ano 4, n.15, p.117-136, jan./mar. 2007.
- COSTA, J. B.; GROSGOUEL, R. Decolonialidade e perspectiva negra. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, Jan.-Abr., 2016.
- DJIK, T. A. V. **Discurso e Poder**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2015.
- DOWNE-WAMBOLDT, B. Content analysis: method, applications, and issues. **Health care for women international**, v. 13, n. 3, p. 313-321, 1992.

FAIRCLOUGH, N. A análise crítica do discurso e a mercantilização do discurso público: As universidades. In C. M. Magalhães (Org.) **Reflexões sobre a análise crítica do discurso** (pp. 31-81). Belo Horizonte: Faculdade de Letras UFMG, 2001.

FERNANDES, L. C. dos A.; WILKELLY, A. de L. Desconstruindo o preconceito racial no Ensino Médio: O uso da Educomunicação no ensino de Biologia no IFPA - Belém. **Revista Thema**, v. 10 (01): Rio Grande do Sul, 2013.

FERNANDES, Luiz Cláudio. Desinformação e populismo: estratégias de Bolsonaro na ONU e sua contribuição para os discursos de ódio. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21, 2023, Brasília. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2023. Disponível em: <<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/desinformacao-e-populismo-estrategias-de-bolsonaro-na-onu-e-sua-contribuicao-par?lang=pt-br>> Acesso em: 16 Jan. 2024.

GOMES, F. S.; LOPES, M. A. P. T. Infodemia e construção sógnica – movimentos responsivos sob a retórica da pós-verdade. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 158-189, 2º quadrimestre de 2021.

JÜPSKAS, A. R.; LEIDIG, E. **Knowing what's (far) right: A compendium**. Oslo: Center for Research on Extremism, 2020.

KALIL, I.; SANTINI, R. M. **Coronavírus, pandemia, infodemia e política**. Relatório de pesquisa. São Paulo/Rio de Janeiro: FESPSP/UFRJ, 2020. Disponível em: https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf. Acesso em: 10 abr. 2021.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. Londres: Sage, [1980]2004.

MIGNOLO, W. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 94, p. 1-18, 2017.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

NACIONES UNIDAS, Asamblea General. **Promoción y Protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo**. Informe de la Relatora Especial sobre cuestiones de las minorías, Rita Izák, 2015.

NASCIMENTO, D. C. **Dramaturgias do ódio: por entre efeitos de sentidos dos discursos em dramaturgias paulistas (2014 a 2018)**. Universidade Estadual Paulista: São Paulo, 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)**, 2020.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**, 2020.

PINI, A. M. **Desinformação e populismo radical de direita: O caso da eleição de Donald Trump em 2016**. 302 f. Tese (Doutorado em Relações Internacionais). Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

- QUIJANO, A. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, Edgardo (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais**. Perspectivas Latino-americanas. Buenos Aires: Clacso, 2005.
- RESTREPO, E.; ROJAS, A. **Inflexión decolonial: fuentes, conceptos y cuestionamientos**. Popayán: Ed. Universidad del Cauca, 2010.
- SALES JR., R. Democracia racial: o não-dito racista. **Tempo Social** - Revista de Sociologia da Universidade de São Paulo, v. 18, n. 2: Recife, 2006.
- SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de Conteúdo Categorial: Manual de aplicação**. Brasília: Enap, 2021.
- SANT'ANA, A. O. História e conceitos básicos sobre racismo e seus derivados. In: MUNANGA, K. (Org.). **Superando o Racismo na Escola**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2001.
- SEVERO, D. O.; GUERRA, P. Extrema-direita, xeno-populismo e colonialidade: discursos de ódio e colonização do imaginário no presente. **Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura**: Porto, 2022.
- STROPPA, T., & ROTHENBURG, W. C. (2015). Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Curso De Direito Da UFSM**, 10(2), 450–468. <https://doi.org/10.5902/1981369419463>
- TONIAL, F. A. L.; MAHEIRIE, K.; GARCIA JR, C. A. S. A resistência à colonialidade: definições e fronteiras. **Revista de Psicologia** da UNESP 16(1), 2017.
- WALDRON, J. **The harm in hate speech**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2012.
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Conselho da Europa, 2017.
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Reflexão sobre a desordem da desinformação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In: IRETON, C.; POSETTI, J. (Orgs.). **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. [s. l.]: UNESCO, p. 46-58, 2019.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ELAIDE MARTINS

Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFPA), mestre em Comunicação Social (Umesp) e graduada em Jornalismo (UFPA). Docente da Faculdade de Comunicação (Facom) e do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Cord. do Grupo de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq/UFPA). Integra a Rede JorTec e a RNCD. **Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0001-7723-7055>

E-mail: elaide@ufpa.br

LUIZ CLÁUDIO DOS ANJOS FERNANDES

Bolsista Capes e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA), especialista em Educação para Relações Étnicorraciais (UFPA). Docente da Faci Wyden. Integrante do Grupo de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq/UFPA) e da RNCD.

E-mail: luizclaudio.jornalismo@gmail.com



**COMUNICAÇÃO
MADIÁTICA.**

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 131-141, jan-jun, 2024

Vitória da ciência e da saúde pública sobre a desinformação: análise de imaginários no X (antigo Twitter) no início da vacinação contra a Covid-19

*Victoria de la ciencia y de la salud pública sobre la desinformación: análisis de imaginarios en X
(antiguo Twitter) al inicio de la vacunación contra la Covid-19*

*Victory of science and public health over disinformation: analysis of imaginaries on X
(formerly Twitter) at the beginning of Covid-19 vaccination*

Luana Chinazzo Müller

Doutora em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul (PUCRS). E-mail: luachinazzo@gmail.com

Enviado em: 28/06/2024

Aceito em: 08/08/2024

RESUMO

Este artigo investiga os imaginários que emergiram no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. A partir de uma análise discursiva dos imaginários, foram examinadas as publicações mais compartilhadas entre os dias 14 e 21 de janeiro de 2021, com o objetivo de desvelar os significados atribuídos ao vivido naquele período. A análise qualitativa dos tópicos emergentes revelou que o período foi caracterizado por uma vitória simbólica da ciência. As mensagens exaltavam a ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), sobrepondo-se e silenciando embates ideológicos, desinformação e negacionismo. Elementos humorísticos, como memes e ironia, foram utilizados para expressar opiniões e ressignificar o contexto pandêmico. Paralelamente, surgiram preocupações com atrasos na vacinação e críticas à gestão governamental.

Palavras-chave: *Desinformação, Imaginário, Redes sociais, Narrativa, Vacina.*

RESUMEN

Este artículo investiga los imaginarios que emergieron en X (antiguo Twitter) durante el inicio de la vacunación contra la Covid-19 en Brasil. A partir de un análisis discursivo de los imaginarios, se examinaron las publicaciones más compartidas entre los días 14 y 21 de enero de 2021, con el objetivo de desvelar los significados atribuidos a lo vivido en ese período. El análisis cualitativo de los tópicos emergentes reveló que el período se caracterizó por una victoria simbólica de la ciencia. Los mensajes exaltaban la ciencia y el sistema de salud pública brasileño, superponiéndose y silenciando los enfrentamientos ideológicos, la desinformación y el negacionismo. Se utilizaron elementos humorísticos, como memes e ironía, para expresar opiniones y resignificar el contexto pandémico. Paralelamente, surgieron preocupaciones por los retrasos en la vacunación y críticas a la gestión gubernamental.

Palabras-clave: *Desinformación, Imaginario, Redes sociales, Narrativa, Vacuna.*

ABSTRACT

This article investigates the imaginaries that emerged on X (formerly Twitter) during the beginning of Covid-19 vaccination in Brazil. Through a discursive analysis of the imaginaries, the most shared posts between January 14 and 21, 2021, were examined with the aim of uncovering the meanings attributed to the experiences of that period. The qualitative analysis of emerging topics revealed that the period was characterized by a symbolic victory of science. The messages exalted science and the Brazilian public health system, overshadowing and silencing ideological clashes, disinformation, and denialism. Humorous elements, such as memes and irony, were used to express opinions and reframe the pandemic context. Simultaneously, concerns about vaccination delays and criticisms of governmental management also emerged.

Keywords: *Disinformation, Imaginary, Social Media, Narrative, Vaccine.*

Introdução

A pandemia da Covid-19 não apenas expôs os desafios enfrentados pela ciência e pela saúde pública, mas também evidenciou problemas relacionados ao complexo ecossistema midiático (McLuhan, 1964; Shirky, 2011; Logan, 2019) no qual estamos inseridos. Esse ambiente é caracterizado por aspectos como uma grande oferta de conteúdo, a desinformação, a sociabilidade digital e a influência de algoritmos. A análise de imaginários em torno de discursos de esperança, resistência, negacionismo e desinformação oferece uma compreensão aprofundada das dinâmicas e desafios da comunicação em saúde, ressaltando a importância da divulgação científica para o engajamento com as políticas públicas de saúde.

Este estudo tem como objetivo analisar os imaginários que emergiram nas conversações no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. Focamos no período de 14 a 21 de janeiro de 2021, que antecedeu e sucedeu esse marco significativo, para compor nosso *corpus* de análise. O X, nossa mídia social de estudo, é um espaço que cristaliza afinidades conectivas (Susca, 2019), onde os vínculos se baseiam não na argumentação racional dos contratos sociais, mas em pactos afetivos, emoções e símbolos compartilhados. Dessa forma, consideramos a plataforma como uma tecnologia do imaginário (Silva, 2003), um dispositivo que dinamiza e cristaliza mitos, sentimentos, visões de mundo e estilos de vida, mobilizando os indivíduos. Esses elementos emergem a partir do excedente de significação do real e compõem a dimensão imaginária que buscamos desvelar utilizando ferramentas da análise discursiva de imaginários (Silva, 2019).

Para esta pesquisa, foram coletados termos relacionados à vacinação contra a Covid-19. A análise qualitativa de tópicos emergentes nos 100 *posts* mais compartilhados revelou que o período estudado foi marcado por uma vitória simbólica da ciência. As mensagens exaltavam a ciência e o Sistema Único de Saúde (SUS), conseguindo sobrepor-se aos embates ideológicos, a desinformação e o negacionismo, muitas vezes silenciando essas narrativas.

Contexto

Desde o surgimento do SARS-CoV-2, cientistas ao redor do mundo se empenharam no desenvolvimento de vacinas contra a doença. No Brasil, alguns imunizantes ganharam destaque na mídia devido a testes realizados no país ou por terem sido negociados para aquisição por governos em diferentes níveis. Entre esses, a

CoronaVac, desenvolvida pela empresa chinesa Sinovac em colaboração com o Instituto

Butantan e o governo do estado de São Paulo, foi amplamente discutida e alvo de controversas, especialmente devido às disputas político-ideológicas que a cercavam.

A partir do anúncio da parceria para o desenvolvimento da CoronaVac, observou-se uma intensa politização em relação a esse imunizante e à vacinação como um todo. O presidente Jair Bolsonaro, com o intuito de antagonizar o governador paulista João Dória, realizou diversos ataques à vacina. Inicialmente, essas investidas foram veladas, como no episódio em que Bolsonaro exaltou a negociação entre a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e a Universidade de Oxford para o desenvolvimento da vacina AstraZeneca, destacando que o imunizante não era “daquele outro país”, em referência à China. Posteriormente, ele passou a atacar diretamente a CoronaVac, afirmando que ela não seria comprada, e chegou a comemorar quando os testes foram temporariamente interrompidos após a morte de um voluntário (Gullino, 2021). Em contrapartida, Dória exaltou a CoronaVac e vinculou sua imagem a ela, divulgando prazos e dados antecipadamente, que posteriormente não se confirmaram (Recuero e Soares, 2022; Carvalho *et al.*, 2022; Chinazzo Müller, 2021).

O debate em torno da CoronaVac foi amplamente noticiado e discutido pela sociedade, que se polarizou entre aqueles que afirmavam que não se vacinariam e os que defendiam a vacinação. Além disso, a cobertura midiática foi marcada por antecipação de informações incompletas e por erros jornalísticos. A falta de transparência sobre a natureza temporal da ciência, que difere do ritmo dos meios de comunicação, e sobre as etapas do método científico, que envolvem revisões e verificações por especialistas, levou a situações em que fases normais do processo científico foram apresentadas como falhas ou submetidas a questionamentos. Essa dinâmica aumentou a insegurança e alimentou o debate público sobre as controvérsias políticas, resultando em hesitação em relação às vacinas (Cunha e Chinazzo Müller, 2021; Galhardi *et al.*, 2022; Massuchin *et al.*, 2021).

Uma análise sobre a influência da disputa político-ideológica na desinformação sobre a vacinação contra a Covid-19, que circulou pelo WhatsApp entre novembro de 2020 e janeiro de 2021, conduzida por Monari e Sacramento (2021), verificou o predomínio de teorias da conspiração. Entre essas, destacam-se afirmações de que o imunizante alteraria o código genético humano, que a presença de metais tóxicos transformaria o corpo humano em uma antena de sinal 5G e que a vacina seria capaz de coletar dados biométricos e armazená-los na nuvem. Os conteúdos acusavam o governador de São Paulo de fazer parte de uma elite, junto com cientistas, cujo intuito seria impedir as escolhas pessoais dos indivíduos. Esses discursos empregaram a lógica típica do populismo em relação à ciência, dividindo o “nós” (povo) contra “eles” (elite), e associando de forma xenófoba o vírus à China.

Outra pesquisa, realizada pelo laboratório MIDIARS entre março e dezembro de 2020, evidenciou o enquadramento político-ideológico da CoronaVac. A discussão sobre a confiabilidade do imunizante envolveu sua origem, devido ao uso de insumos chineses e ao desenvolvimento pela Sinovac, uma empresa chinesa. O produto foi enquadrado como parte de um complô do país asiático “comunista” na fabricação e disseminação do vírus, agora lucrando com a venda de vacinas. O estudo também indicou a conexão da desinformação com a base bolsonarista, observando picos na circulação pelo WhatsApp após pronunciamentos de Bolsonaro em rede nacional. O relatório conclui que a desinformação sobre a vacina tinha quase 1,5 vez mais chances de ser compartilhada quando reproduzida por uma autoridade de saúde (Recuero *et al.*, 2021).

Foi nesse contexto que a vacinação iniciou no Brasil em 17 de janeiro de 2021, logo após as aprovações dos usos emergenciais dos dois imunizantes mencionados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A enfermeira Mônica Calazans, que atuou na linha de frente durante a pandemia, foi a primeira pessoa a ser vacinada contra a Covid-19 fora dos testes clínicos no Brasil, recebendo a CoronaVac. Esse ato simbólico, organizado pelo governador Dória no Instituto Emílio Ribas (São Paulo-SP), marcou o início da campanha de vacinação contra a Covid-19 no país. Alguns dias depois, em 23 de janeiro, a vacinação com a AstraZeneca também começou, com uma dose aplicada ao infectologista Estevão Portela, do Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas (Rio de Janeiro- RJ). Ambos os eventos foram amplamente midiaticizados, mas a aprovação dos usos emergenciais pela Anvisa e o início efetivo da campanha de vacinação com a CoronaVac foram acontecimentos que certamente ficarão marcados na história do país. Transmitidos ao vivo pelos meios de comunicação tradicionais e intensamente discutidos nas mídias sociais, esses eventos geraram um clima de expectativa e esperança.

Tecnologias do Imaginário

Segundo as reflexões de Silva (2003, 2017), o conceito de imaginário transcende a mera significação, representando um excesso de sentido que permeia a realidade. Este fenômeno, de natureza involuntária, emana do âmago do real, atuando como um filtro que distorce as experiências vividas e preenche lacunas racionais. Dessa forma, o imaginário não pode ser reduzido a uma criação da imaginação, uma manifestação irracional ou algo fictício desprovido de veracidade.

O imaginário emerge como uma força que lança luz sobre os eventos, influenciando-os positiva ou negativamente ao adicionar camadas de significado que transcendem a

interpretação original. Ao aplicar essa perspectiva à investigação sobre o imaginário da vacinação contra a Covid-19, percebemos que ele se manifesta na maneira como os discursos sobre o tema são qualificados. Elementos como adjetivos, hipérboles, metáforas, comparações e jogos de palavras presentes nos textos revelam pistas que nos ajudam a desvendar os sentidos atribuídos e contribuem para a solidificação de visões de mundo.

Embora seja impossível impor ou controlar o imaginário, ele não surge do nada. Ao contrário, circula e se cristaliza por meio do que podemos chamar de Tecnologias do Imaginário, dispositivos que funcionam como geradores de mitos, visões de mundo e estilos de vida, como apontado por Silva (2003). Essas tecnologias constroem laços sociais e cristalizam sentidos, alimentando os domínios semânticos, nutrindo as jornadas antropológicas e arraigando-se no âmbito afetivo e simbólico da experiência humana.

Na contemporaneidade, observada sob uma perspectiva pós-moderna através da lente da “sociedade do espetáculo” (Debord, 2017), as Tecnologias do Imaginário transcendem sua função meramente informativa para povoar e moldar o universo mental. Essas tecnologias não buscam manipular ou controlar, mas sim seduzir e conquistar adesão. No entanto, conforme ressalta Silva (2003), mesmo quando influenciado por essas tecnologias, o imaginário mantém uma margem de independência, um toque de mistério e irredutibilidade, escapando do controle absoluto do agente tecnológico emissor.

Silva (2003) identifica três momentos de construção imaginal ligados a tecnologias dominantes: a fase primitiva, que inclui teatro, poesia oral, mitos e fábulas; a fase industrial, marcada pelo rádio, televisão, mídia e propaganda; e a fase pós-industrial ou virtual, caracterizada pela internet e publicidade. Além dessas, há uma fase pré-industrial, representada por livros e imprensa, que exerce uma influência mais sutil e local. Essas tecnologias podem ser “limpas” ou “poluentes”, não apenas materialmente, mas especialmente ao influenciar o universo simbólico e induzir o imaginário. A Internet é vista como um retorno ao limpo e ao leve.

Na pós-modernidade, a *web* combina tecnologia avançada com características arcaicas, como interação, diversidade e relações interpessoais. A estética predominante, para Silva (2003), é publicitária, caracterizada por leveza, aceleração, diversão e ludicidade. A internet não apenas incorpora essas características, mas também introduziu novos aspectos ao longo da evolução do cenário digital. A Internet incorpora todas essas características e mais. O ideal de autonomia e liberdade que se vislumbrava foi, em certa medida, comprometido pelos algoritmos e pelas vastas possibilidades da globalização, controladas por plataformas que manipulam dados (e possivelmente imaginários) de bilhões de usuários. Em última análise, a evolução das Tecnologias do Imaginário revela um complexo equilíbrio

entre inovação tecnológica e persistência das dimensões simbólicas e afetivas da experiência humana.

Imaginários da vacinação

O antropólogo Gilbert Durand (2012), fundador dos estudos do imaginário, indicou que os discursos são fundamentais para acessar imaginários, pois é por meio deles que conjuntos de imagens são descritos. Ele enfatiza que essas imagens encontram expressão nos mitos – narrativas em que símbolos se convertem em palavras e arquétipos em ideias. Isso implica que todo imaginário, em última instância, é um discurso. Portanto, produtos midiáticos nos ajudam a compreender como cada fenômeno é percebido pelas pessoas para além do que está racionalmente colocado.

Para desvendar o imaginário, optamos por uma metodologia própria a esse objetivo, a análise discursiva de imaginários (ADI). Esta abordagem, derivada da sociologia compreensiva, busca cercar o objeto analisado, desconstruindo-o e removendo as camadas que o encobrem, como em um processo arqueológico. O método proposto por Silva (2019) oferece ferramentas para analisar discursos ou seus fragmentos a partir de Tópicos Emergentes (TE) que revelam a dimensão sensível do conteúdo. Nesse aspecto, assemelha-se a outras metodologias voltadas ao conteúdo e ao discurso, pois os TE são estabelecidos a partir da categorização do material analisado. No entanto, a ADI possibilita um olhar sem amarras, que foca não apenas no conteúdo manifesto, mas nos significados latentes, convocando o pesquisador a questionar o texto em relação ao contexto social, político e cultural em que está inserido.

Os dados que compõem nosso *corpus* foram coletados por meio do *software* Ford¹, desenvolvido pelo Labic – Laboratório de Ciência de Dados e Internet², da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). O Ford se conecta à Interface de Programação de Aplicação (API – *Application Programming Interface*) do X (antigo Twitter) e permite a coleta até dez termos simultâneos. Para esta pesquisa, foram extraídos todos os *posts* em português compartilhados durante a primeira semana de vacinação no Brasil, entre 14 e 21 de janeiro de 2021, contendo os seguintes termos: *vacina*; *coronava*; *vacinacao*; *astrazeneca*; *vacinada*; *monica+calazans*; *#vemvacina*; *viva+sus*; *vivaosus*; *vacina já*. As palavras-chave foram determinadas a partir da observação e

¹ O software de mineração de posts do Labic está disponível para download por meio da página do Labic na plataforma GitHub, site de hospedagem de código-fonte e arquivos. Disponível em: <http://www.github.com/ufeslabic>.

² A autora deste artigo é atualmente pesquisadora vinculada ao Labic. Essa parceria foi iniciada durante seu doutorado realizado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), período em que este texto foi desenvolvido.

do monitoramento do debate na rede, atentando às palavras que se destacaram nos *trending topics* durante o período em questão.

A base de dados coletada compreende 4,9 milhões *posts*, dos quais 3,2 milhões de *reposts*. Após o processamento dos dados, realizado também pelo Ford, a análise foi concentrada nos 100 *posts* mais compartilhados. Desses, sete foram excluídos por não estarem relacionados à vacinação e 13 foram desconsiderados devido à suspensão de contas ou exclusão de conteúdo. Assim, o *corpus* final da pesquisa contou com 80 publicações analisadas.

A análise das publicações sobre a vacinação contra a Covid-19 revela uma série de sentimentos, opiniões e percepções que desvelam a maneira como as pessoas se relacionam com a imunização. O Tópico Emergente *Combate à Desinformação* destaca-se como o mais frequente, indicando um momento em que muitos usuários confrontaram informações falsas e enganosas relacionadas às vacinas. A maioria desses *posts* apresenta um tom irônico e comparação com outros produtos e práticas para questionar um possível medo dos imunizantes. Por exemplo, um *post* compartilhado 40,8 mil vezes diz: “*Você confiaria numa vacina da Rússia? meu filho eu já comi muito miojo e salgado em rodoviária nessa vida pra ter esse tipo de critério*”.

Dos 80 *posts* analisados, 79 expressaram uma visão positiva da vacinação, enquanto apenas um questionou a imunização, reforçando o discurso negacionista. Este conteúdo, compartilhado 14,4 mil vezes, afirmava: “*A VACINA CHINESA DE JOÃO DORLA - Para o meu Governo, qualquer vacina, antes de ser disponibilizada à população, deverá ser COMPROVADA CIENTIFICAMENTE PELO MINISTÉRIO DA SAÚDE e CERTIFICADA PELA ANVISA. - O povo brasileiro NÃO SERÁ COBALA DE NINGUÉM*”. Este também foi o único *post* entre os analisados que defende o governo federal de Jair Bolsonaro. Por outro lado, cinco mensagens criticam explicitamente o governo e quatro exaltaram o presidente Luiz Inácio Lula da Silva ou seu partido, o PT.

Durante o período analisado, observou-se que os discursos de esperança e otimismo predominaram nas interações sobre a vacinação contra a Covid-19 no X. A aprovação dos usos emergenciais dos imunizantes CoronaVac e AstraZeneca foi celebrada como uma vitória sobre a desinformação. São frequentes mensagens de exaltação à ciência, às instituições públicas e ao SUS, demonstrando um sentimento de orgulho e gratidão em relação aos envolvidos no desenvolvimento e distribuição das vacinas. Isso reflete uma valorização da ciência, dos cientistas e dos profissionais de saúde na luta contra a pandemia.

Há também uma expectativa positiva em relação ao impacto da vacinação na vida das pessoas e ao retorno à “normalidade”. Os *posts* frequentemente utilizam memes e outros

elementos humorísticos, mostrando que as mídias sociais se tornaram uma plataforma para expressar opiniões de maneira engraçada e irônica. Por meio desses elementos, as pessoas manifestam tanto apoio quanto críticas à vacinação, e podem ressignificar um período tenso como o da pandemia.

Além dos memes, também há um tópico recorrente de explicação e informação, indicando uma busca por compreender o funcionamento dos imunizantes aprovados pela Anvisa, especialmente em relação à sua eficácia. Esses *posts* informativos podem ajudar a dissipar a desinformação e fornecer um contexto claro para o público. Contudo, eles também agem como um contraponto à empolgação, equilibrando as expectativas. Enquanto muitos estão ansiosos pela vacinação, essas mensagens lembram a importância de ser realista sobre o cronograma e a complexidade envolvida na distribuição e administração das vacinas. Esta abordagem mais cautelosa pode ser vista como uma tentativa de fornecer uma perspectiva mais calma diante das emoções do público, mas também indica uma certa problematização inerente à rede social analisada.

Há ainda um sentimento de atraso do Brasil em comparação com outros países que iniciaram suas campanhas de vacinação de maneira mais eficaz e rápida. Essas mensagens frequentemente expressam descontentamento com a gestão da pandemia pelo governo Bolsonaro e com a postura do então ministro da Saúde, Eduardo Pazuello.

Tabela 1 – Tópicos emergentes mais frequentes

Tópico emergente	Exemplo de <i>post</i>
Combate à desinformação	<i>“Atenção: Mais de 1.100.000 de pessoas já receberam vacina contra o COVID em 4 países diferentes. As vacinas causaram 3 reações alérgicas relevantes, os 3 já se recuperaram e estão bem. Nesse intervalo de tempo o COVID matou mais de 90 mil pessoas. Lembrem dessa comparação”.</i>
Humor	<i>“Gente, por favor, não confundam. A vacina da Pfizer é a que transforma em jacaré. A Coronavac é a que insere um chip de monitoramento comunista”.</i>
Política	<i>“Parabéns aos pesquisadores que abandonaram quase um ano todo da própria vida pra se dedicarem numa vacina que salvará muita gente que foi deixada pra morrer pelo governo federal, estadual e municipal. Fizeram milagre num contexto de destruição da universidade e do financiamento”.</i>

Expectativa positiva	<i>“Agiliza aí vacina pq em junho eu quero dançar forró beijando”.</i>
Comparação	<i>“minha filha você bebia vodka natasha com o gelo de dentro do isopor de um ambulante ENTREGUE PELA MÃO QUE ELE PASSAVA O TROCO no auge do sábado de carnaval e agora tá com medo da vacina chinesa”</i>
Exaltação	<i>“Histórico. Viva o SUS! [link com imagem da primeira pessoa vacinada no Brasil]”.</i>
Anti-Bolsonaro	<i>“Para que não se esqueça: Jair Bolsonaro não teve NENHUMA PARTICIPAÇÃO no sucesso da vacina. Nenhuma. Jair Bolsonaro não é responsável por NENHUMA GOTA da vacina”.</i>
Pró-Lula e PT	<i>“Se a minha vida ainda estivesse sendo destruída pelo PT, certeza que eu já estaria vacinada”.</i>
Atraso do Brasil	<i>“argentina: tomando vacina e legalizando o aborto bra: sil”.</i>
Eficácia	<i>“A Coronavac foi anunciada com 78% de eficácia, sendo que 100% em casos graves. Vi que muita gente não tá entendendo o que isso significa, e alguns até considerando 78% “pouco”, então vou tentar explicar de uma forma simples pra que todos entendam. Segue o fio...”.</i>
Explicação/Informação	<i>“Os principais desafios do sistema público de saúde no pós vacina: [link indisponível]”.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Em resumo, os imaginários presentes nas publicações mais compartilhadas no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 revelam uma ampla variação de emoções, visões de mundo, crenças e ideologias expressas pelas interpretações dos usuários sobre o evento. Ao explorar os imaginários emergentes, torna-se claro que a conversação nessa mídia social desempenhou um papel importante de influência nas percepções e atitudes em relação à vacinação. Enquanto a desinformação e seus efeitos ganharam destaque ao longo da pandemia, na semana que analisamos, esses elementos parecem ter sido suplantados por uma poderosa onda de otimismo, expectativa e confiança na ciência.

Considerações finais

Todo discurso revela visões de mundo, seja de maneira explícita ou sutil. Nas análises realizadas, emergiram tópicos relevantes que delinearão os contornos dos imaginários subjacentes. Por meio da análise discursiva de imaginários, exploramos as profundas camadas

de significado presentes nas conversas on-line, revelando como as pessoas expressam emoções, crenças e visões de mundo. As publicações compartilhadas no X (antigo Twitter) durante o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil revelam a complexidade da interação entre ciência, saúde pública, política e comunicação midiática. Durante a pandemia, tornou-se evidente que o ecossistema midiático desempenha um papel crucial na formação de percepções e opiniões, frequentemente amplificando discursos de esperança, resistência, desinformação e negacionismo.

O embate político-ideológico em torno dos imunizantes e da imunização foi uma característica marcante desse período. As redes sociais serviram como um palco para a polarização entre os defensores da ciência, do SUS e da importância da imunização, e aqueles que propagavam desinformação, teorias conspiratórias e críticas à ciência. A retórica política entrelaçou-se com os debates sobre as vacinas, com figuras públicas posicionando-se a favor ou contra, influenciando frequentemente a opinião pública. O papel do ex-presidente Bolsonaro, seus embates com outros políticos e a promoção de determinados imunizantes foram temas recorrentes nas discussões.

A presença constante de memes e elementos humorísticos nas conversas sobre vacinação revela a peculiaridade da comunicação nas mídias sociais. O humor funcionou como uma ferramenta para expressar apoio, crítica e para ressignificar um momento de crise. Simultaneamente, os usuários buscavam informações e explicações sobre as vacinas, sublinhando a importância da divulgação científica na luta contra a desinformação.

A valorização da ciência, dos cientistas e dos profissionais de saúde destacou-se nos discursos analisados, refletindo um sentimento de orgulho e gratidão pelo desenvolvimento e distribuição das vacinas. Este elemento revela a confiança depositada nas instituições públicas, como o SUS, e a esperança de que a vacinação pudesse pavimentar o caminho de volta à normalidade. Por outro lado, as preocupações com os atrasos na vacinação em comparação com outros países e as críticas à gestão da pandemia pelo governo foram também centrais nas conversas.

Em suma, esta pesquisa proporciona uma visão abrangente das percepções e dos sentimentos que permearam as relações sociais nesse momento histórico. Reforça, ainda, a possibilidade de conter a desinformação, mesmo em ambientes nos quais ela está constantemente presente e intensificada. Para isso, destaca-se a importância de uma comunicação eficaz, fundamentada em dados científicos, para enfrentar desafios como o negacionismo e a hesitação vacinal, além de promover o engajamento público com as políticas de saúde.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, E. M. *et al.* Vacinas e redes sociais: o debate em torno das vacinas no Instagram e Facebook durante a pandemia de COVID-19 (2020-2021). **Cad. Saúde Pública**, v. 38, n. 11, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/pZ9Xc7WYqx9fzYfXcwXVwrp/>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- CHINAZZO MÜLLER, L. Enquadramento da CoronaVac no Jornal Nacional: disputas políticas e impactos na divulgação científica. *In: VIII Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro - Pensacom*, CPF-Sesc-SP, São Paulo, Brasil, dez. 2021.
- CUNHA, M. R. da; CHINAZZO MULLER, L. As vacinas e a desinformação no ecossistema da mídia. *In: ALMEIDA, M.; TYMOSHCHUK, O.; MACIEL, S. Comunicação, saúde e acessibilidade*. Aveiro/Portugal: Ria Editorial, 2021.
- GALHARDI, C. P. *et al.* Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil Fake. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/PBmHtLCpJ7q9TXPwVZ3kGH>. Acesso em: 20 jun 2024.
- GULLINO, D. Veja 10 vezes em que Bolsonaro criticou a CoronaVac. O Globo. Rio de Janeiro, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/veja-10-vezes-em-que-bolsonaro-criticou-coronavac-24843568>. Acesso em: 28 jun. 2024.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto: 2017.
- DURAND, G. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- LOGAN, R. K. Understanding Humans: The Extensions of Digital Media. *Information*, v.10, n.10, 304, MDPIAG, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3390/info10100304>. Acesso em: 30 maio 2022.
- MASSUCHIN, M. G. et al. A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de Whatsapp na pandemia da COVID-19. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, Unisinos, São Leopoldo, v. 23, n. 2, p.160-174, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22587>. Acesso em: 20 ju.n 2024.
- MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo. Editora Cultrix. 1964.
- MONARI, A. C. P.; SACRAMENTO, I. A “vacina chinesa de João Doria”: a influência da disputa política-ideológica na desinformação sobre a vacinação contra a Covid-19. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 15, n. 3, set./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/50945>. Acesso em: 30 maio 2022.
- RECUERO, R. et al. Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil. [livro eletrônico] Relatório, resultados e estratégias de combate. 1. ed. - Pelotas, RS:

MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021.

RECUERO, R.; SOARES, F. B. #VACHINA: how politicians help to spread disinformation about Covid-19 vaccines. *Journal of Digital Social Research*, v. 4, n.1, p.73-97, 2022. Disponível em:

<https://jdsr.sbne/ojs/index.php/jdsr/article/view/112>. Acesso em: 20 jun. 2024.

SHIRKY, C. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, J. M. da. As tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SILVA, J. M. Diferença e descobrimento. O que é o imaginário? A hipótese do excedente de significação. Porto Alegre: Sulina, 2017.

SILVA, J. M. da. O que pesquisar quer dizer. Sulina: Porto Alegre, 2019.

SUSCA, V. Afinidades conectivas. Porto Alegre: Sulina, 2019.

BIOGRAFIA DA AUTORA

LUANA CHINAZZO MÜLLER

Doutora e mestra em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

E-mail: luachinazzo@gmail.com



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 142-162, jan-jun, 2024

Desmascarando a comunicação do governo federal brasileiro sobre Covid-19 na cobertura do telejornalismo

Desenmascarando la comunicación del gobierno federal brasileño sobre Covid-19 en los informativos de televisión

Unmasking the Brazilian federal government's communication on Covid-19 in TV news coverage

Ivan PAGANOTTI

Doutor/USP – Pesquisador CNPq e docente
do PósCom/Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
E-mail: ivan.paganotti@metodista.br

Raphael Leal de Oliveira SANCHES

Mestre e doutorando/Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
E-mail: raphaellealoliveira@yahoo.com.br

*Enviado em: 26. jun. 2024
Aceito em: 04. jul. 2024*

RESUMO

Em meio a pandemia da COVID-19, o Ministério da Saúde (MS) organizou um documento de 26 páginas para a proteção sanitária e comunicação dos mecanismos de combate a pandemia de COVID-19. Este artigo pretende responder como este plano do MS foi apresentado pelos telejornais brasileiros e analisa como a resposta sanitária do governo federal foi transmitida ao público, construindo uma análise comparativa da cobertura do Jornal Nacional e do Jornal da Record nos dias 1º e 3 de abril de 2020 a respeito do posicionamento da Organização Mundial da Saúde em relação ao uso de máscaras descartáveis na pandemia e, após um ano, as revisões sobre este posicionamento em abril de 2021.

Palavras-chave: *Telejornalismo; Desinformação; Covid-19.*

RESUMEN

En medio de la pandemia de COVID-19, el Ministerio de Salud (MdS) organizó un documento de 26 páginas para la protección de la salud y la comunicación de los mecanismos para combatir la pandemia de COVID-19. Este artículo pretende responder a cómo este plan del MdS fue presentado por los informativos de la televisión brasileña y analiza cómo la respuesta sanitaria del gobierno federal fue transmitida al público, construyendo un análisis comparativo de la cobertura del Jornal Nacional y del Jornal da Record de los días 1 y 3 de abril de 2020 en relación con la posición de la Organización Mundial de la Salud sobre el uso de máscaras desechables en la pandemia y, después de un año, las revisiones de esta posición en abril de 2021.

Palabras-clave: *Tele periodismo; Desinformación; Covid-19.*

ABSTRACT

In the midst of the COVID-19 pandemic, the Ministry of Health (MoH) organized a 26-page document for health protection and communication of mechanisms to combat the COVID-19 pandemic. This article aims to answer how this MoH plan was presented by Brazilian TV news. This article analyzes how the federal government's health response was transmitted to the public, building a comparative analysis of the coverage of Jornal Nacional and Jornal da Record on April 1 and 3, 2020 regarding the World Health Organization's position on the use of disposable masks in the pandemic and, after a year, the revisions on this position in April 2021.

Keywords: *TV News; Desinformation; Covid-19.*

Introdução¹

Através da reflexão de Habermas (2014) sobre o papel da esfera pública na troca de informações e definição de políticas públicas, esta pesquisa pretende discutir as estratégias de comunicação de riscos apresentada pelo Ministério da Saúde (MS) brasileiro e pela Organização Mundial da Saúde (OMS) durante a fase inicial da pandemia de COVID-19. O estudo contempla a necessidade desta comunicação em realidades de alertas sanitários e pandêmicos como o enfrentado no início da década de 2020, avaliando os passos desta comunicação a ser divulgada para a imprensa e população diante do aumento ou não da gravidade enfrentada.

Um elemento central na política sanitária é a divulgação de informações acessíveis, claras e fundamentadas, ponderando a urgência necessária do problema com um plano de ação exequível. O papel dos meios de comunicação de massa é salutar nessas estratégias de divulgação, e podem ocorrer tensões quando há divergências entre as autoridades (como a coordenação problemática entre as recomendações das autoridades internacionais, federais e locais, durante a pandemia no Brasil) entre o poder público e a mídia (com críticas de jornalistas sobre a fundamentação ou a implantação dos planos sanitários do poder público) ou mesmo entre veículos de comunicação (visto que diferentes meios se alinharam a posições distintas entre as defendidas pelas autoridades sanitárias em divergência).

Para avaliar como as divergências sobre planos sanitários é apresentada na mídia, este artigo realiza análise comparativa entre a comunicação dos principais telejornais do país – Jornal Nacional (JN), da TV Globo e Jornal da Record (JR), da TV Record – no primeiro ano de pandemia, buscando responder a seguinte pergunta: como foram apresentados e discutidos os planos de resposta à pandemia de COVID-19 na cobertura do telejornalismo brasileiro sobre o governo federal?

A análise desses telejornais tem como principal objetivo identificar alinhamentos ou divergências destes veículos em relação aos planos do poder público durante a pandemia da

¹ Este artigo amplia e atualiza dados discutidos na dissertação de mestrado “O posicionamento do telejornalismo da TV Globo e Record no contexto da Covid-19”, defendida em 2023 por Raphael Leal de Oliveira Sanches no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, sob orientação de Ivan Paganotti.

COVID-19. Assim, foram escolhidas três edições de cada telejornal: nos dias 1 e 3 de abril de 2020 (edições selecionadas por abordarem a alteração da política de recomendação de máscara da Organização Mundial da Saúde, no mês seguinte à chegada da pandemia ao Brasil) e no dia 1º de abril de 2021, após um ano do primeiro telejornal analisado, para assim avaliar a evolução dessa cobertura. O trabalho procura avaliar como esses veículos jornalísticos trataram a divulgação de informações imprecisas, questionáveis e até mesmo demonstrativamente falsas em um momento de crise da gestão pública da saúde internacional.

O debate na esfera pública

Habermas (2014) já destacava a relação essencial entre os meios de comunicação e a participação democrática no debate público na modernidade. Havendo liberdade de expressão com livre fluxo de informações e opiniões, a opinião pública pode debater questões de relevância e influenciar o processo decisório pelas autoridades públicas, cobrando transparência sobre seus atos e justificativas sobre sua fundamentação (HABERMAS, 2014). Isso é possível pois “a consolidação da democracia moderna e das liberdades civis está relacionada ao surgimento do modelo liberal de imprensa, que se considera portadora da verdade e com a função de fiscalização sobre os governos” (STEVANIM; MURTINHO, 2021, p. 41).

A modernização dos meios de comunicação concretiza o grande poder da mídia e a sua capacidade de influenciar a grande massa, impactando a circulação de posicionamentos na esfera pública (HABERMAS, 2014). Grandes acontecimentos repercutem na cobertura midiática, e o debate sobre esses eventos também pode impactar o desenrolar dos eventos e a resposta de atores sociais e gestores públicos. Durante a pandemia da COVID-19, isso foi ainda mais potencializado pelas redes digitais e a multiplicidade de telas (KANTAR Ibope Media, 2021), consequência da evolução midiática que leva os fatos ao público de uma forma mais visível e instantânea. Apesar de toda esta rapidez e propagação de conteúdos, para a devida aplicação e aceitação do que está sendo informado, é necessário que o público confie na fonte da informação (OMS, 2018).

O surto de coronavírus envolveu o reconhecimento do jornalismo como uma instância essencial nas sociedades do século XXI. Neste caso, os dados, tanto sobre o consumo quanto sobre a avaliação da credibilidade da cobertura jornalística, reafirmam a alta relevância social do sistema

mediático no nosso mundo em momentos críticos (SOUZA, 2021, p.9).

Ministério da Saúde e a organização da comunicação de riscos na COVID-19

Desde que as primeiras notícias sobre a manifestação de um novo vírus na cidade de Wuhan na China em dezembro de 2019 foram manchetes em todo o mundo, uma série de medidas, no campo da comunicação, foram adotadas no Brasil para maior promoção de informações credíveis sobre a nova pandemia e para impedir a disseminação acentuada da desinformação sobre a futura manifestação da COVID-19 no país. Afinal, como Kunczik (2002) já apontava, autoridades governamentais e seus devidos representantes são fontes importantes para a informação, e em um momento de crise, tem ainda mais responsabilidade sobre seus posicionamentos, devido ao seu potencial na influência de opiniões públicas.

É relevante ressaltar neste estudo que o Brasil se organizou para disponibilizar aos diversos veículos de informação conteúdos consistentes sobre a evolução da COVID-19. Uma das primeiras ações foi a inauguração, pelo Ministério da Saúde, no dia 22 de janeiro de 2020, do Centro de Operações de Emergência em Saúde Pública (COE-COVID-19) que tem como coordenação a Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS). “A principal função do SVS é direcionar as ações do Ministério da Saúde na resposta à possível emergência de saúde pública” (BRASIL, 2020b). O Ministério da Saúde (MS), criado pela lei 1.920 em 1953 (Biblioteca Virtual em Saúde, 2020), tem como objetivo, “dispor de condições para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades, controlando as doenças endêmicas e parasitárias e melhorando a vigilância à saúde, dando, assim, mais qualidade de vida ao brasileiro” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).

Possuindo a responsabilidade de colaborar na geração das informações e alertas sanitários à imprensa e, por consequência, à população, o Ministério da Saúde, através da SVS, organizou um documento com 26 páginas. Esta cartilha apresentava o Plano de Contingência Nacional para a Infecção Humana pelo novo Coronavírus (BRASIL, 2020b). Com o alerta de pandemia, por parte da Organização Mundial de Saúde, as autoridades sanitárias federais buscavam “nortear a atuação do MS na resposta à possível emergência de Saúde pública, buscando uma atuação coordenada no âmbito do SUS” (BRASIL, 2020b, p.4). Ou seja, através do Ministério da Saúde e adotando os três níveis de emergência descritos

neste documento (Tabela1), o país se organiza, através do SUS, para o devido atendimento e cuidados à população.

Tabela 1: Níveis de emergência e ações adotadas pelo Brasil através do Plano de Contingência Nacional para a Infecção Humana nos casos da COVID-19 – Brasil

Nível de emergência:	Ações:
1- <i>Alerta</i> : risco elevado de introdução do SARS-COV no Brasil sem a apresentação de casos suspeitos;	Neste nível de resposta a estrutura do Centro de Operações de emergência (COE) é simplificada e restrita aos órgãos e instituições mais relacionados com a competência de detectar, investigar, manejar e notificar casos potencialmente suspeitos da infecção humana pelo novo coronavírus. Nesse momento inicial, várias doenças respiratórias comuns poderão ser fator de confusão. Para isso, é necessário dispor de todas as definições de caso que contemplem situações possíveis, incluindo a definição de caso excluído. Importante salientar a todos os serviços que as definições serão suficientemente sensíveis no início e progredirem para maior especificidade. No entanto, mesmo no início, alguns casos podem não se enquadrar na definição adotada. Nessas situações, deve-se avaliar caso a caso, devendo prevalecer a conduta clínica local, mesmo que o caso em questão não seja incluído para investigação, no primeiro momento.
2- <i>Perigo Iminente</i> : confirmação uma situação que confirme um caso suspeito;	A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios exercerão, em seu âmbito administrativo, as seguintes atribuições: XIII - para atendimento de necessidades coletivas, urgentes e transitórias, decorrentes de situações de perigo iminente, de calamidade pública ou de irrupção de epidemias, a autoridade competente da esfera administrativa correspondente poderá requisitar bens e serviços, tanto de pessoas naturais como de jurídicas, sendo-lhes assegurada justa indenização. Neste nível de resposta a estrutura do COE será ampliada com a presença de órgãos fora do setor saúde, mas que tenham relação com a resposta coordenada ao evento.
3- <i>Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN)</i> : confirmação de transmissão local do primeiro caso de coronavírus.	Reconhecimento de declaração de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Estas situações configuram condições para recomendação ao Ministro da Saúde de declaração de ESPIN

Fonte: Ministério da Saúde (BRASIL, 2020b, p.5-6)

O mais alto nível de alerta em saúde é chamado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. Este alerta foi declarado pelo órgão em 30 de janeiro de 2020. Passado, pouco mais de um mês, no dia 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada como uma pandemia, conforme OPAS (2020a).

Reforçando o conteúdo de comunicação à disposição dos mais diversos meios de comunicação, o Ministério da Saúde passou a apresentar diariamente Boletins Epidemiológicos sobre a realidade da COVID-19 no país. O primeiro boletim foi publicado no dia 3 de fevereiro de 2020 (Brasil, 2020a) disponibilizando, online, à população a situação epidemiológica brasileira e mundial, além de explicar os objetivos da vigilância, as características gerais sobre a Infecção Humana pelo Novo Coronavírus, entre outras informações.

Em momentos de risco e emergências sanitárias referentes a COVID-19, ocorre a responsabilidade, por parte dos órgãos públicos, de levar até as pessoas mais vulneráveis informações relevantes e em tempo real. Com isso, surge a necessidade da comunicação de riscos que tem como principal objetivo permitir “às pessoas em risco compreenderem e adaptarem comportamentos de proteção. Permite também às autoridades e peritos auscultarem e darem resposta às preocupações e necessidades das pessoas” (OMS, 2018, p. 1). Segundo o próprio órgão, esta comunicação técnica tem como principal público os políticos responsáveis pela gestão das emergências na saúde pública, agentes de comunicação, sociedade civil e as organizações privadas e públicas envolvidas na organização desta emergência sanitária.

Apesar de todo este esforço em comunicar informações sanitárias à população, a maneira como as pessoas percebem a pandemia é outro ponto relevante para se levar em consideração neste estudo sobre a realidade pandêmica. É esta percepção que contribui para que a população aumente ou diminua sua participação na adoção das medidas preventivas. Uma percepção de baixo risco diminui a o reconhecimento da gravidade da situação e limita o comprometimento com as medidas de resposta, enquanto a observação de alto risco tem efeito oposto, ampliando a identificação da ameaça e reforçando seu combate. Segundo a própria Organização Mundial da Saúde (2018), a confiança na informação é a pedra fundamental para qualquer comunicação.

Do lado contrário, a falta de confiança entre a população e os órgãos públicos sanitários, incentiva a comportamentos mais expostos à doença e, também, a uma mudança de postura referente a precaução e cuidados básicos de proteção. É justamente isso que a comunicação de riscos precisa evitar. É nesse cenário de desconfiança que a desinformação encontra ambiente propício para a multiplicação de informações falsas ou descontextualizadas:

Estas e outras questões – como a dos assintomáticos poderem transmitir ou não o vírus, do uso ou não de máscaras para evitar contaminações ou da permanência ou não do vírus em superfícies ao exterior – vieram introduzir uma diminuição da confiança das pessoas nos préstimos da OMS (SOUSA, et al. 2020, p. 18).

O uso ou não das máscaras descartáveis para reduzir a exposição ao vírus foi um tema particularmente polêmico: parte do público e mesmo autoridades oscilaram entre a resistência e a adoção das máscaras, um tópico bastante explorado nas edições dos telejornais mais assistidos do país no começo da pandemia.

Análise: COVID-19 e o Ministério da Saúde nos telejornais

Entre outras medidas sanitárias, um dos temas que gerou bastante dúvida, no início da pandemia da COVID-19, foi a orientação da Organização Mundial da Saúde (OMS) a respeito da utilização ou não das máscaras de proteção (SOUSA, et al. 2020). Este estudo pretende construir uma análise comparativa que mostra as mudanças de posições retratadas nas reportagens exibidas nos telejornais. As edições escolhidas foram 1º e 3 de abril de 2020 (datas do debate sobre o uso ou não das máscaras sanitárias por parte da OMS) e um ano depois, em 1º de abril de 2021.

O Jornal Nacional foi exibido nacionalmente pela TV Globo numa quarta-feira, dia 1º de Abril de 2020. Nesta edição o Jornal seguiu o padrão monotemático (CAJAZEIRA et al.,2020) a respeito das reportagens exibidas sobre a COVID-19 em comparação com a edição do Jornal da Record - veja Tabelas 2 e 3.

Tabela 2 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 01/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	17
reportagens sobre a COVID-19	17
reportagens sobre outros assuntos	0

Fonte: autoria própria

No comparativo entre os dois telejornais, o JR exibiu maior quantidade de matérias nesta edição. Fora isso, o telejornal da TV Record, transmitiu relevante quantidade de reportagens sobre a nova pandemia, mas mudou de assunto, abordando duas matérias de outros temas que não fossem a COVID-19.

Tabela 3 – Jornal da Record (JR)

Data de exibição: 01/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	24
reportagens sobre a COVID-19	22
reportagens sobre outros assuntos	2

Fonte: autoria própria**Jornal Nacional – edição de 01/04/2020**

Os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos abordaram em dois momentos a coletiva de imprensa da OMS realizada em Genebra, na Suíça, contrastando com a coletiva de imprensa em Brasília do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. Na primeira reportagem, o JN ressaltou a orientação do órgão sobre a necessidade do distanciamento social como forma de prevenção de contaminação da doença – incluindo declaração do Diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan. Na segunda matéria, destacou a fala do diretor Geral, Tedros Adhanom Ghebreyesus, que alertou para o grande número de mortos por COVID-19 pelo mundo (dobro de casos em 24 horas). Ressaltou que a restrição à circulação de pessoas ajuda a limitar a propagação do vírus, mas que pode ter consequências indesejadas aos mais pobres e vulneráveis e reforçou que os governos implementem medidas de assistência social. A matéria destaca o recado do diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan para o Brasil: “Reforço que o monitoramento, quarentena, isolamento, testes e o fortalecimento dos nossos sistemas de saúde”, destacando que “a prioridade das máscaras é para os profissionais de frente da saúde, para os infectados e para os que cuidam destas pessoas”, concluiu o diretor Executivo da OMS.

Na cobertura da coletiva de imprensa do Ministério da Saúde, Luiz Henrique Mandetta alertou sobre a falta de equipamentos para os profissionais da saúde e respiradores para as pessoas infectadas. Pediu à população para redobrar os esforços para o isolamento

social. Ressaltou a falta de equipamentos de proteção individual em todo o mundo: “Máscaras, luva e gorro não se usam apenas para o coronavírus, se usa para operar todas as urgências.” Fez um apelo para quem tiver máscaras, levar para os médicos nos hospitais: “Eles vão precisar! Reesterelizar estas máscaras para serem usadas por mais tempo.” Destacou a importância do isolamento social: “Se relaxarmos e fizermos aglomeração, isso pode piorar a necessidade dos equipamentos de proteção hospitalar. Estamos preocupados com o estoque de equipamentos.” Sobre o uso de máscaras ressaltou a mesma orientação da OMS: “Destinado aos profissionais de saúde e doentes.” Mas, pela primeira vez, citou as máscaras de pano como opção de proteção: “Se o cidadão quer uma proteção extra, deve usar a máscara de pano. Faça a sua máscara de pano! Tem na internet. Lave com água sanitária. Tenha 4 ou 5 máscaras de uso pessoal. Lave, use e reaproveite! Agora, é lutar com as armas que a gente tem.” O então Ministro da Saúde se pronunciou sobre a utilização da cloroquina como medicamento de cura da COVID-19: “Não tem recomendação médica. Este remédio causa arritmia cardíaca. Em vez do coração bater no ritmo, ele faz com que saia do ritmo normal. Não temos segurança. Não se sabe se é bom”. A coletiva foi encerrada com a notícia da compra de 500 mil testes rápidos da China: “Estes testes começarão a ser distribuídos para todos os estados”, afirmou o Ministro da Saúde.

Jornal da Record – edição de 01/04/2020

A edição do telejornal do início do mês de abril foi apresentada por Sérgio Aguiar e Adriana Araújo. Sobre a coletiva da OMS, o jornal destacou a sonora do Diretor Geral, Tedros Adhanom Ghebreyesus, ressaltando a sua preocupação com o número de mortos no mundo que dobrou em 1 semana e que o número de pessoas contaminadas pode chegar a 1 milhão dentro de poucos dias.

Com relação a coletiva do Ministério da Saúde, o jornal adota uma abordagem diferente da emissora concorrente e o JN). Em nenhum momento o JR cita a prioridade e a utilização de máscaras pelos profissionais da saúde, nem a realização do isolamento social.

Sobre a entrevista de Luiz Henrique Mandetta, o JR resalta o esforço do Ministério da Saúde para comprar da China os testes da COVID-19 que serão, também, distribuídos para todos os estados. Pede que todos os estados do país façam esforços financeiros para a compra de testes. O JR resalta a afirmação do Ministro da Saúde sobre o atraso na entrega

dos kits de diagnóstico do coronavírus que foram comprados do Reino Unido e que a chegada atrasará porque os 3 milhões e meio de testes estavam contaminados com o vírus.

Sobre as edições do JN e JR do dia 03/04/2020

Diante de toda a realidade e novas informações sobre a recomendação ou não, por parte da OMS, sobre o uso da máscara, o dia 3 de abril de 2020 é uma data importante porque é quando o posicionamento da entidade é alterado. O Jornal Nacional inicia a sua edição do dia 3 de abril ressaltando as novas direções da OMS e do Ministério da Saúde, referentes a atualização da pandemia; já o Jornal da Record traz fala inédita do Ministro da Saúde sobre o uso da cloroquina no tratamento de pacientes da COVID-19.

Jornal Nacional – 03/04/2020

Os apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos, abriram a edição com a coletiva de imprensa do Ministério da Saúde. A âncora, Renata Vasconcellos, fez questão de destacar o mal-estar entre o presidente da República, Jair Bolsonaro e o então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta. O comentário da jornalista deixou claro as diferenças de pensamentos e ações da presidência da República e do Ministério da Saúde na condução da pandemia no país.

Na coletiva de imprensa do Ministério da Saúde o Jornal Nacional destacou novamente as falas do Ministro da Saúde que reforçaram a importância de evitar aglomerações para que o número de casos não cresça no país. Ressaltou que sua gestão estava fazendo de tudo para poupar vidas. Perguntado sobre as divergências com o presidente da república, disse que vê o Brasil como um paciente e que buscará na ciência o melhor tratamento. “Não existe uma fórmula pronta para esta epidemia porque o mundo não tem.” E ressaltou: “Aprendi com os meus mestres: médico, não abandona paciente, (...) orientamos a população que siga as recomendações dos seus governadores que possuem os melhores números para propor as suas medidas”. O ministro reforçou que “a sociedade que conseguir manter um código muito restrito, conseguirá passar sem espiral alta, as que tiveram maior grau de movimento, tiveram espiral alta”. O ministro conclui indicando que “quando se tem e colapso, a economia sofre muito mais. Quando se tem colapso, não se tem outra alternativa, a não ser uma quarentena horizontal, algo que não experimentamos no Brasil”.

Sobre a coletiva de imprensa da Organização Mundial da Saúde, o JN destacou que a OMS assumiu pela primeira vez que o uso de máscaras caseiras, em algumas circunstâncias, pode fazer parte de uma estratégia abrangente para coibir a COVID-19. Segundo o Diretor Executivo da OMS, Michael J. Ryan, “médicos e enfermeiras da linha de frente devem ter prioridade para as máscaras de alta proteção. Mas, usar coberturas no nariz e boca não é uma má ideia. Em algumas circunstâncias, as máscaras caseiras podem ajudar na proteção da pandemia, (...) a OMS vai apoiar os governos que adotarem este procedimento, (...) esta recomendação não anula as outras, como: lavar bem as mãos, manter o distanciamento e ficar em casa”. Já o diretor geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, advertiu: “se os países retirarem as regras de restrições de circulação de pessoas antes da hora, a COVID-19 pode reaparecer e o impacto econômico pode ser ainda mais severo e prolongado.”

O JN também ressaltou o pronunciamento da diretora do Fundo Monetário Internacional (FMI), Kristalina Gueorguieva, indicando que a pandemia paralisou a economia global e colocou o mundo numa recessão pior que a de 2008. “Mais de 90 países pediram financiamento de emergência”, afirmou. Em seguida ressaltou: “O FMI está trabalhando em conjunto com o Banco Mundial e a OMS para convencer credores a suspender a cobrança de dívidas de países mais pobres por, pelo menos, 1 ano”.

Após o comunicado da OMS sobre a liberação e recomendação de uso das máscaras caseiras, o Jornal Nacional apresentou, ao vivo, uma nota explicando o novo procedimento adotado pela Globo aos funcionários do jornalismo: todos os que estiverem dentro dos veículos da empresa e nos ambientes de trabalho deverão usar máscaras.

Tabela 4 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 03/04/2020	Quantidade
reportagens exibidas	17
reportagens sobre a COVID-19	15
reportagens sobre outros assuntos	2

Fonte: autoria própria

Conforme a Tabela 4, 17 matérias foram exibidas no total, entre conteúdos nacionais e internacionais. O JN passou a exibir reportagens sobre outras temáticas que não fosse somente a COVID-19. Após a segunda análise sobre a edição completa do principal

telejornal da Rede Globo, é possível perceber que a linha editorial do noticiário prioriza exibir as coletivas dos órgãos oficiais com seus respectivos diretores à frente. Também é importante ressaltar que, ao divulgar a mudança de recomendação da OMS para o uso de máscara, a própria dinâmica da cobertura do JN foi também afetada, adotando essa nova norma como política para toda a emissora, demonstrando alinhamento dos jornalistas com as autoridades sanitárias e reforçando, perante a população, a importância desta medida.

Jornal da Record – 03/04/2020

O Jornal da Record foi apresentado em 3 de abril de 2020 por Sérgio Aguiar e Adriana Araújo. O JR destacou uma entrevista do Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, que não foi exibida por sua rival - TV Globo (JN) na mesma edição deste dia: Luiz Henrique Mandetta, até então, se manifestava contrário ao uso da cloroquina no tratamento das vítimas por COVID-19. O Jornal da Record, destacou o novo posicionamento do ministro que admitiu, pela primeira vez, a utilização do tratamento: “Estávamos adotando o tratamento para os pacientes críticos. Vamos adotar para os graves sem a necessidade de CTI, mesmo que as evidências sejam frágeis para que os médicos tenham a opção de poder utilizá-los”, ressaltou a declaração do Ministro.

Nesta mesma edição, o JR destacou a afirmação da Organização Mundial da Saúde (OMS) de que a medida mais eficaz para conter a pandemia é o confinamento – algo pouco destacado pelo telejornal até então. Ao mesmo tempo, ressaltou a necessidade do acompanhamento de ações econômicas para a garantia e a subsistência da população, principalmente dos mais pobres. Sobre o pronunciamento oficial da OPAS (Organização Pan- Americana da Saúde) a respeito do uso das máscaras cirúrgicas para os profissionais da saúde (OPAS, 2020b) e máscaras não cirúrgicas para a população em geral, o JR não exibiu nada a respeito deste assunto, ao contrário do JN que dedicou longo tempo na temática e inclusive passou a adotar máscaras para seus repórteres.

Tabela 5 – Jornal da Record (JR)

Data de exibição: 03/04/2020	Quantidade
reportagens exibidas	29
reportagens sobre a COVID-19	23
reportagens sobre outros assuntos	6

Fonte: autoria própria.

No comparativo entre os dois telejornais, o JR exibiu maior quantidade de matérias nesta edição (Tabela 5). Fora isso, o telejornal da TV Record, transmitiu relevante quantidade de reportagens sobre a nova pandemia e mudou de assunto mais vezes, em comparação com a edição passada de 1º de Abril de 2020, com a exibição de 6 reportagens sobre outros assuntos.

A Organização Pan- Americana da Saúde (OPAS), ligada a OMS, divulgou no dia 6 de Abril de 2020 (segunda-feira), ou seja, logo após os telejornais terem exibido em seus noticiários na noite da sexta-feira, a orientação sobre a utilização de máscaras cirúrgicas. Neste documento oficial, o braço da Organização Mundial da Saúde na América Latina, ressalta que o uso de máscaras cirúrgicas deve ser priorizado para os profissionais da saúde (OPAS, 2020b) e orienta sobre a utilização de máscaras não cirúrgicas.

Enquanto isso, os tomadores de decisão podem se adiantar e orientar o uso de máscaras não cirúrgicas. Onde isto acontecer as seguintes características relacionadas às máscaras não cirúrgicas devem ser levadas em consideração:

- Número de camadas de tecido.
- Respirabilidade do material utilizado.
- Não passagem de água pelo tecido/Qualidades hidrofóbicas.
- Formato da máscara.
- Ajuste da máscara (OPAS, 2020b, p.3).

Sobre as edições do JN e JR do dia 01/04/2021

Após 12 meses de intervalo na análise comparativa deste estudo, um ano depois do impasse da OMS entre recomendar ou não a utilização de máscaras para a população, o Ministério da Saúde teve trocas constantes de ministros (Motta, 2021), permanecendo no poder o quarto empossado: Marcelo Queiroga (os outros ministros que passaram pelo Ministério da Saúde foram: Luiz Henrique Mandetta no início da pandemia, Nelson Teich e Eduardo Pazuello).

Os repórteres das duas emissoras passaram a utilizar máscaras também em frente às câmeras. As determinações partiram, respectivamente, das duas emissoras. No caso da TV Globo (2021), a recomendação começou a valer no dia 4 de maio de 2020. Já a TV Record passou a adotar o mesmo procedimento três dias depois, em 7 de maio de 2020, conforme Ricco (2020).

Jornal Nacional – 01/04/2021

O Jornal Nacional do dia 1º de abril de 2021 foi apresentado por William Bonner e Renata Vasconcellos.

Tabela 6 – Jornal Nacional (JN)

Data de exibição: 03/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	20
reportagens sobre a COVID-19	11
reportagens sobre outros assuntos	9

Fonte: autoria própria.

Não houve nenhuma matéria abordando as coletivas de imprensa ou orientações do Ministério da Saúde e da Organização Mundial da Saúde como ocorreu nas edições analisadas anteriormente. Houve mudança na dinâmica das reportagens do Jornal Nacional da Rede Globo com a inclusão de informações sobre o início da vacinação em todo país. Além do boletim diário, dentro da edição do telejornal com o número de pessoas contaminadas pela COVID-19, o JN passou a, também, acompanhar com boletim diário, o número de pessoas vacinadas em todo país desde dezembro de 2020, início do programa vacinação em todo o país (BRASIL, 2021).

Jornal da Record – 01/04/2021

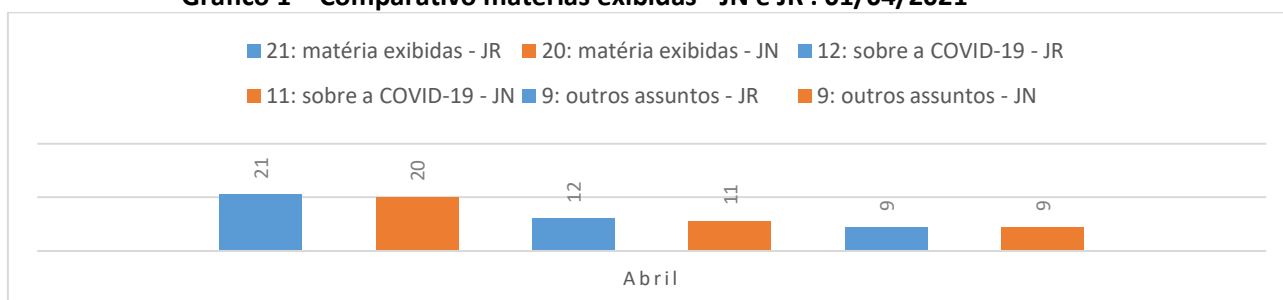
O Jornal da Record no dia 1º de abril de 2021 foi apresentado por Christina Lemos e Luiz Fara Monteiro.

Tabela 7 – Jornal da Record (JR)

Data de exibição: 01/04/2021	Quantidade
reportagens exibidas	29
reportagens sobre a COVID-19	23
reportagens sobre outros assuntos	6

Fonte: autoria própria.

É possível perceber uma semelhança na quantidade de matérias exibidas, temáticas e outros assuntos referentes nas edições comparativas do JN e JR. O fato de ter começado a campanha de vacinação no país (OPAS, 2021b) é um dos indicativos, através desta pesquisa, para maior uniformidade da informação, apesar de cada um dos telejornais terem suas características diferenciadas em todas as edições comparadas.

Gráfico 1 – Comparativo matérias exibidas - JN e JR : 01/04/2021

Fonte: autoria própria.

A comparação demonstra algumas pequenas diferenças entre os dois principais telejornais brasileiros no resultado do balanço dos casos da COVID – 19, a respeito do número de mortos e contaminados. Ainda que a abertura a posições divergentes seja essencial no debate democrático, a falta de uniformidade na comunicação de questões científicas e de políticas pública, durante uma emergência sanitária, trouxe impactos para a adoção ou a resistência de segmentos da população em relação às medidas de combate à pandemia (Souza, et al., 2021).

Considerações finais

Este estudo teve o intuito de contextualizar, a organização da comunicação, sua importância e efeitos na sociedade. A pesquisa discute a comunicação de riscos numa pandemia tão particular e devastadora. Os efeitos foram sentidos na esfera pública atual, diante de uma organização de comunicação administrada nacionalmente pelos órgãos de governo (MS) e internacionalmente (OMS), através de suas fases de comunicação e ação, observando o comportamento do vírus. A organização da comunicação de riscos foi organizada e elaborada, mas a fragilidade ocorreu na prática desta comunicação.

Mudanças de posicionamento, resultados da própria dinâmica da pandemia, nem sempre foram comunicadas de forma adequada: era importante destacar que novas pesquisas e a própria evolução do vírus levaria a mudanças nas recomendações das autoridades sanitárias, mas muitas vezes essas alterações foram vistas como divergências ou insegurança dos responsáveis pelo combate à pandemia. Perdido em uma situação sem precedentes, o público acabou confuso, entre comunicados divergentes, como aconteceu no caso das mudanças sobre o uso de máscara, discutido nesta análise.

Evidentemente, a divergência entre instâncias governamentais e até a troca de ministros da saúde sinaliza transtornos internos na gestão sanitária: dependendo de qual autoridade estava na frente dos microfones, ora o vírus foi tratado como uma ameaça terrível, ora foi minimizado, fazendo com que a população se questione sobre o que, de fato, acontecia e o que deveria ser feito.

Nas análises comparativas entre os dois maiores telejornais brasileiros, o estudo conclui ações diferenciadas na comunicação e informação. As duas edições do JN em 2020 priorizaram trechos das coletivas de imprensa do MS e da OMS, reforçando a unidade entre os dois órgãos sobre a informação da pandemia e os cuidados com a higienização, distanciamento social e isolamento, acreditando que esta seria a melhor forma de comunicar à população o que estava acontecendo. Fora isso, as edições do JN mostraram o placar dos casos do coronavírus no país, apresentando o número de contaminados e mortos nas últimas 24 horas e o total de casos. O telejornal da Rede Globo foi o único a abordar em ambas as edições o uso das máscaras, destacando que as sanitárias deveriam ser reservadas para os profissionais da saúde, enquanto as de pano poderiam ser usadas pelo público em geral. O JN apresentou um tom mais crítico à postura do governo federal frente a pandemia evitando exibir entrevistas de representantes ou ministros do executivo além de Mandetta. Numa das matérias, destacou a falta de comprometimento do Palácio do Planalto para evitar a disseminação do vírus desde o início da pandemia. Os 36 eventos oficiais realizados com a presença do Presidente da República foram repletos de aglomerações e com o mandatário sem máscara. O telejornal da emissora não deixou de mostrar as ações na economia do governo federal como liberações do auxílio emergencial para os trabalhadores informais.

Já as edições de 2020 do JR exibiram maior quantidade de reportagens sobre a nova pandemia e outras temáticas do que o JN. Alinhado à aproximação política da emissora e da liderança bolsonarista, o JR valorizou as ações do governo federal, apresentando possíveis entrevistas e coletivas do presidente e seus ministros. Nos boletins com o placar do coronavírus, mostrou o número de pessoas contaminadas pela COVID-19 no país, número de mortos e o saldo total, além dos casos de pessoas recuperadas em 24 horas e o total de recuperados – um elemento sempre privilegiado na comunicação oficial do MS de Bolsonaro. Já no giro pelo mundo, adotou a mesma postura que a concorrência: número de mortos e contaminados pela COVID-19. O diferencial foi a apresentação do número de recuperados. Na edição do dia 03/04/2020, o JR mostrou algo que não foi abordado pelo Jornal Nacional:

a mudança de postura do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, sobre a utilização da cloroquina no tratamento de pacientes contaminados pela COVID-19. O então ministro era contrário ao tratamento e reforçou, no trecho analisado, que as evidências da eficácia do tratamento eram já “frágeis”, mas passou a admitir naquele momento a utilização do medicamento para os casos mais graves da doença. O JR apresentou pesquisas científicas à procura de uma cura ou confecção de vacinas para o coronavírus, ações não apresentadas pelo JN em nenhuma de suas edições. Da mesma forma que seu rival, mostrou o auxílio emergencial.

Ao final da análise, o estudo ressalta a definição da adoção da máscara de pano pela OMS como opção de proteção ao contágio da COVID-19. A demora nesta conclusão foi evitar que a população se sentisse totalmente protegida e esquecesse de executar os outros cuidados: lavar bem as mãos, álcool gel e o distanciamento social.

Um ano depois, em abril de 2021, o JN e o JR apresentaram convergências: os repórteres de ambas as emissoras já adotavam máscaras de proteção. Nas abordagens das matérias, as duas emissoras realizaram conteúdos valorizando os profissionais da saúde, exemplos de pessoas que se recuperaram do vírus pelo mundo e os avanços da campanha de vacinação iniciada no país - mostrando o placar de vacinação com as aplicações das 1ª e 2ª doses contra a COVID-19, atualizando sempre o número de pessoas contaminadas e mortas pelo novo coronavírus. Ainda assim, o JR permanecia apresentando, em todas as suas edições, o número de recuperados da doença no Brasil e no mundo.

Em conclusão, este estudo aponta que a campanha de vacinação, nas edições estudadas do dia 1º de abril de 2021, aproximou a linha editorial dos telejornais concorrentes. Ainda que grupos antivacina tenham tentado dissuadir o público, o grande interesse sobre a vacinação uniu a cobertura desses dois veículos, que se alinharam na divulgação das campanhas de imunização.

REFERÊNCIAS

- BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE. Aniversário da criação do Ministério da Saúde. **BVMS**, 2020. Disponível em: <https://bvms.saude.gov.br/25-7-aniversario-de-criacao-do-ministerio-da-saude-2>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Centro de Operações de Emergências em Saúde Pública COE-COVID-19. **Boletim Epidemiológico**, v.2. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 2020a. Disponível em: <https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2020/fevereiro/13/Boletim-epidemiologico-COEcorona-SVS-13fev20.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **Plano de Contingência Nacional para Infecção Humana pelo novo Coronavírus COVID-19**. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 13 Fev. 2020b. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/publicacoes-tecnicas/guias-e-planos/livreto-plano-de-contingencia-espin-coe-26-novembro-2020>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria Extraordinária de Enfrentamento à COVID-19. **Plano Nacional de Operacionalização da Vacinação contra a COVID-19**. Brasília/DF: Ministério da Saúde, 7 Out. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/publicacoes-tecnicas/guias-e-planos/plano-nacional-de-vacinacao-covid-19>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins et al. A monotematização da cobertura jornalística da Covid-19 no Jornal Nacional e Jornal da Record. **Revista Pauta Geral: estudos em jornalismo**, Ponta Grossa, v.7, p.1-17, 2020. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/16968/209209213862>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- FISCHER, Desmond. **O Direito de Comunicar: Expressão, informação e liberdade**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- GLOBO, Jornal Nacional. Repórteres da Globo vão passar a usar máscara inclusive diante da câmera nas ruas. **G1**, 4 maio 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/04/reporteres-da-globo-vao-passar-a-usar-mascara-inclusive-diante-da-camera-nas-ruas.gh.html>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- KANTAR, Ibope Media. *Consumo de vídeo bate recorde no Brasil*. Kantaribopemedia, 09 mar. 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- KUNCZINK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul – Manual de Comunicação**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Missão, visão e valores institucionais. **MS**, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/aceso-a-informacao/institucional>. Acesso em: 26 jun. 2024.

MOTTA, Anaís. Mandetta, Teich, Pazuello e Queiroga: os 4 ministros da saúde da pandemia. **UOL**, 8 mar. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/03/15/mandetta-teich-pazuella-e-queiroga-os-4-ministros-da-saude-da-pandemia.htm>. Acesso em: 26 jun. 2024.

OPAS. **Folha informativa – COVID-19**. Washington: Organização Pan-Americana da Saúde, 2020a. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso em: 26 jun. 2024.

OPAS. **Orientação sobre o uso de máscaras no contexto da COVID-19**. Washington: Organização Pan-Americana da Saúde, 6 Abr. 2020^b. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51994/OPASBRACOV1920041_por.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 26 jun. 2024.

OMS. **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública**: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2018. Disponível em: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201_por.pdf?ua=1. Acesso em: 26 jun. 2024.

RICCO, Flávio. Record também determina que repórteres passem a usar máscara na TV. **UOL**, 5 maio 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/05/05/record-tambem-determina-que-reporteres-passem-a-usar-mascaras-na-tv.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SOUZA, Sheila Rodrigues et al. **Ciência e SUS no cotidiano**: reflexões sobre a cobertura midiática durante a pandemia da COVID-19 no Brasil. Brasília, Universidade de Brasília, 2021. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2309/3885>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SOUZA Vitor de. et al. Riscos, dilemas e oportunidades: atuação jornalística em tempos de COVID-19. **Revista Estudos em Comunicação**, Portugal, n. 31, p. 1-33, 2020. Disponível em: <http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/881/pdf>. Acesso em: 26 jun. 2024.

STEVANIM, Luiz Felipe; MURTINHO, Rodrigo. **Direito à Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2010.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

IVAN PAGANOTTI

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e pesquisador do CNPq (PQ-2). Realiza pós-doutorado no TIDD/PUC-SP, sob orientação de Pollyana Ferrari. Doutor em Ciências da Comunicação pela USP.

E-mail: ivan.paganotti@metodista.br

RAPHAEL LEAL DE OLIVEIRA SANCHES

Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob orientação do Prof. Dr. Ivan Paganotti, desenvolve pesquisa com bolsa CAPES. Coordenador e docente do curso de jornalismo da Faculdade Canção Nova.

E-mail: raphaellealoliveira@yahoo.com.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p.163-184 jan-jun, 2024

Desinformação e vacina: “O Lado Obscuro das Vacinas”

Misinformation and vaccine: “The Dark Side of Vaccines”

Desinformación y vacuna: “El Lado Oscuro de las Vacunas”

Tiago MAINIERI

Pós-doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Docente da Universidade Federal de Goiás (UFG).

E-mail: tiagomainieri@ufg.br

Rafael MARQUES

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do

Paraná (UFPR).

E-mail: borgesrm@hotmail.com

Enviado em: 03/07/2024

Aceito em: 14/08/2024

RESUMO

Este trabalho é fruto de uma pesquisa netnográfica realizada no grupo antivacina do *Facebook* O Lado Obscuro das Vacinas. Neste artigo, é realizada a análise das origens de conteúdo do grupo, com o objetivo de identificar o teor informativo ou desinformativo delas. O recorte são todas as publicações do ano de 2019. Esta análise é embasada pelas discussões teóricas acerca da desinformação e suas interseccionalidades com aspectos sociais. A metodologia engloba a etnografia e análise de conteúdo. Em resumo, os resultados apontam para uma tendência de busca por conteúdo externo para compartilhamento com os outros membros, inclusive aquele que lança mão de publicações jornalísticas. Além disso, é evidente a relevância da interação.

Palavras-chave: *Desinformação; Vacina; Redes Sociais; Facebook.*

RESUMEN

Este trabajo es resultado de una investigación etnográfica realizada en el grupo anti-vacuna de Facebook O Lado Obscuro das Vacinas. En este artículo se propone analizar los orígenes de los contenidos del grupo, con el objetivo de identificar su contenido informativo o no informativo. La selección son todas las publicaciones del año 2019. Este análisis se basa en discusiones teóricas sobre la desinformación y sus interseccionalidades con los aspectos sociales. La metodología es responsabilidad de la etnografía digital y el análisis de contenido. En resumen, los resultados apuntan a una tendencia a la búsqueda de contenidos externos para compartir con otros miembros, incluidos aquellos que utilizan publicaciones periodísticas para este fin. Además la relevancia de la interacción es evidente.

Palabras clave: *Desinformación; Vacuna; Redes sociales; Facebook.*

ABSTRACT

This study is the result of ethnographic research carried out in the anti-vaccine *Facebook* group O Lado Obscuro das Vacinas. In this article, it is proposed to analyze the origins of the group's content, with the aim to identify their informative or uninformative content. The selection is all publications from the year 2019. This analysis is based on theoretical discussions about disinformation and its intersectionalities with social aspects. The methodology is the responsibility of digital ethnography and content analysis. In summary, the results point to a tendency to search for external content to share with other members, including those who use journalistic publications for this purpose. Furthermore, the relevance of interaction is evident.

Keywords: *Disinformation; Vaccine; Social media; Facebook.*

Introdução

A profusão de conteúdo falso circulante na internet e as suas sérias consequências foram tema de discussão pública e pesquisa ao redor do mundo nos últimos anos. Diferentemente da prática de espalhar pontualmente boatos, fofocas ou informações imprecisas, a desinformação se beneficia de algumas das qualidades mais proeminentes da internet, como a velocidade de propagação, alto alcance, relativo baixo custo e acessibilidade. Na sociedade hiperconectada em rede, marcada pela economia da atenção, a disseminação de informações falsas tem consequências tão sérias que o fenômeno tem sido apontado como uma ameaça à saúde pública e à democracia, por exemplo.

Naturalmente, diversas instituições se voltaram para este fenômeno em um esforço de lidar com suas consequências. É possível apontar exemplos como o das agências de checagem (*fact-checking*) e iniciativas de comunicação pública da ciência para consulta pública sobre conteúdo veiculado na rede e difusão de conhecimento epistemologicamente confiável. Outras iniciativas que valem ser citadas passam por debates sobre implementação de legislação específica contra a prática desinformativa, responsabilização das plataformas e desmonetização de conteúdo desinformativo.

Neste cenário desinformativo, dois tipos de abordagens são mais evidentes em pesquisas sobre o assunto (embora, é claro, não sejam as únicas): aqueles estudos que estão centralizados em iniciativas de combate à desinformação, incluindo aqueles sobre agências de checagem, *accountability* e *compliance* de plataformas de redes sociais, políticas públicas, legislação, educação científica, etc.

Outra gama de estudos procura compreender e analisar o outro lado da moeda: os desinformadores, as vítimas da desinformação e sua comunicação. Estes estudos buscam elucidar o processo desinformativo em suas diversas interfaces, como sua origem, financiamento, conteúdo, estratégias e responsáveis. Este trabalho faz parte deste segundo grupo.

Um dos tipos de desinformação mais evidentes atualmente é aquele anti-vacina. A Organização Mundial da Saúde (OMS) já apontava, em 2019, antes da pandemia de Covid-19, que a hesitação vacinal influenciada por desinformação era uma das ameaças globais à saúde pública. A crise sanitária que ocorreu desde o início de 2020 até final de 2021 não só

comprovou a seriedade desta ameaça como também trouxe um debate acalorado sobre a relevância do tema.

Este trabalho¹ busca compreender a dinâmica comunicacional de comunidades anti-vacina e para isso realiza uma etnografia das publicações e comentários de um grupo do Facebook chamado O Lado Obscuro das Vacinas. O grupo foi criado em 24 de dezembro de 2014 e possuía, na data de análise, mais de 15 mil membros. Durante todo o período de observação o grupo oscilou seu estado de acessibilidade entre público e privado, principalmente para evitar punições da plataforma².

Neste estudo, ainda é realizada uma discussão teórica sobre o fenômeno desinformativo e seus entrelaçamentos com o movimento anti-vacina. Em seguida, são apresentadas a abordagem metodológica e os resultados da análise, em especial as origens dos conteúdos veiculados e seu teor informativo. Por fim, estes resultados são discutidos à luz dos conceitos teóricos abordados.

1. Desinformação, conceitos e contextos

Embora a fabricação de notícias falsas não seja novidade na história humana, as novas formas de socialização oportunizadas pelos novos meios de comunicação digitais propiciaram novos patamares para este problema. Traquina (2005, p. 180) afirma que notícias são o resultado de um processo de produção simbólica, onde ocorre a percepção, seleção e transformação de acontecimentos em um produto final, a notícia.

Porém, em um contexto contemporâneo de quase ubiquidade das plataformas e uma crise epistêmica marcada pelo desarranjo da noção de credibilidade (Gomes; Dourado, 2019; Oliveira, 2020; Albuquerque; Quinan, 2019), este poder simbólico que os meios tradicionais de comunicação possuíam esbarra em uma nova lógica sistêmica das redes que não só desestabilizam estas estruturas tradicionais de hierarquias e distribuição de poder como também oportunizam novas lógicas de ascensão político-social através de recursos de rede, engajamento e comunicação (Castells, 2015).

Desse modo, produtores de conteúdo que alcançam uma performance bem sucedida dentro das lógicas das plataformas podem conquistar tanto destaque quanto, quiçá mais, do que fontes de informação e conhecimento tradicionalmente detentoras de credibilidade

¹ Este trabalho é um recorte de uma dissertação (Marques, 2021) de mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

² Atualmente (julho/24) o grupo encontra-se inacessível, embora a *fanpage* e o site funcionem normalmente.

perante a sociedade como, por exemplo, universidades, cientistas, Estado e jornalistas. A pluralidade e saturação de fontes de informações (Traquina, 2005; Keen, 2009) pode tornar esparsa a atenção dos consumidores de mídia e reduzir a relevância de meios tradicionais.

Consequentemente, a proliferação de conteúdo falso, impulsionado por estes fatores, consegue conturbar o ecossistema informativo digital. Se a discussão sobre o fenômeno desinformativo desafia governos, cientistas e especialistas, para o cidadão comum, talvez leigo, conectado à rede e alheio a discussões políticas e acadêmicas sobre a segurança informacional na internet, essa cacofonia informacional pode passar despercebida ou, pior ainda, natural.

Como aponta Wolton (2011, p. 50-53), a abundância de informação não significa verdade, pelo contrário, elas podem ser aparentemente idênticas e levar à intolerância e à desinformação. É nesse turbilhão de informações dissonantes que a hesitação vacinal (Levi, 2013; Succi, 2018) ganha força, ao oportunizar o encontro entre aqueles que procuram ou topam com informações sobre saúde nas redes e produtores de informações falsas ou imprecisas sobre vacinas, doenças, efeitos colaterais entre outras coisas.

Antes de prosseguir é importante ressaltar que, embora usados constantemente como sinônimos, fake news e desinformação não são a mesma coisa. As *fake news* (Sacramento *et al.*, 2022; Jaster; Lanius, 2018) podem ser definidas como notícias verificáveis e intencionalmente falsas, mas, atualmente, este termo não é suficiente para descrever este ecossistema informativo marcado pela insegurança em relação às fontes e integridade das informações compartilhadas (D'ancona, 2018; Wardle; Derakhshan, 2017; Bennett; Livingston, 2018). Adota-se, portanto, o termo desinformação, que abrange de forma mais ampla este ecossistema (des)informativo marcado por uma extrema desconfiança sobre as instituições que outrora foram baluartes da verdade e uma nivelção de opiniões que disputam entre si sob critérios de audiência emotivos condicionados pelas plataformas.

Além da insegurança informacional, D'Ancona (2018) argumenta a existência de uma indústria da desinformação, definida por ele como uma difusão sistemática de informações falsas por organizações não facilmente identificáveis em favor de grupos de interesse que se beneficiam com um obscurecimento dos fatos, confusão e/ou controvérsia do público sobre determinado tema (D'ancona, 2018, p. 46-48).

Esta perspectiva da desinformação instrumentalizada em torno de objetivos específicos, principalmente capital, também pode ser observada na análise que os historiadores Oreskes e Conway (2010) realizaram de diversos acontecimentos na história dos EUA onde explicitam como representantes de diversas indústrias, cientistas, e governo se enfrentaram para influenciar no estabelecimento da verdade. Em seu livro, os autores (Oreskes; Conway, 2010, n.p.) explicitam como cientistas antiéticos foram cooptados por indústrias para defenderem seus interesses disfarçando lobby de ciência. Casos notáveis apontados são da indústria do cigarro que questionava estudos relacionando o tabagismo ao câncer ou empresas do ramo petrolífero questionando a relação entre combustão de combustíveis fósseis e o aquecimento global.

Outro fato importante é que estes cientistas contavam com uma mídia complacente que, para justificar o espaço dado a este tipo de discurso, argumentava que todos os lados deveriam ser ouvidos. Em última instância, os autores (Oreskes; Conway, 2010, n.p.) concluem que todo esse maquinário desinformativo era projetado e mantido com o propósito claro de defender aos interesses de donos de capital interessados em *laissez-faire*, o liberalismo econômico, onde donos de capital fazem o que bem entendem e o Estado permanece mínimo e abnegado de regulamentação.

Esta proliferação de desinformação tem, em última instância, uma consequência séria: o abalo na confiança em instituições fundamentalmente democráticas como a imprensa e a política (Bennett; Livingston, p. 126-127, 2018). Em substituição e oposição a estas instituições produtoras de conhecimento e informação, até então detentoras de credibilidade, irrompe uma enxurrada de informações baseadas não só em informações falsas mas também em teorias conspiratórias, pseudociências, ciência picareta entre outras formas de engano não-científico ou factual.

Embora seja essencial considerar o papel dos indivíduos envolvidos em comunidades virtuais que engajam e proliferam conteúdos falsos, conspiratórios ou difamatórios, a desinformação também pode se originar de outras fontes. Autores como Oreskes e Conway (2010) e Lewandosky *et al.* (p. 108, 2012) argumentam que as principais origens de desinformação são: a) rumores e ficção, b) governo e políticos, c) interesses particulares e) a mídia. Esta perspectiva complexifica a apreensão do fenômeno ao trazer para a discussão o papel das próprias instituições produtoras de conhecimento no ecossistema desinformativo.

Pilati (2020, p. 98-104) indica três armadilhas nas quais indivíduos podem cair acreditando estarem dando crédito a um sistema de crença válido: a) pseudociência, aquela prática que se traveste de científica mas falha em prover sua falseabilidade e corroboração dos pares, elementos essenciais do conhecimento científico apontados por Popper (2008); b) ciência picareta, aquela ciência feita erroneamente, propositalmente ou não; c) protociência, aquele conhecimento científico incipiente e ainda não comprovado que é apropriado de maneira precoce como verdade.

Pilati (2020, p. 84) propõe ainda um novo conceito: os escaninhos mentais. Ancorado na Teoria da Dissonância Cognitiva de Festinger (1975), que explica como indivíduos mantêm sistemas de crenças incompatíveis para satisfazer as necessidades de assertividade e infalibilidade de sua psique, Pilati (2020) argumenta que os indivíduos formam estes escaninhos como forma de isolar e suspender sistemas de crença conflitantes a fim de manter uma harmonia no seu sistema de crenças e na sua forma de compreender o mundo. Esta é a brecha para que um indivíduo creia ao mesmo tempo, por exemplo, na teoria da evolução (ciência) e na astrologia (pseudociência).

Esta adesão a conteúdos sem base factual também é abordada por Albuquerque e Quinan (p. 102, 2019), que, ao discorrerem sobre a ascensão de teorias conspiratórias no debate público, apontam como origem do problema uma crise epistemológica resultante da relação conturbada dos indivíduos com as instituições modernas. Segundo os autores:

Com experiências pessoais (como relatos próprios, ou de algum parente ou alguém próximo) no topo da hierarquia de credibilidade de informação para sujeitos da modernidade e a suspeitas em relação à mídia tradicional, a opinião pessoal não-mediada passa a ter um peso político importante (Albuquerque; Quinan, p. 90, 2019).

Marinelli (p. 1189, 2020) corrobora esta perspectiva e reitera que a atratividade de relatos próximos e familiares com o cotidiano do indivíduo possui grande apelo pela sua proximidade com a realidade. O autor nomeia esta condição de empirismo pessoal limitante (Marinelli, p. 1197, 2020), onde “apenas as experiências pessoais, adquiridas individualmente, importam”. Está aberta, desta maneira, uma grande brecha para produtores de qualquer tipo de conteúdo falso que queiram se aproveitar desta crise de confiança nas instituições tradicionalmente confiadas como portadoras da verdade, como a imprensa e a ciência, por exemplo.

Se a adesão a narrativas desinformativas e pseudocientíficas parece ser fácil, ações de checagem parecem não oferecer uma solução. Nyhan e Reifler (2007) realizaram experimentos com indivíduos expostos a notícias falsas que posteriormente foram expostos a notícias verdadeiras e constataram que os participantes se recusaram a mudar de opinião sobre o tópico. Na verdade, em alguns casos, eles chegaram a fortalecer ainda mais suas crenças. Em suma, Nyhan e Reifler (2007) constataram que o comprometimento ideológico ultrapassava contradições factuais das crenças.

O papel da mídia como produtor ou disseminador de desinformação passa por diversos fatores sistemáticos, mas dois são essenciais a este trabalho (Lewandowsky *et al.*, p. 110-111, 2012): em primeiro lugar há a tendência da mídia em simplificar, representar erroneamente ou dramatizar resultados científicos - principalmente por urgências do processo jornalístico e orientação por audiência. Em segundo lugar, os autores apontam um desejo por apresentar uma história pelos seus dois lados.

Essa é uma brecha que permite que um doutor em física tenha o mesmo espaço e autoridade representada em uma reportagem que um terraplanista, por exemplo. Se, como demonstrado, a ciência picareta ou proto-ciência são elementos centrais para a desinformação, poderia dizer-se o mesmo sobre o jornalismo picareta ou proto-jornalismo? De qualquer forma, algumas iniciativas gestadas a partir da práxis jornalística despontam como medida de contenção à perda de credibilidade da imprensa e também da ascensão de informações falsas nas redes.

Afonso Albuquerque (2021) problematiza a “autoproclamada solução para a desinformação pelas agências de checagem de notícias falsas”. Em sua análise, o autor (Albuquerque, p. 133-134, 2021) aponta uma tendência geral neoliberalista no modo de atuação destas agências, uma leniência com conteúdo produzido pelas empresas tradicionais de imprensa (como se fossem naturalmente imparciais e verdadeiras) e um foco de atuação sobre atores políticos ou meios de comunicação tomados como politicamente alinhados.

Esta crítica é especialmente válida ao propor um debate sobre a necessidade de se estabelecer critérios críticos de consumo de informação além da simples atribuição por autoridade de status de verdade. Se é necessário combater a desinformação, é ainda mais pertinente manter um ceticismo saudável sobre quem ou o quê ocupará este posto de emissor da verdade. Então, se ao trazer para o debate instituições produtoras de conhecimento e informação mais “confiáveis” e/ou “íntegros” e considerar seu papel no ecossistema

desinformativo, é possível vislumbrar uma conceituação que consiga abranger melhor o fenômeno.

Claire Wardle e Hossein Derakhshan descreveram em um relatório o que chamaram de ecossistema da desinformação em seu processo e conteúdo. Segundo o relatório, conteúdos podem ser classificados quanto a seu modo de propagação (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 5): a) Informação incorreta (*Mis-information*): compartilhamento de informação falsa, sem intenção de dano. Conteúdos com falsa conexão ou conteúdo enganoso. b) Desinformação (*Dis-information*): compartilhamento de informação falsa, com intenção de dano. Conteúdos com falso contexto, conteúdo manipulado, fabricado ou impostor; c) Má-informação (*Mal-information*): compartilhamento de informação genuína, com intenção de dano. Conteúdos como vazamentos, assédio e discurso de ódio, por exemplo.

Destes três modos de propagação, a má-informação é o único que não possui teor de falsidade, de acordo com Wardle e Derakhshan (2017), embora seja imbuído da intenção de dano. Ela pode sim ser prejudicial, mas os outros dois modos de propagação, a informação falsa (*mis-information*) e a desinformação (*disinformation*) possuem conteúdo falso e são pertinentes a este trabalho.

De acordo com os autores (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 17), este ecossistema da desinformação (*disinformation* e *misinformation*) é composto por sete conteúdos distinguíveis. São eles: 1) Sátira ou paródia: conteúdo sem intenção de prejudicar, mas com potencial de enganar; 2) Conteúdo enganoso: uso de informações de maneira enganosa para enquadrar um assunto ou indivíduo; 3) Conteúdo impostor: personificação de uma fonte genuína; 4) Conteúdo fabricado: conteúdo 100% falso criado com a intenção de enganar e prejudicar; 5) Falsa conexão: quando manchetes, ilustrações ou legendas estão em desacordo com o conteúdo; 6) Falso contexto: conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas; 7) Manipulação do contexto: quando uma informação ou imagem autêntica é manipulada com o objetivo de enganar.

Contudo, um elemento do processo desinformativo adotado não pode ser acessado nesta abordagem metodológica. É impossível determinar se o indivíduo disseminador da desinformação (neste trabalho, o ator da rede que posta conteúdo desinformativo) crê que o conteúdo veiculado é verdadeiro ou falso. Embora seja possível analisar o conteúdo da postagem para determinar a sua veracidade e assumir o desejo do ator da rede de persuadir pelo ato de postar, analisar os outros elementos do processo descrito por Wardle e Derakhshan (2017) se torna problemático em uma pesquisa em redes sociais.

Duas possibilidades são abertas: a do desinformador, que age deliberadamente com intuito de desinformar, e a do disseminador de desinformação, que pode não suspeitar da inveracidade do conteúdo que dissemina. Porém, embora seja difusa a diferença entre elas e improvável a identificação de qual seja o caso, é possível apontar quais informações são falsas e o porquê de serem falsas. Em ambos os casos, conteúdo falso é o ponto central. Assim, é possível indicar quais publicações são desinformativas, entendidas aqui como adjetivo para publicações com conteúdo falso, e quais atores estão disseminando desinformação. Também é possível identificar quais portais disseminam este tipo de conteúdo. Este é o entendimento que guia a abordagem metodológica a seguir.

2. Metodologia e resultados

A desinformação é potencializada pelo uso das tecnologias de informação e comunicação, proliferando nas redes sociais digitais que, segundo Recuero (2010, p. 24), são grupos sociais expressos através de conexões entre diversos atores mediadas pelo computador. Dois elementos, assim, são essenciais para a compreensão de uma rede social: atores e conexões. Os atores nas redes sociais são, graças à natureza da comunicação mediada por computador, “construções identitárias do ciberespaço” (Recuero, 2010, p. 25).

Estas construções identitárias digitais interagem entre si e criam laços, formando a própria estrutura social do espaço em questão. As conexões são o segundo elemento essencial para a compreensão de uma rede social. Segundo Recuero (2010, p. 30), elas são constituídas dos laços sociais provenientes das interações entre os atores da rede. Estas interações podem ser percebidas como as ações performáticas comunicativas dos atores em suas conexões. São estes atores e conexões que constituem a teia sobre a qual a desinformação cresce.

Os resultados trazidos aqui são um recorte de uma pesquisa anterior (Marques, 2021) e abrangem a natureza da origem do conteúdo publicado no grupo do Facebook O Lado Obscuro das Vacinas durante o ano de 2019. A escolha desse período justifica-se pelo fato de ser anterior à pandemia de Covid-19, que conturbou e homogeneizou tematicamente comunidades virtuais anti-vacina e pelos números recordes de baixa cobertura vacinal no país.

A partir de uma pesquisa exploratória, foram encontrados vários grupos anti-vacina nas plataformas de redes sociais. O Lado Obscuro das Vacinas se destaca como um dos

grupos mais ativos e com o maior número de integrantes. Inicialmente, tratava-se de um grupo fechado. Posteriormente, alterou-se seu status tornando-se um grupo aberto. A administração e a moderação do grupo são realizadas por (I. S.), através de um perfil pessoal que também evidencia administrar, de forma paralela, uma página (*fanpage*) e um site que funcionam como um espelho das principais postagens veiculadas na comunidade. Esta administradora e moderadora pode excluir publicações, membros, alterar o caráter de privacidade do grupo, aceitar ou rejeitar usuários que solicitem entrada e também suspender ou excluir o grupo.

A concepção de etnografia em ambientes virtuais despertou muitas discussões teóricas (Fragoso *et al.*, 2011, p. 171-172) sobre a adaptação do termo para ambientes deslocados de fisicalidade e temporalidade. Etnografia na internet conta com uma gama de termos associados a este campo de pesquisa acadêmica e mercadológica. Segundo Fragoso *et al.* (2011, p. 198), netnografia, etnografia digital, webnografia e ciberantropologia são alguns exemplos da pluralidade de termos que tentam nomear este tipo de pesquisa, mas são essencialmente o mesmo processo, que aqui é denominado simplesmente etnografia.

Embora Kozinets (2010) e Hine (2000, p. 65) apontem a observação participante como passo importante na etnografia em ambientes virtuais, a realização deste trabalho esbarrou em algumas peculiaridades do objeto. Pode-se entender a observação participante como a interação com os atores no *locus* de forma participativa. Kozinets (2010, p. 95) aponta que a falta completa de participação do etnógrafo no campo de maneira participativa o priva de uma compreensão mais profunda da cultura a ser observada, o que poderia resultar em um trabalho meramente descritivo. Fragoso *et al.* (2010, p. 187) estende esta potencial fragilidade para a extração automatizada de dados, que poderia facilmente se confundir com a própria etnografia e resultar em um trabalho igualmente descritivo, mas nomeado como etnográfico.

Esta condição, de observância não-interativa, necessária aqui, é chamada por Hine (2000, p. 48) de *lurker*, ou espreitador. O espreitador seria um observador invisível que não perturba o campo, e é papel que pode ser ocupado por qualquer membro do grupo. Embora a autora (Hine, 2000) aponte que o pesquisador que agir como espreitador perde a capacidade de testar suas interpretações na prática da interação, ele ganha em ter acesso a um campo autêntico por praticamente não contar com suas digitais.

A coleta dos dados foi realizada através da ferramenta de captura de imagem *Lightsbot*, registrando as publicações e comentários na data de coleta. Ao todo foram coletadas 1022 publicações. Estes arquivos foram armazenados cronologicamente em repositórios específicos. Após isto, foi realizada uma análise de conteúdo a partir das categorias temáticas inferidas após a etnografia sob a perspectiva da discussão teórica e factual levantada até aqui. Esta análise é feita a partir da metodologia proposta por Bardin (1977), adaptada ao objeto deste trabalho e à metodologia etnográfica. Esta etapa de análise busca extrair conhecimento sobre as publicações registradas no período e aqui são apresentados os resultados concernentes às origens destes conteúdos.

3. Resultados

Dentro da lógica interativa do *Facebook*, o ator nesta rede pode compartilhar um link externo de um site (incluindo outras redes sociais), compartilhar publicações de outras páginas do *Facebook*, de outros grupos do *Facebook* e de perfis pessoais na rede social. O compartilhamento dentro da plataforma diz respeito a publicações cujo conteúdo foi replicado da própria plataforma *Facebook*, ou seja, outros grupos, páginas e perfis. O compartilhamento é bastante popular e exerce um papel de integração da comunidade a outras fontes de conteúdo dentro da própria plataforma.

E, por último, é possível publicar sem compartilhamento, com uma manifestação própria do ator na própria comunidade. Esta maneira de publicação possibilita ao ator anexar imagens, documentos ou vídeos originais. A origem destes conteúdos, no entanto, é indefinida, não pode ser acessada. Na tabela 1 são listadas as frequências de cada tipo de origem registrada.

Tabela 1: Origem e frequência de conteúdo.

Origem	Frequência	Porcentagem
Site	422	>37%
Próprio	380	>33%
Perfil externo	193	>17%
Página	120	>10%
Grupo externo	6	0,5%
Evento	1	0,08%

Total	1122
-------	------

Fonte: Autores.

Há de se salientar a grande proporção de utilização de conteúdos externos, uma apropriação que usa até o limite as possibilidades da plataforma. Hine (2000, p. 141) afirma que o uso de uma voz diferente, geralmente de alguém com mais autoridade aos olhos da comunidade, acrescenta autenticidade para o ator ao emprestar a ele corroboração. Esta predominância de links externos demonstra também a importância da atividade de atores performando como conectores dentro da rede, trazendo conteúdos para os outros membros.

O segundo lugar, bem próximo, de publicações originais demonstra também a importância da interatividade em detrimento de somente compartilhamento de informações entre os membros. A inferioridade dos outros quatro tipos de origem demonstram, talvez, uma concorrência de relevância entre grupos, páginas e perfis anti-vacina na plataforma. Se o objetivo do grupo é crescer e se fortalecer, a escolha de origem diz muito sobre que tipo de fonte o grupo dá preferência no compartilhamento de conteúdo. Ou, mais ainda, também dá indício de que o sistema desinformativo anti-vacina no *Facebook*, ou seja, o conjunto de páginas, grupos e perfis que propagam este tipo de conteúdo, pode ser desagregado, isolado pela plataforma, reduzido ou qualitativamente ordinário.

Mas, além do seu tipo, também é importante compreender a natureza desta origem, qual é o tipo de conteúdo que ela comumente produz e qual é a sua relevância para o grupo. Na tabela 2 é possível observar a classificação proveniente da análise, com o teor da origem, a sua frequência total e a média de reações que esta categoria alcançou nas publicações.

Tabela 2: Teor e média de reações das origens.

Teor da origem	Frequência	Média de reações
Perfil ou página comum no Facebook	602	>15
Mídia tradicional	163	>58
Desinformativo	155	>26
Outros	59	>36
Governamentais/científicos	52	>23
Medicina alternativa	46	>20
Suspeito	45	>23

Fonte: Autores.

Enquanto a maioria das categorias são autoexplicativas, algumas devem ser melhor detalhadas. Há a distinção de origens legítimas no *Facebook*, enquadrados na categoria “Perfil ou página comum no *Facebook*” para as desinformativas, que foram enquadradas em sua respectiva categoria. Já a categoria “Outros” agrega origens com foco em entretenimento, blogs genuínos, canais no *Youtube* legítimos, etc. Enfim, fontes que não tem foco relevante para este trabalho.

Com frequência majoritária (53%) perfis e páginas comuns no *Facebook* poderiam ser perfis próprios, perfis externos, grupos ou páginas que fossem comuns. Em geral eram publicações próprias no grupo. Os perfis externos eram, em sua maioria, de membros do grupo. Os atores postaram manifestações ou conteúdos em seus perfis pessoais e depois compartilharam no próprio grupo. Alguns o faziam, talvez, com intenção de agregar capital social para si dentro do grupo. Outros apenas compartilhavam uma publicação sua em que compartilhavam outro conteúdo. A menor proporção de compartilhamento externo foi a de perfis de terceiros, páginas e grupos.

Origens com teor de Medicina Alternativa mereceram um destaque pela sua frequência e relevância na análise. Elas eram comumente associadas a desinformação contra vacinas e apresentavam tratamentos, medicamentos ou práticas terapêuticas como alternativas à vacinação. Não é possível afirmar que algum dos membros seja proprietário das empresas por trás destes sites, mas é possível afirmar que estes sites, ao promover a hesitação vacinal em detrimento da compra de seus serviços e produtos, promovem seu próprio negócio utilizando desinformação. Este fato parece corroborar a afirmação de D’Ancona (2018) de que existe uma indústria da desinformação.

Para categorizar uma origem como desinformativa recorreremos a algumas referências: As diversas origens foram consultadas por uma pesquisa no site por notícias/informações sabidamente falsas, pela presença em sites checagem de fatos como propagador de notícia falsa e a partir do Manual de identificação de *Fake News* elaborado pelos grupos de divulgação científica Vidya Academics e Pretty Much Science. Em última instância, foi realizada uma pesquisa sobre as alegações e fatos do conteúdo para, caso fossem descobertos como falsos, serem categorizados como desinformativos.

Para caracterizar uma origem como suspeita, observou-se a veiculação de uma informação, notícia ou relato inverossímil e/ou exagerado, sem fontes ou com relato

inacessível. Por exemplo, é comum nesta categoria vídeos e relatos escritos de óbitos e intoxicação por vacinas cujos autores, localidades e vítimas não podem ser identificados. As origens desta categoria estão muito mais próximas da desinformação do que da legitimidade, mas não foi possível comprovar que suas alegações eram falsas.

A categoria desinformativa consegue uma boa média de reações e está em terceiro lugar em frequência. A categoria suspeita também demonstra boa capacidade de repercussão. Isso demonstra a relevância deste tipo de conteúdo, mas também que não é só disso que se faz a dinâmica comunicativa dentro do grupo. Abaixo, a Tabela 3 descreve as naturezas de conteúdo identificadas dentro da categoria desinformativo a partir da classificação de Wardle e Derakhshan (2017).

Tabela 3: Natureza do conteúdo desinformativo

Natureza do conteúdo desinformativo	Frequência	Média de reações
Sátira ou paródia: conteúdo sem intenção de prejudicar, mas com potencial de enganar	0	0
Conteúdo enganoso: uso de informações de maneira enganosa para enquadrar um assunto ou indivíduo	253	>32
Conteúdo impostor: personificação de uma fonte genuína	64	>28
Conteúdo fabricado: conteúdo 100% falso criado com a intenção de enganar e prejudicar	76	>32
Falsa conexão: quando manchetes, ilustrações ou legendas estão em desacordo com o conteúdo	18	>38
Falso contexto: conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas	70	>47
Manipulação do contexto: quando uma informação ou imagem autêntica é manipulada com o objetivo de enganar	0	0

Fonte: Autores.

O maior destaque em relevância, ou seja, em capacidade de gerar reações nas publicações ficou com a categoria “Mídia tradicional”. As publicações que compartilhavam matérias jornalísticas legítimas buscavam gerar debate usando uma notícia verdadeira como ponto de discussão, base para emitir uma opinião ou mesmo para associar uma desinformação.

O uso de uma fonte legítima, pelo menos aos olhos do senso comum, pode agregar credibilidade ao discurso do ator, afastando uma percepção de que o seu argumento é falso ou desinformativo. A mesma lógica ocorre com fontes do tipo “Governamentais/científicos”, que aglomeram comunicados, dados, estudos, notícias oficiais e científicas legítimas.

A maior capacidade de gerar reações dentro do grupo está associada, portanto, ao uso de fontes legítimas. Isso pode ter ocorrido pelas seguintes razões: a) forte oposição ao discurso oficial/científico, gerando debate fervoroso, b) a preocupação de aparentar legitimidade e credibilidade, c) ao enxergar fontes com credibilidade social noticiando tópicos de seu interesse, o grupo se sentia representado de certa maneira em seu ativismo.

Se o uso de uma fonte externa legítima (mídia tradicional) é mais comum que fontes desinformativas, este fato merece atenção. Observe a seguir como ocorre a apropriação de uma fonte legítima, neste caso uma notícia do site jornalístico G1, na figura 1:

Figura 1: Publicação com matéria jornalística.



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2245067712402504>

A apropriação ocorre de maneira legítima, não descontextualizando ou incorrendo em nenhum tipo de estratégia desinformativa. Embora nos comentários da publicação tenha ocorrido uma associação errônea com a vacinação contra Meningite pelos outros atores (o que talvez tenha sido a intenção do ator que postou a matéria), não há desinformação na publicação em si. Ela serve ao propósito inicial de fomentar discussões e fortalecer os laços

do grupo. Agora observe a publicação da Figura 2, onde também é compartilhada uma matéria jornalística.

Figura 2: Publicação com matéria jornalística 2.



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2409177522658188>

Nesta publicação, que tem como foco a crise da vacinação contra o HPV no Acre, em 2019, o portal de notícias Folha do Acre repercute as posições contrárias à vacinação de movimento anti-vacina local e dá voz para a médica Maria Gadelha que se tornou porta-voz “científica” do movimento político que se iniciou nesta crise.

Em resumo, após uma série de reações pós-vacinação, um movimento anti-vacina se formou e conquistou espaço na mídia local, logo conseguindo espaço em audiências na Câmara de Vereadores de Rio Branco, na Câmara dos Deputados e no Senado Federal. Este movimento contou com o apoio de políticos e autoridades médicas como Gadelha, que serviam de insígnia de cientificidade das alegações anti-vacina. O caso terminou com a suspensão da vacinação local, mesmo com um estudo na USP que desmentiu as reações

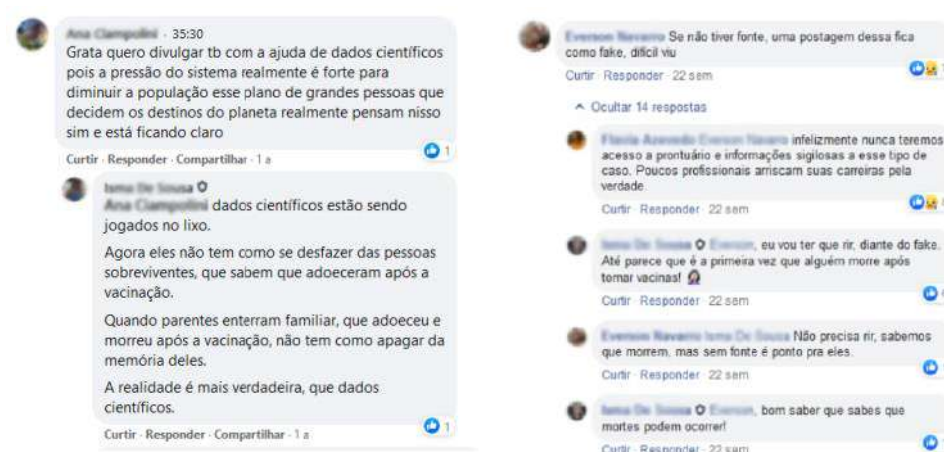
alérgicas. No entanto, muita repercussão política e midiática - obviamente é benéfica para um movimento como esse.

Novamente, não há nenhuma estratégia desinformativa por parte do ator que compartilhou a notícia mas aqui fica clara uma subjetividade do processo desinformativo: o jornalismo sensacionalista e sem compromisso com a ciência - ou pelo menos disposto a dar voz a “autoridades” para explicar o fato do ponto de vista do outro lado.

Vale ressaltar, que a médica Maria Gadelha é praticante de uma terapia pseudocientífica chamada Ozonoterapia. A médica vende em suas redes sociais como única solução para desintoxicar seu organismo das sequelas vacinais. Fica clara a brecha aberta no jornalismo para a disseminação de desinformação (nesse caso anti-vacina e pseudocientífica) de maneira leniente, provavelmente ancorada em um suposto ideal de imparcialidade.

A mesma lógica de apropriação oportuna de conteúdo jornalístico também se aplica à ciência, como no caso das celebradas participações de profissionais de saúde no movimento anti-vacina, mas também na busca por qualquer conteúdo científico que possa, de alguma forma, referendar as crenças do grupo. Por exemplo, na figura 3 é possível observar comentários em que esta preocupação fica evidente.

Figura 3: comentários sobre informações científicas



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/OLadoObscuroDasVacinas/permalink/2375520159357258/>.

A partir dos dados coletados e observações durante a etnografia ficou claro como o grupo, embora naturalmente seja atravessado por contradições e informações falsas, obedece a uma lógica própria de relação com o conhecimento; onde imprensa, Estado e ciência são recursos que podem ter valor se forem acionados no contexto certo. E isso pode ser feito

tanto por desinformadores quanto desinformados pois a comunidade é viva, dinâmica e interativa e não somente uma audiência. A desinformação é sistêmica e não é responsabilidade exclusiva de desinformadores munidos de redes sociais. Há um ecossistema desinformativo que sustenta a indústria da desinformação.

Considerações finais

Com a realização deste trabalho objetivou-se apresentar parte dos resultados do estudo etnográfico desenvolvido sobre o grupo anti-vacina. Com os resultados do estudo, podemos lançar novos questionamentos: Qual é o papel da imprensa na desinformação? Esta pergunta suscita um amplo debate, ao mesmo tempo que joga luz sobre o processo desinformativo de maneira crítica e visando compreender melhor o fenômeno para combatê-lo, corre-se o risco de municiar aqueles indivíduos que veem na imprensa um inimigo a ser combatido.

A análise das frequências e teor destas origens, assim como sua repercussão, deixou claro que este grupo possui fontes desinformativas, naturalmente, mas também que boa parte do debate é ancorado em conteúdo legítimo, produzido por terceiros como a imprensa. Quer seja de maneira descontextualizada ou não, a apropriação de conteúdo jornalístico é de grande relevância (teve a maior média de reações observada) nesta análise e foco central da discussão realizada até aqui.

Contudo é necessário muito cuidado ao colocar o jornalismo numa posição que pode ser erroneamente interpretada como causal ou maliciosa. Esta não é a conclusão deste trabalho. A imprensa é essencial no combate à desinformação, a partir de uma práxis ética, profissional e balizada (também) pelo interesse público.

Embora as limitações metodológicas e conceituais impeçam o enquadramento taxativo de atores como desinformadores, é possível argumentar que autoridades da área da saúde que participam do movimento anti-vacina, como a médica Maria Gadelha, estão um pouco mais próximas de receberem este título ao passo que parecem agir em detrimento de seu próprio conhecimento técnico e conhecimento produzido por seus pares. Esse argumento é fortalecido pelos indícios de venda de produtos e serviços de medicina alternativa que promete substituir ou curar sequelas da vacinação.

Os desinformadores e desinformados não podem ser denominados alienados. Na verdade, demonstram ser extremamente articulados e vasculham fontes de conhecimento que *a priori* rejeitam atrás de informações que possam ser úteis em seu discurso. Artigos científicos, bulas, notícias e relatórios governamentais, por exemplo, podem ser escolhidos a dedo para este fim, mesmo que de forma completamente manipulada, descontextualizada ou contraditória.

Dentro da lógica operacional do grupo, o uso de uma fonte legítima pode agregar a credibilidade que faltava aos membros do grupo, afastando suspeitas de falseamento ou manipulação. A maior média de reação a fontes legítimas pode indicar uma corroboração dessa percepção.

A partir da análise propomos que essa relevância talvez possa ser explicada pelos seguintes motivos: a) existe uma forte rejeição a estas fontes, o que geraria engajamento por rancor/revolta; b) uma preocupação pela aparência de legitimidade e credibilidade, que poderiam ser emprestadas da fonte; e c) ao notar fontes tradicionais de conhecimento confirmando de alguma forma suas crenças o grupo se sinta (finalmente) representado.

Conforme a discussão apresentada na segunda parte deste trabalho, (Albuquerque, 2021; D’Ancona, 2018; Oreskes; Conway, 2010) a desinformação não é um fenômeno limitado a indivíduos isolados, políticos ou movimentos sociais pontuais. Ela também pode envolver órgãos de imprensa, empresas, cientistas e até mesmo ONGs. Portanto, qualquer ação de prevenção e combate à desinformação tem que ser ampla e não depositar esperanças em soluções fáceis e centralizadas mas sim na colaboração representativa democrática e pautada pelo interesse público.

Se há, de fato, uma disputa pela verdade, é preciso frear aqueles interessados na disseminação de desinformação mas, da mesma forma, ponderar sobre quem ou o quê vai ocupar este espaço de enunciador da verdade. Dito de outra forma: a luta contra a desinformação não pode legitimar uma desinformação velada praticada por instituições que ocupem este espaço da verdade, tampouco uma censura pautada em uma forma de autoritarismo preventivo.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso. **As fake news e o Ministério da Verdade Corporativa**. In: Revista Eptic. Vol. 23, nº 1, Jan-Abr. 2021.

ALBUQUERQUE, Afonso de; QUINAN, Rodrigo. **Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “professor terra plana”**. In: Revista Mídia e Cotidiano, Artigo Seção Temática, Volume 13, Número 3, dezembro de 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Edições 70, Lisboa 1977.

BENNETT, Lance. LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. In: **European Journal of Communication** 2018, Vol. 33(2) 122–139, 2018.

CASTELLS, Manuel. **O poder da Comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra, 2015.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Ed. Faro Editorial, Barueri, 2018.

FESTINGER, Leon. **Teoria da dissonância cognitiva**. Rio de Janeiro. Ed. Zahar, 1975.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. SAGE Publications Ltd. Londres. 2000.

JASTER, Romy; LANIUS, David. What is fake news? In: **Versus**, [S. l.], n. 2, v. 125, p. 207-227, 2018.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KOZINETZ, Robert. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. SAGE Publications Ltd, London. 2010.

LEVI, Guido. **Recusa de vacinas: causas e consequências**. São Paulo: Segmento Farma, 2013.

LEWANDOSKY, Stephan; ECKER, Ullrich; SEIFERT, Colleen; SCHWARZ, Norbert; COOK, John. **Misinformation and its correction: continued influence and successful debiasing**. In: Psychological Science in the Public Interest 13(3) 106–131, 2012.

MARINELLI, Fábio. **O terraplanismo e o apelo à experiência pessoal como critério epistemológico**. In: Caderno Brasileiro de Ensino de Física, v. 37, n. 3, p. 1173-1192, dezembro de 2020.

MARQUES, Rafael. **Desinformação anti-vacina: análise comunicacional do grupo O Lado Obscuro das Vacinas**. Orientador: Prof. Tiago Mainieri. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC). Goiânia, 195 f. 2021.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **When corrections fail: the persistence of political misperceptions** - Duke University; Georgia State University; 2007. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2010-08932-007>.

OLIVEIRA, Thaiane. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. In: **Revista Fronteiras**, v. 22, n. 1, 2020.

ORESQUES, Naomi. CONWAY, Erik M. **Merchants of doubt: how a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming**. ISBN: 978-1-59691-610-4 (ebook).

PILATI, Ronaldo. **Ciência e pseudociência: por que acreditamos naquilo em que queremos acreditar**. São Paulo. Ed. Contexto, 2020.

POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo. Ed. Cultrix, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Ed. Sulina. 2010.

SACRAMENTO, Igor; FALCÃO, Hully; LEIROZ, Flávia. E quando não eram fake news? Boato e cisma sobre vacinação no Brasil de 1999/2000. In: **Animus**. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 21, n. 47, 2023.

SUCCI, Regina. Recusa vacinal: o que é preciso saber. In: **Jornal de Pediatria**, Volume 94, Issue 6, Novembro–Dezembro 2018, Páginas 574-581.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. d., 2005, 224p.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Published by the Council of Europe**. Strasbourg Sedex, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

TIAGO MAINIERI

Pós-doutor pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
Docente da Universidade Federal de Goiás (UFG).

E-mail: tiagomainieri@ufg.br

RAFAEL MARQUES

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

E-mail: borgesrm@hotmail.com



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 185-206, jan-jun, 2024

O papel do jornalismo local frente à desinformação: análise do portal Campo Grande News no período pandêmico (2020-2023)

El papel del periodismo local frente a la desinformación: análisis del portal Campo Grande News durante el período de pandemia (2020-2023)

The role of local journalism in the face of disinformation: analysis of the Campo Grande News portal during the pandemic period (2020-2023)

Taís TELLAROLI

Professora Doutora do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

E-mail: taistella@hotmail.com

Camila ZANIN

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Mato
Grosso do Sul (UFMS). E-mail: candradezanin@gmail.com

Enviado em: 03/07/2024

Aceito em: 24/08/2024

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender de que forma o jornalismo local se posiciona frente ao fenômeno da desinformação utilizando a metodologia Análise de conteúdo de textos jornalísticos publicados no portal Campo Grande News, situado no município de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Foi utilizada a palavra-chave “desinformação” para coletar os textos publicados no portal nos anos de 2020, 2021, 2022 e 2023, formando um corpus constituído por 183 publicações analisadas, sendo 90 informativos e 93 opinativos. Dentre os resultados encontrados, observou-se que o Campo Grande News atua apurando acontecimentos locais envolvendo desinformação, divulga iniciativas de enfrentamento locais e nacionais, aborda diversas temáticas (saúde, política, educação, cultura, tecnologia) e republica artigos de educação midiática.

Palavras-chave: *Jornalismo local; Desinformação; Campo Grande News*

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender cómo se posiciona el periodismo local frente al fenómeno de la desinformación utilizando la metodología Análisis de contenido de textos periodísticos publicados en el portal Campo Grande News, ubicado en el municipio de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Se utilizó la palabra clave “desinformación” para recopilar textos publicados en el portal en los años 2020, 2021, 2022 y 2023, conformando un corpus compuesto por 183 publicaciones analizadas, 90 de las cuales fueron informativas y 93 opinativas. Entre los resultados encontrados, se observó que Campo Grande News trabaja en la investigación de eventos locales que involucran desinformación, difunde iniciativas locales y nacionales para combatirla, aborda diversos temas (salud, política, educación, cultura, tecnología) y republica artículos de educación en medios.

Palabras-clave: *Periodismo local; Desinformación; Noticias de Campo Grande*

ABSTRACT

This article aims to understand how local journalism positions itself in the face of the phenomenon of disinformation using the Content Analysis methodology on texts published in the portal Campo Grande News, located in the municipality of Campo Grande, Mato Grosso do Sul. The keyword “disinformation” was used to collect texts published on the portal in the years 2020, 2021, 2022 and 2023, forming a corpus consisting of 183 analyzed publications, 90 of which were informative and 93 were opinionated. Among the results found, it was observed that Campo Grande News works to investigate local events involving disinformation, publicizes local and national initiatives to combat it, addresses various topics (health, politics, education, culture, technology) and republishes media education articles.

Keywords: *Local journalism; Disinformation; Campo Grande News*

Introdução

A alta profusão de desinformação no ciberespaço prejudica toda sociedade e contribui para a deslegitimação do jornalismo. Com o cenário pandêmico em 2020 e a intensa polarização política vivida no Brasil, criou-se um campo ainda mais fértil para que conteúdos falsos circulassem abruptamente nas plataformas digitais, incentivando mobilizações antidemocráticas, movimentos antivacina, teorias conspiratórias e negacionismo científico. O jornalismo local está imerso nesse ecossistema e convive com o desafio de lidar com a desinformação, ao mesmo tempo que sofre uma crise de confiança do público em relação à mídia tradicional.

Em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de Covid-19¹, emergência de saúde pública e de comunicação, classificando a situação como ‘infodemia’ para indicar o contexto de superabundância de conteúdos, tanto on-line quanto off-line, que dissemina informações falsas para minar a resposta de saúde pública e promover agendas alternativas com interesses particulares.

Durante o período pandêmico, o jornalismo foi considerado atividade essencial no país e no mundo pelos governos. De forma contraditória às necessidades da crise sanitária, o Relatório da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) de 2020 registrou 428 casos de ataques aos profissionais da imprensa, o que representa um aumento de 105,77% em relação a 2019. No ano seguinte, em 2021, o relatório da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), apontou 453 registros de ataques contra comunicadores e meios de comunicação, e em 69% dos casos, a agressão foi provocada por agentes estatais.

Como salientam Del Bianco e Lima (2022), a dificuldade em nível nacional de contestar a desinformação já é um desafio para o jornalismo como um todo, e nos jornais interioranos fora do eixo hegemônico sul-sudeste do país o desafio é ainda maior pela falta de iniciativas e recursos. A ausência de enfrentamento à desinformação no âmbito regional pode abrir espaço para a disseminação de informação falsa no espaço público em nível local.

¹ Disponível em <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>>. Acesso: 10 out. 2023.

Nessa linha, o relatório da Unesco (2020)² destaca o papel da mídia local em cenários de crise, vista como a melhor fonte quando se trata de assuntos de proximidade. Acrescenta-se à reflexão o elemento da regionalidade pois o artigo visa desvelar a perspectiva do portal de notícias on-line Campo Grande News (CGN) perante à desinformação, visto o caráter interiorano da imprensa campo-grandense (Mato Grosso do Sul).

Este trabalho coloca-se na importância de ações de enfrentamento aos conteúdos falsos para a cidadania e desenvolvimento local, visando contribuir para o debate do jornalismo regional. Nesse sentido, foram formuladas as seguintes perguntas como ponto de partida: Como o termo “desinformação” aparece nos itens jornalísticos publicados no Campo Grande News? Como a desinformação é pautada nesse portal de notícias local?

De acordo com o PROJOR³ (2022), Campo Grande conta com 96 veículos de comunicação dentre emissoras de televisão, jornais impressos, revistas, rádios e jornais online. Desse universo midiático, com abordagem predominantemente qualitativa, os objetos de estudo são os itens jornalísticos veiculados pelo jornal Campo Grande News no período de 2020 a 2023 referentes à temática da desinformação.

O site de notícias Campo Grande News foi criado em 4 de março de 1999, e pertence ao Grupo Capital de Comunicação, fundado pelo empresário Miro Sousa e pelo jornalista Lucimar Couto. Foi o primeiro site noticioso de Mato Grosso do Sul a ocupar a *World Wide Web*, não sendo uma extensão de um jornal impresso. Após publicar as primeiras matérias, veio uma surpresa: foram registradas 20.000 visitas em apenas um mês, e a produção precisou ser ampliada (David, 2022). Atualmente, a estrutura do veículo conta com uma equipe composta por jornalistas, fotógrafos, webmasters, motoristas, publicitários, estagiários e funcionários do setor administrativo. Na busca por atender a demanda dos internautas, o Campo Grande News detém o aplicativo “Campo Grande News Conteúdo de Verdade” que pode ser baixado e acessado pelo celular, além de perfis ativos nas redes sociais Instagram, Facebook e Tik Tok.

O veículo foi escolhido como lócus de análise por sua influência no jornalismo local, constituindo o meio jornalístico mais acessado no contexto sul-mato-grossense. De acordo

² Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por>. Acesso em: 30 jan. 2023.

³ Atlas da Notícia.

com o site de serviços *web analytics Similar Web*⁴, atualmente o número de acessos mensais do Campo Grande News é de 4 milhões.

O objetivo geral do artigo é compreender a perspectiva do jornalismo local de Campo Grande frente ao fenômeno da desinformação. Os objetivos específicos são: verificar as dimensões da produção jornalística com relação à frequência, temáticas, gêneros jornalísticos, uso de fontes, abordagens (local/nacional), enfrentamento e formas de uso do termo “desinformação”.

Trata-se de um estudo exploratório de abordagem predominantemente qualitativa, na qual utilizou-se o método da análise de conteúdo proposto por Bardin (1977) com acréscimo da perspectiva de Herscovitz (2007), com adaptações conforme a necessidade.

O levantamento resultou num corpus de 183 itens jornalísticos analisados no Campo Grande News. Deste total, 46 foram veiculadas em 2020, 40 em 2021; 47 em 2022; e 50 em 2023, sendo 90 informativos (87 notícias e 3 enquetes), e 93 opinativos (73 artigos e 20 colunas).

A coleta de dados se deu através de visitas ao banco de dados do portal Campo Grande News e também no campo de busca de pesquisa avançada do Google, utilizando a palavra-chave “desinformação”. Todos os itens que citam a palavra ao menos uma vez foram contabilizados. Após registrar os dados sistemáticos e as análises das primeiras impressões de cada matéria, buscou-se estabelecer os indicadores e dimensões do material analisado (temáticas, uso de fontes, gêneros jornalísticos, enfrentamento e formas de uso do termo).

A partir desta ação foi possível observar formas de uso semelhantes e agrupá-las em categorias de contexto que foram definidas e utilizadas para investigar a forma de uso, ou seja, os contextos de utilização do termo desinformação pelo Campo Grande News. O material resultou em oito agrupamentos: 1) Consequências (aos desinformadores); 2) Divulgação (projetos de enfrentamento); 3) Problemas (gerados pelo fenômeno); 4) Enfrentamento à desinformação; 5) Governo; 6) Jornalismo; 7) Erro de conceito e 8) Ausência de argumentação.

⁴ Disponível em <<https://www.similarweb.com/website/campograndenews.com.br/#overview>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

A capacidade pragmática da desinformação e o impulso dos algoritmos

A história da desinformação tem ligação intrínseca com a política. Prior (2019) destaca que a prática da desinformação é uma estratégia antiga, utilizada nas táticas de guerra e nos conflitos militares para ludibriar o inimigo. Desinformação sempre houve e haverá, o que mudou são os ambientes para sua produção, difusão, contágio e disseminação. A diferença na atualidade reside na sua forma rápida de produção e propagação dessas informações, nos meios e plataformas digitais.

Atualmente, vive-se um momento sustentado na desordem informacional, termo cunhado por Wardle e Derakhshan (2017, p.4), descrito como “poluição informativa em escala global formando uma complexa teia de motivações para criar, disseminar e consumir mensagens sem qualidade que são amplificadas por plataformas e seus algoritmos”. Dentre os fenômenos alienadores que compõem a desordem informacional, a desinformação é a que interessa a este artigo. Conforme Wardle e Derakhshan (2017), trata-se de conteúdos propositadamente falsos, fabricados por empresas especializadas com motivações comerciais, políticas, ideológicas, econômicas ou outras, com intencionalidade evidente de causar dano a alguém, um grupo, uma instituição, ou país, motivada por três fatores distintos: lucrar financeiramente; ter influência política; e causar danos à sociedade.

Conforme Prior (2019, p.86), as práticas de manipulação da palavra e da imagem são recorrentes na sociedade contemporânea e entendidas como “técnicas ocultas do lado do emissor que moldam a informação com vista a despertar determinados efeitos nos receptores da mensagem, mas que são baseadas em pressupostos falsos, procurando manipular, intoxicar ou distrair a opinião pública”. De forma complementar, Da Silva (2021) observa que a produção de efeitos de sentido, quando desencadeada pela disseminação de desinformação em plataformas digitais, pode remeter a um processo de reversão para a produção de efeitos de realidade. Ou seja, conteúdos falsos compartilhados nas redes sociais digitais e aplicativos de mensagens por meio da formatação de texto, imagem e agora vídeos, podem ter impacto e consequências irreversíveis na vida real.

O processo de deslegitimação do jornalismo está no cerne da ascensão de radicalismos ao redor do mundo, afiançado por figuras políticas, acirrando conflitos entre leitores em ações marcadas pela desinformação. Assim, formam-se grupos de militantes “zumbificados” nas plataformas digitais que repassam mensagens enganosas para seus

grupos de afinidade, mas que acreditam serem verídicas. Para além da explosão informacional, a possibilidade de qualquer pessoa produzir e distribuir conteúdo, somado a falta de regulamentação no ambiente digital, cria um senso comum de que é um território “livre” para disseminar mensagens falsas, de forma negligente e intencional (Ripoll e Mattos, 2017).

Nas plataformas digitais, o material falso geralmente explora temas polêmicos e polarizados de forma sensacionalista, cujo conteúdo é compartilhado massivamente em diferentes aplicativos e são os algoritmos quem nos limitando a consumir apenas aquilo que nos agrada, criando bolhas de informação. Segundo Da Empoli (2019), uma bolha envolve a atitude de um indivíduo de se cercar apenas daqueles que pensam de forma igual e compartilham das mesmas ideias, excluindo os que apresentam posições políticas contrárias. Com as redes sociais, o fenômeno das bolhas se intensifica, constituindo um vetor de coesão, visto que ao acreditar e/ou continuar apoiando o candidato mesmo com notícias absurdas e comprovadamente falsas, seu público demonstra a lealdade que tem por esse representante.

Nesse contexto, Ripoll e Morelli (2017, p.3) comparam a desinformação a uma infecção contagiosa: se espalha rapidamente e atinge um grande número de indivíduos, mas pelas redes sociais. “Em uma sociedade onde a velocidade com que mensagens se propagam, saindo de seu contexto original de criação e atingindo em ritmo acelerado em outros suportes, a propagação de discursos manipulados é um fator decisivo na cultura digital”.

Conforme Tücke (2010) os atores envolvidos na propagação de desinformação precisam ser responsabilizados. Trolls (independentes ou contratados), *bots*, sites de *fake news*, teóricos de conspiração, políticos, veículos de mídia altamente partidários e milícias digitais. Este último refere-se a grupos formados por políticos que agem de maneira coordenada nas plataformas digitais, utilizando bots para publicar mensagens falsas em massa, visto que utilizam algoritmos para replicar os conteúdos no ambiente digital, favorecendo o efeito limitador do filtro bolha⁵.

Em conclusão, os modelos de comunicação que compõem esse novo ecossistema são os responsáveis pelo fluxo de informações, mesmo que as bolhas e a polarização sejam

⁵ Conceito utilizado para denominar a ação dos algoritmos como filtros no ambiente virtual, que atuam como motores de previsão que influenciam e direcionam o acesso de conteúdo baseado no perfil e hábitos de consumo do usuário dando a sensação de eficiência na busca de ideias e informações, mas restringindo a maneira com a qual é realizada a pesquisa, ou mesmo, a definição de conteúdo (Pariser, 2011).

anteriores à Internet, essa limitação de espaços e os algoritmos cumprem a função de filtrar e direcionar comportamentos em uma escala maior e mais rápida do que as naturalmente formadas, potencializando fenômenos alienadores como a desinformação. Nesse contexto, as empresas de comunicação vêm lidando com contestações, críticas e represálias de políticos e seus seguidores que deslegitimam o papel da imprensa

O jornalismo local no enfrentamento à desinformação

As mudanças nos modos de veiculação de notícias ocorridas a partir da consolidação da comunicação digital trouxeram à tona questões decorrentes da dificuldade de diferenciar conteúdos verdadeiros ou falsos, trazendo consequências na vida social. Como é possível exercer o direito à cidadania de forma responsável com um celular e redes sociais algorítmicas conectado nas mãos, enquanto os meios de comunicação tradicionais colapsaram, simultaneamente à transferência de responsabilidade informacional aos indivíduos?

Segundo Ireton e Posetti (2019) a desinformação desafia não só a reputação e segurança de jornalistas, mas questiona seus propósitos, método e eficácia, perpetuando sua degradação em detrimento do discurso cívico. Com isso, a sociedade perde um mecanismo de defesa diante das milícias digitais e organizações que investem na propagação de desinformação em alta escala nas plataformas digitais. Nesse contexto, o jornalismo deve não só atuar no enfrentamento à desinformação, mas também na retomada do seu lugar de legitimação como porta-voz das informações relevantes e de qualidade ao interesse público.

Nessa linha, Peruzzo (2005) entende que a característica-chave da mídia local são os vínculos de pertença, o compromisso com o lugar e com a informação de qualidade. Retrata, portanto, a realidade regional ou local, e trabalha a informação de proximidade, promovendo relações de identidade e pertencimento de uma comunidade e de seus indivíduos com o local. Alicerçados por essa definição, questiona-se: como o jornalismo local pode se posicionar e contribuir no enfrentamento à desinformação?

Para tal resposta, utilizou-se como parâmetro de envolvimento da mídia local no enfrentamento à desinformação o relatório da Unesco (2020), que elencou os seguintes pontos: ações de educação midiática; investimento em checagens de fatos e em inovações para produzir informações em formatos mais acessíveis; estabelecer parcerias em investigações relacionadas à desinformação com outras organizações de notícias; intensificar

a transparência sobre suas respostas à desinfodemia; evitar a dependência excessiva da automação de publicações on-line; e, o mais importante, investir na verificação rigorosa de fatos e fontes.

Considerando a importância da mídia local em cenários de crise (Unesco, 2020), contrapor a desordem informacional exige mais do que o sentido de realidade do discurso. O jornalismo profissionalizado, norteado pela ética, promove audiência de debate plural, com métodos transparentes de apuração, e independente de interesses particulares de anunciantes e/ou patrocinadores. Assim, o jornalismo local torna-se instrumento de informação de interesse público, conhecimento, e legitimação de acontecimentos contextualizados para que a população saiba o que acontece ao redor.

Em vista disso, os próximos tópicos desvelam a pesquisa empírica, que buscou compreender a perspectiva do portal de notícias on-line Campo Grande News perante à desinformação, investigando como o tema foi pautado e em quais contextos o termo aparece nos itens jornalísticos publicados pelo portal no período de 2020 a 2023.

A exploração do termo desinformação em quatro anos (2020-2023)

Em 2020, foram localizados 46 itens jornalísticos publicados no portal CGN que contém o termo “desinformação”, sendo 21 notícias, 20 artigos e 5 colunas. As notícias estão distribuídas nas editorias Interior (1), Lado B/Faz bem! (1), Educação e Tecnologia (2), Meio Ambiente (2), Comportamento (2), Cidades (4), Capital (4) e Política (5).

Em 2021, 40 itens jornalísticos foram publicados no portal CGN, sendo 19 notícias, 17 artigos e 4 colunas. As notícias estão distribuídas nas editorias Direto das Ruas (1), Lado B (1), Educação e Tecnologia (2), Comportamento (2), Cidades (4), Capital (4) e Política (4).

Em 2022 foram encontrados 47 itens jornalísticos publicados no portal CGN. Do total, 31 são notícias, 13 são artigos (reproduções de textos redigidos por pesquisadores e especialistas), 1 coluna e 2 enquetes. Política (16), Cidades (7), Educação e Tecnologia (3), Capital (1), Momento Saúde Bucal (1), Comportamento (1), Economia (1), Interior (1).

E em 2023, foram localizados 50 itens jornalísticos publicados no portal CGN. Do total, 21 são notícias, 23 são artigos (reproduções de textos redigidos por pesquisadores e

especialistas), 5 colunas e 1 enquete. As notícias estão distribuídas nas editoriais Cidades (9), Capital (5), Política (4), Educação e Tecnologia (1), Comportamento (1) e Labo B (1).

Análises gerais

Em ampla perspectiva, em 2020 e 2021 os itens jornalísticos desdobram-se principalmente sobre a pandemia de Covid-19. É perceptível a preocupação com a alta circulação de desinformação sobre o tema, em especial referente a vacinação. A política brasileira também aparece de maneira mais notável, relativa às eleições municipais, e com ênfase na desinformação referente a confiabilidade da urna eletrônica.

Em 2022 e 2023, os itens jornalísticos tiveram como agenda midiática central as eleições presidenciais, e a extrema polarização política. Ganhou ênfase a temática da tecnologia, envolvendo o funcionamento e permissividade das plataformas digitais frente a desinformação e os impactos disso nas eleições; a inserção do uso de ferramentas de inteligência artificial no cotidiano popular, como o ChatGPT e a preocupação com *deepfakes*. Outra discussão presente (e pertinente) foram as consequências do movimento antivacina, negacionismo científico e teorias conspiratórias, que se refletiram em matérias que apontam a queda e os baixos números da cobertura vacinal (de todas as vacinas) em todo país, e o ressurgimento de doenças que estavam erradicadas há anos.

Retomando a explicação de Silva (2021) sobre a capacidade da produção de efeitos de sentido em textos, fotos e vídeos tornar-se pragmática, toma-se um exemplo identificado nas matérias jornalísticas: em outubro de 2022, Lula (PT) vence Bolsonaro (PL) nas eleições presidenciais, causando a indignação de apoiadores de Jair Bolsonaro e fomentando narrativas falsas, que acarretaram mobilizações antidemocráticas em frente aos quartéis pedindo “intervenção militar federal”, com vistas a anular o resultado das eleições, que segundo eles (e contrariando o resultado das urnas), teria sido fraudado. Em 2023, iniciou-se com pessoas ainda acampadas em frente aos quartéis do Brasil, culminando na invasão aos prédios dos Três Poderes em Brasília, no dia 8 de janeiro de 2023. O consumo frenético de desinformações e incitações com efeitos de sentido negativos sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas nas plataformas digitais, tornou-se pragmático, concretizando tal situação.

Os temas de repercussão mundial envolvendo a desinformação (Covid-19), nacional (eleições presidenciais), e local (acontecimentos da capital e do interior do MS),

demonstraram a pervasividade e elasticidade do termo no jornalismo local. Considera-se ‘pervasivo’ porque, conforme as análises, se espalha e penetra facilmente em diversas temáticas (política, saúde, educação, religião, cultura, tecnologia, cotidiano, esporte) causando caos, prejuízos, insegurança, medo e atrapalhando o desenvolvimento social. E ‘elástico’ porque a análise dos dados indica que a desinformação alcança desde assuntos mundiais e polêmicos como a Covid-19 e as eleições presidenciais no Brasil, ocupando lugar central e complexo nas discussões, até questões e acontecimentos cotidianos e singulares de Campo Grande e do interior de Mato Grosso do Sul

Prior (2019) argumenta que a vulgarização do conceito de *fake news* fragiliza o jornalismo tradicional, visto que a expressão passa a ser utilizada por parte de políticos para desqualificar notícias que não os beneficiam. Com o mesmo raciocínio, foi possível observar um movimento semelhante com o termo desinformação: a incorporação do discurso de enfrentamento à desinformação por propagadores de conteúdos falsos. Políticos, figuras públicas e cidadãos que propagam informações falsas se colocam como vítimas de desinformação, e tendem a desacreditar a mídia tradicional.

Um exemplo de notícia local que retrata tal situação é “Defensor da cloroquina no tratamento da covid, pastor vai parar em CTP” (25/08/2020), na qual o pastor Gladiston Amorim, que à época esteve em suas redes sociais publicamente a favor do uso de hidroxyclorequina, acusa a mídia tradicional de ser “alarmista e negacionista quanto ao tratamento precoce”, e diz que falta “combate à desinformação” por parte dos jornais.

Análises específicas – dimensões da produção

Frequência - O jornal CGN apresenta uma constância anual de itens jornalísticos publicados que contém o termo ‘desinformação’, uma média de aproximadamente 45 por ano, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1: Quantidade de itens jornalísticos publicados no portal Campo Grande News constando o termo desinformação, dividido por ano.

ANO	QUANTIDADE
2020	46
2021	40

2022	47
2023	50

Fonte: Elaboração própria para fins da pesquisa

Das 92 notícias publicadas, cinco eram reproduções da Agência Brasil. Um total de 54 abordam temáticas de âmbito local, 37 nacionais e 1 internacional. Vale pontuar que os artigos e colunas são gêneros textuais que não utilizam fontes ou declarações, portanto não foram contabilizados nessa etapa de análise.

Temáticas – A desinformação foi relacionada principalmente à saúde e a política de âmbito local de Mato Grosso do Sul, em especial da capital pelo portal CGN. Além disso, temas como educação, tecnologia, pesquisa, esporte, cultura, meio ambiente, comportamento, e religião também estão presentes como mostra a Tabela 2.

Tabela 2: Quantidade de publicações em cada temática identificada no portal CGN

TEMA	QTDE.	PORCENTAGEM
Saúde	59	32,2%
Política	47	25,6%
Educação midiática/Jornalismo	24	13,1%
Educação/Pesquisa	15	8,1%
Judicial	10	5,4%
Tecnologia	9	4,9%
Ciência	9	4,9%
Meio Ambiente	4	2,1%
Cultura/Arte	3	1,6%
Economia	2	1%
Religião	1	0,54%

Fonte: Elaboração própria para fins da pesquisa

Com relação aos artigos, são reproduções de textos de pesquisadores e especialistas sobre determinado tema, ou seja, não são redigidos para serem publicados especificamente

no Campo Grande News. São disponibilizados na rede em outros sites de informação, e o jornal seleciona-os e escolhe republicá-los.

Nesses textos, há uma prevalência das temáticas sobre saúde, comunicação, educação midiática, ciência, política e tecnologia (plataformas digitais e inteligência artificial) de forma contextualizada. Os artigos voltados para comunicação abordaram conceitos e discussões envolvendo infodemia, desinformação, *fake news*, plataformas digitais, *deepfakes*, pós-verdade, polarização, sensacionalismo e importância do jornalismo profissional. São conteúdos que se enquadram como “educação midiática”, e buscam elucidar sobre processos midiáticos, digitais e informacionais da atualidade. Utilizam de dados e informações científicas para argumentação, são críticos e reflexivos.

Há também colunas que apresentam tanto questões mais amplas de âmbito nacional como questões locais do estado de MS. E em menor número, enquetes produzidas pelo jornal (coleta a resposta da audiência sobre determinado assunto e depois publicação do resultado da pesquisa para o público local).

É possível perceber as características do jornalismo interiorano nas matérias do jornal, com amplo uso de fontes locais como profissionais, pesquisadores e cidadãos que estejam envolvidos e sejam relevantes, a fim de desmistificar questões desinformativas, evidenciando os danos reais e práticos da desinformação na sociedade. Das 92 notícias, 62 utilizaram uma fonte ou mais, 23 utilizam apenas declarações de fontes, e 7 não utilizam nenhum tipo de fonte.

Enfrentamento - O CGN exerce o jornalismo de proximidade ao apurar acontecimentos locais envolvendo a desinformação, inclusive com apuração de boatos e conteúdos falsos locais de maneira contextualizada.

Outra ação que conforme relatório da Unesco (2020) caracteriza-se como forma de contraposição à desinformação, são as reproduções de artigos de cunho científico, em especial os de educação midiática. Isso porque os temas abordados são de extrema relevância no momento atual, pois visam orientar a população sobre determinados assuntos e procedimentos do campo comunicacional, midiático e digital que muitas vezes ficam restritos aos grupos de pesquisa e ambientes acadêmicos.

São textos mais extensos que as notícias, e desenvolvem parágrafos de argumentação mais elaborados envolvendo as discussões que cerceiam o termo desinformação. Todos apresentam cunho científico, abordagens críticas e tom reflexivo, tem objetivo de conscientizar e orientar os leitores frente a determinado assunto. Estruturados de forma semelhante, os artigos contêm introdução, delimitação de contexto e dados de pesquisas que desenvolvem as discussões atravessadas pelo fenômeno da desinformação contemporânea, apontada como questão problemática e complexa, perigosa, que causa prejuízos à sociedade. Apesar de os artigos apresentarem argumentações pautadas na ciência, tem uso de linguagem mais próxima do coloquial (tentativa de aproximação com o leitor). Esse padrão se repete nos quatro anos de análise.

Contextos de utilização do termo desinformação pelo Campo Grande News

As análises do Campo Grande News permitem apresentar uma perspectiva de como o termo desinformação aparece nos itens jornalísticos a partir do agrupamento das matérias em categorias de contexto como mostra a Tabela 3.

Tabela 3: Contexto de utilização do termo “desinformação” pelo Campo Grande News.

Categorias de contexto	Quantidade
Problema	66
Enfrentamento	40
Divulgação	29
Consequências	22
Governo	9
Jornalismo	7
Erro de conceito	7
Ausência de argumentação	3

Fonte: Elaboração própria para fins da pesquisa

A categoria com a maior concentração de itens jornalísticos é ‘Problema’ (66), o que reflete os abruptos efeitos negativos que o fenômeno causa na sociedade, perpassando diversas situações (saúde, política e polarização, ciência, educação, redes sociais, inteligência artificial e meio ambiente). Os itens desta categoria abordam a desinformação como causa

ou justificativa para determinado problema, e também como barreira ou obstáculo. Por exemplo, a matéria “Guardas fiscalizam o dobro de estabelecimentos comerciais no domingo” (27/04/2020) coloca a desinformação como um dos motivos para que a população campo-grandense descumpra as regras da quarentena. Outro exemplo é a notícia “Pedagogo é o 1º surdo de MS a conquistar doutorado” (11/07/2020), que retrata a desinformação como uma barreira no percurso dessa conquista.

Outros dois exemplos, referente à vacinação, são as notícias “Cobertura vacinal é a menor registrada desde 1996” (26/11/2022) e “Tabu, desinformação causa baixa adesão da vacina contra HPV” (25/04/2023), que indicam a desinformação como uma das causas de tais situações. Ainda no campo da saúde pública há outro exemplo relevante, a matéria “Número de crianças que dão à luz em MS supera ao de pedidos para aborto legal” (11/11/2020) que relaciona tal número com a desinformação, conservadorismo e machismo presente no estado de MS.

Na sequência, a categoria de ‘Enfrentamento à desinformação’ (40), demonstra a tentativa do portal CGN de contribuir para o enfrentamento à desinformação. Em especial estão nessa categoria os artigos de educação midiática. Toma-se alguns exemplos de abordagens e temas: 1) conceitos e discussões sobre desinformação e a urgência de enfrentá-la (“Consciência coletiva em rede para combater a desinformação” 14/09/2023); 2) *fake news* e pós-verdade (“O poder da desinformação: Fake News, desonestidade intelectual e pós-verdade” 30/04/2020); 3) desintermediação e comunicação pelas plataformas digitais, explicação do conceito de infodemia e os efeitos do excesso de desinformação durante uma pandemia (“Pandemia e infodemia: crises e desafios para o diálogo entre ciência e sociedade” 16/01/2022); 4) desdobramentos sobre grupos organizados que disseminam desinformação de forma estruturada e possibilidades de regulação midiática (“Notícias falsas, grupos organizados e regulação” 24/06/2020); 5) processos e produtos midiáticos brasileiros (“Os “media” e a política brasileira” 09/01/2021); 6) reflexões sobre desinformação e democracia; checagem de fatos; regulamentação da mídia e inteligência artificial e o problema das *deepfakes* (“O poder da inteligência artificial no cruzamento entre ChatGPT e *deepfakes*” 01/08/2023); 7) exercício do pensamento crítico; e liberdade de expressão (“Fake news e liberdade de expressão” 28/11/2023)

Na terceira posição a categoria ‘Divulgação’ (29) se desdobra nas matérias que divulgam ferramentas, propostas, projetos e ações de enfrentamento à desinformação de âmbito local e nacional. Como exemplos, tem-se as matérias “No rastro das palavras, algoritmos da UFMS começam a identificar *fake news*” (13/01/2020), e a matéria que divulga “Lei municipal institui e Campo Grande terá mês de combate às *“fake news”*” (30/12/2021). Outros temas abordados nesse tópico foram: a atuação de bibliotecárias no enfrentamento à desinformação em MS; uma obra audiovisual produzida por uma sul-mato-grossense que vai abordar transtornos mentais e desinformação; regulação da internet e das plataformas; ataques e ameaças nas escolas; campanhas e acordos envolvendo o enfrentamento à desinformação nas redes sociais; debates e palestras sobre o tema; a criação de aplicativos para conferir informações referentes à eleição; o incentivo e reforço à checagem de fatos; e canais de denúncia.

Em quarto lugar, a categoria ‘Consequência’ (22) reflete itens jornalísticos que indicam movimentos de punição judicial e penal a propagadores de desinformação, e consequências reais de pessoas que acreditaram em desinformações. Observou-se que as consequências abordaram questões políticas, principalmente voltadas às eleições municipais, apresentando atores sociais propagadores de desinformação que tiveram consequências por desinformar. Toma-se o exemplo: “Juiz manda retirar publicação por *“fake news”* na pré-campanha em Costa Rica” (22/09/2020). As consequências também aparecem no campo da saúde (Covid-19), refletido em pessoas que vieram a óbito por negarem a existência do coronavírus em Campo Grande (“Perdi minha melhor amiga porque ela não acreditava na covid” 18/05/2021).

Em menor quantidade, a categoria ‘Governo’ (9) reflete matérias que colocam o governo como propagador de desinformação, ou como vítima da mesma. Um exemplo é a notícia “Na ONU, Bolsonaro defende governo e rebate críticas à gestão ambiental” (22/09/2020), que enquadra o discurso do ex-presidente Bolsonaro culpabilizando indígenas e caboclos pelas queimadas do Pantanal e Amazônia, ao mesmo tempo, coloca o governo como vítima de “campanhas brutais de desinformação”.

Em sexto lugar, ‘Jornalismo’ (7) há um grupo de matérias que compõem a categoria de valorização ou crítica ao jornalismo. Toma-se um exemplo de notícia de valorização: “Presidente da Fenaj defende jornalismo local para temas urgentes” (04/11/2022). E um

exemplo de artigo com crítica construtiva à mídia sensacionalista: “Quantas vidas vale um clique?” (25/10/2020). Também aparecem matérias que se desdobram sobre ética, jornalismo e interesse público em tempos de infodemia; inteligência artificial, com argumentação favorável à importância do jornalismo profissional nesse contexto.

Em penúltimo lugar, a categoria ‘Erro de conceito’ (7) demonstra a vulgarização do conceito, utilizado de forma cotidiana e errônea. Ocorre em notícias que utilizam desinformação como sinônimo de “entendimento errado”, “falta de informação” e “confusão”, ou seja, não se trata de desinformação politicamente motivada para causar dano. Como por exemplo na matéria “Candidato a vereador convoca “vanzeiros” para transporte na Capital” (20/10/2020) que relata uma confusão nas datas programadas para tal evento, e não uma desinformação motivada para prejudicar.

Por fim, ‘Ausência de argumentação’ (3) reflete matérias em que o termo aparece no título, mas no corpo do texto a palavra não é citada novamente (nem há correlação), portanto, embora a notícia tenha um tema relevante, o termo só aparece no título, e não é desenvolvido, nem apontado o problema envolvendo a desinformação, nem de quais conteúdos se trata. Dois exemplos são: o artigo “No fogo cruzado da desinformação, empresas violam leis trabalhistas” (02/04/2020) e a notícia “Ameaçada de morte, mulher cacique fala de medo e desinformação” (09/08/2023).

Palavras que orbitam o termo desinformação

Por fim, foram registradas as palavras que orbitam o termo desinformação durante os quatro anos (2020-2023) no Campo Grande News, que serviu para formação de uma Nuvem de Palavras (Figura 1), indicando que tais palavras remetem à sentimentos de medo, insegurança, caos, preocupação com o problema e consequências, facilidade de propagação e relação com as tecnologias digitais e inteligência artificial, e necessidade de enfrentamento à desinformação e punição aos propagadores.

O Campo Grande News tende a acompanhar as agendas midiáticas de cada ano analisado (pandemia de Covid-19, ataques à vacinação, cobertura das eleições presidenciais, problemas envolvendo as plataformas digitais e eleições, inserção da inteligência artificial no cotidiano), e ao mesmo tempo demonstra que o uso do termo se torna cada vez mais popular e se desloca para situações cotidianas (que não representam o real significado do conceito).

O portal é crítico, desdobrando-se sobre os problemas, consequências da desinformação, e incentivando ações, ferramentas e projetos de enfrentamento de âmbito local. Ademais, publica um volume alto de artigos (73 textos de 183) de cunho científico e educativo, pró-ciência, e educação midiática, contraponto desinformações.

As categorias de contexto demonstram que o fenômeno gera diversos problemas em distintas áreas, mas nesses anos atingiu em especial a saúde, política e educação. As consequências demonstram que a desinformação mata, causa danos que não tem a possibilidade de serem revertidos. E caminha lentamente para ser tratado como crime. Além disso, o termo desinformação passa a integrar de forma gradual o cotidiano, onde seu sentido é distorcido e usado de forma errônea por parte da população.

No geral, observa-se avanço na discussão sobre as formas de contraposição ao fenômeno, e de forma simultânea, o avanço da incorporação do discurso da desinformação por desinformadores e políticos que não se beneficiam com o enfrentamento. Nesse contexto, o jornalismo local, a informação de proximidade e a comunicação transparente são ainda mais fundamentais para a manutenção do regime democrático e do desenvolvimento local. Portanto, faz-se necessário um posicionamento cada vez mais firme e incisivo contra a desinformação - em suas mais diversas formas e possibilidades - com produções qualificadas, contextualizadas e com ações diretas de alfabetização midiática com os cidadãos

Considerando que a pesquisa fez a escolha metodológica de analisar matérias em dois jornais da capital, estado do Mato Grosso do Sul, na região Centro-Oeste do Brasil, seus resultados não podem ser generalizados para todas as regiões do país.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO (Abraji). **Ataques graves a jornalistas dobraram em 2022**. In: Abraji.org, 29 mar. 2022.

Disponível em <<https://abraji.org.br/noticias/ataques-mais-graves-a-jornalistas-dobraram-em-2022>>. Acesso em: 12 mai. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa. Portugal: Edições, v. 70, 1977

BONTCHEVA Kalina; POSETTI, Julie. **Desinfodemia - Decifrar a desinformação sobre a Covid-19**. In: Unesco.org 2020. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por> . Acesso em: 30 jan. 2023.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo. Vestígio Editora, 2019.

DAVID, Weverton Velasco. **Estereótipos e violência em notícias sobre a comunidade LGBTQIA+: Um estudo sobre o Campo Grande News**. Dissertação de mestrado. 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/5051>>. Acesso em: 20 mai. 2024

DEL BIANCO, Nélia; LIMA, Hélder. Radiojornalismo de proximidade e desinformação no contexto da Pandemia de Covid-19. **Comunicação & Inovação**, v.23, n.51, 2022, p.75, 2022. Disponível em <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/8142>. Acesso em: 20 fev. 2023.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil – Relatório 2020**. Brasília, DF. Janeiro de 2021. Disponível em <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2023.

SILVA, M. P. **A forma como enredo: três pressupostos e duas hipóteses sobre a disseminação de informações não-jornalísticas de expressão noticiosa**. In: XXX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS 2021), 2021, São Paulo (SP). Anais do XXX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS 2021). São Paulo (SP): Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS 2021), 2021.

HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Editora Vozes, 2007.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2019. Disponível em <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>>. Acesso em: 04 fev. 2022.

LOPES, Paula. Mentiras, pegadas e algoritmos: da necessidade de uma educação para os media. **Comunicação Digital: media, práticas e consumos**. Lisboa: NIP-

- C@M & UAL, p. 137-156, 2019. Disponível em <<http://hdl.handle.net/11144/3980>>. Acesso em: 20 jan. 2023.
- PARISER, Eli. **The filter bubble**: How the new personalized web is changing what we read and how we think. Penguin, 2011.
- PERUZZO, Cicilia N. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.
- PRIOR, Hélder. Mentira e política na era da pós-verdade: fake news, desinformação e factos alternativos. **Comunicação Digital: media, práticas e consumos**, 2019, p. 75-97. Disponível em https://www.researchgate.net/profile/Bruno-Reis11/publication/345506512_Comunicacao_digital_media_praticas_e_consumos/links/605c47d6299bf173676885c7/Comunicacao-digital-media-praticas-e-consumos.pdf#page=75 . Acesso: 30 jan. 2023.
- PROJOR (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). **Atlas da Notícia**. São Paulo: 2017-21. Disponível em <<https://www.atlas.jor.br>>. Acesso em: 26 out. 2023.
- REINO, Lucas S. Arraes. **Relacionamento entre o webjornal Campo Grande News e os seus usuários**. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Brasília, Universidade de Brasília, 2006.
- RIPOLL, Leonardo; MATOS, José C. Morelli. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 2334-2349, 2017. Disponível em <<https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918>>. Acesso em: 5 jan. 2023.
- TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**: filosofia da sensação. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.
- WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Houssein. **Information Disorder**. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe, 2017.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

TAÍS TELLAROLI

Professora Doutora do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Coordena o projeto "Combate à desinformação e fake news: agência de checagem de fatos e produção de jornalismo científico" com recurso da FUNDECT.

E-mail: taistella@hotmail.com

CAMILA ZANIN

Mestre em Comunicação na linha de pesquisa Mídia, Identidade e Regionalidade pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

E-mail: candradezanin@gmail.com



COMUNICAÇÃO MADIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 207-226, jan-jun, 2024

Integridade da informação: um possível novo conceito para o estudo da desinformação

Integridad de la información: un posible nuevo concepto para el estudio de la desinformación

Information integrity: a possible new concept for the study of disinformation

Carlos Alberto Ávila ARAÚJO

Pós-doutor/Universidad de Salamanca (Espanha). Professor
titular da Escola de Ciência da Informação da Universidade
Federal de Minas Gerais (ECI/UFMG)
E-mail: casal@eci.ufmg.br

Enviado em: 07/06/2024
Aceito em: 25/08/2024

RESUMO

Recentemente, documentos oficiais produzidos pela Organização das Nações Unidas (em seu Programa para o Desenvolvimento), ou pelo G20, o grupo das 20 maiores economias do mundo (por meio do seu Grupo de Trabalho da Economia Digital) apresentaram o conceito de integridade da informação. Mas o conceito não tem, ainda, desenvolvimento na literatura científica. O objetivo deste texto é analisar o conceito, por meio do estudo de três documentos oficiais. A seguir, busca-se confrontar os elementos que compõem o conceito com o quadro atual das pesquisas sobre desinformação. Tal quadro é marcado por uma grande diversidade, seja em relação aos vários conceitos utilizados (desinformação, pós-verdade, infodemia, *fake news*), seja por conta das diferentes vinculações teóricas de tais pesquisas (funcionalismo, marxismo, interpretativismo ou humanismo). Conclui-se que o conceito de integridade da informação tem potencial para colocar em diálogo pesquisas produzidas em âmbitos diferentes – mas, para isso, precisa ser ainda desenvolvido no âmbito científico.

Palavras-chave: *Integridade da informação; Desinformação; Infodemia.*

RESUMEN

Recientemente, documentos oficiales elaborados por las Naciones Unidas (en su Programa de Desarrollo), o por el G20, el grupo de las 20 economías más grandes del mundo (a través de su Grupo de Trabajo de Economía Digital) presentaron el concepto de integridad de la información. Pero el concepto aún no se ha desarrollado en la literatura científica. El objetivo de este texto es analizar el concepto, a través del estudio de tres documentos oficiales. A continuación, buscamos comparar los elementos que componen el concepto con el marco actual de investigación sobre desinformación. Esta situación está marcada por una gran diversidad, ya sea en relación con los diversos conceptos utilizados (desinformación, posverdad, infodemia, *fake news*), ya sea por los diferentes vínculos teóricos de dichas investigaciones (funcionalismo, marxismo, interpretativismo o humanismo). Se concluye que el concepto de integridad de la información tiene el potencial de poner en diálogo las investigaciones producidas en diferentes áreas, pero, para que esto suceda, aún necesita ser desarrollado en el campo científico.

Palabras-clave: *Integridad de la Información; Desinformación; Infodemia.*

ABSTRACT

Recently, official documents produced by the United Nations (in its Development Program), or by the G20, the group of 20 largest economies in the world (through its Digital Economy Working Group) presented the concept of information integrity. But the concept has not yet been developed in scientific literature. The objective of this text is to analyze the concept, through the study of three official documents. Next, we seek to compare the elements that make up the concept with the current framework of research on disinformation. This situation is marked by a great diversity, whether in relation to the various concepts used (disinformation, post-truth, infodemic, *fake news*), or due to the different theoretical links of such research (functionalism, Marxism, interpretivism or humanism). It is concluded that the concept of information integrity has the potential to put research produced in different areas into dialogue – but, for this to happen, still needs to be developed in the scientific field.

Keywords: *Information Integrity; Disinformation; Infodemic.*

Introdução

Nos dias 02 e 03 de abril de 2024, ocorreu em Brasília a “Conferência Livre: Ciência no Combate à Desinformação”, um pré-evento da V Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação (CNTCI), que aconteceu nos dias 30 e 31 de julho e 1º de agosto de 2024. Esse evento foi promovido pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) em parceria com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), com apoio da Secretaria de Comunicação Social (Secom), da Presidência da República, e do Departamento de Ciência e Tecnologia (Decit), do Ministério da Saúde. Nessa conferência, cientistas de todo o país, de várias áreas, propuseram uma agenda conjunta de trabalho relacionada aos desafios da desinformação, das teorias da conspiração e do discurso de ódio. O encontro trouxe, ainda, uma novidade para os debates sobre tais assuntos: o conceito de “integridade da informação”.

Como apresentado nesta conferência, e em alguns outros eventos que a sucederam, a ideia de integridade da informação passou a estar presente em documentos oficiais produzidos por entidades que congregam diferentes países. Um exemplo é o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), uma iniciativa das Nações Unidas que se propõe a atuar na luta contra a pobreza, a desigualdade e as mudanças climáticas, contando com uma rede de especialistas e parceiros de 170 países. Outro exemplo é o Grupo de Trabalho da Economia Digital do G20 (G20 DEWG, na sigla em inglês).

O G20 ou Grupo dos 20 é um fórum composto pelos países que possuem as maiores economias do mundo. Seu objetivo é discutir e coordenar políticas econômicas que têm impacto em todo o planeta. O grupo foi criado em 1999 e atualmente conta com 19 países (África do Sul, Alemanha, Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, China, Coreia do Sul, Estados Unidos, França, Índia, Indonésia, Itália, Japão, México, Reino Unido, Rússia e Turquia), além de dois organismos regionais - União Europeia e União Africana, esta, admitida recentemente. Juntos, eles representam cerca de 85% do PIB mundial e 64% da população mundial. A presidência do fórum é feita de maneira rotativa por um membro do

grupo pelo período de um ano. Em 1º de dezembro de 2023, o Brasil assumiu a presidência do G20, e no final de 2024 será a vez da África do Sul.

O Grupo dos 20 possui uma série de grupos de trabalho, voltados para diferentes aspectos da realidade econômica mundial. Um deles é o G20 DEWG (Development Working Group). Criado em 2021, este grupo tem por objetivo apresentar estudos para ajudar na formulação de políticas públicas sobre o potencial digital da economia. Já foram propostos temas como a conectividade significativa e universal, a inteligência artificial, o governo digital e, mais recentemente, a integridade da informação. No dia 20 de setembro de 2023, foi lançada a Declaração Global sobre Integridade da Informação Online, em Nova York, nos Estados Unidos. Nos dias 30 de abril e 01 de maio de 2024, ocorreu um evento paralelo do G20 com o tema “Integridade da informação e confiança no ambiente digital”. O tema da integridade da informação também estará presente na 19ª Reunião de Cúpula do G20 que acontecerá na cidade do Rio de Janeiro, nos dias 18 e 19 de novembro de 2024.

Da mesma forma que o Brasil preside o G20 ao longo do ano de 2024, ele também lidera o G20 DEWG neste ano, o que significa que o Brasil acabou assumindo também um protagonismo em relação à ideia de integridade da informação. Assim, nos dias 30 de abril e 1º de maio de 2024, em São Paulo, foi promovido pelo G20 DEWG, sob liderança do Brasil, um encontro paralelo do G20 especificamente sobre integridade da informação, sob o tema “Integridade da Informação e Confiança no Ambiente Digital”.

Assim, a temática da integridade da informação acabou tendo destaque nas discussões e negociações internacionais relativas às tecnologias digitais, à desinformação e à consolidação da democracia, sendo o Brasil um dos principais entusiastas dessa questão. Porém, até o momento, o tema não tem expressão na literatura científica. Foi por essa constatação que nasceu a preocupação que fundamenta este texto. Busca-se, neste trabalho, analisar em que medida a ideia de integridade da informação pode acrescentar ou contribuir para as discussões que já vêm ocorrendo, nos últimos anos, em torno dos temas ligados à desinformação.

Já existe muito conhecimento acumulado sobre o assunto. Esse conhecimento é caracterizado por uma grande diversidade teórico-metodológica e, também, relativo a uma imensa gama de objetos empíricos. As pesquisas sobre o assunto vêm utilizando conceitos variados, tais como pós-verdade, desinformação, *fake news* e infodemia, entre outros. Tais

pesquisas também se inserem em perspectivas epistemológicas distintas, resultando em problematizações oriundas de diferentes horizontes. Dessa forma, o objetivo deste texto é apresentar inicialmente uma reflexão em torno do conceito de integridade da informação, tendo como referência três documentos de organismos internacionais, para a seguir os confrontar com as discussões já existentes sistematizadas por meio de outros conceitos ou referenciais. O objetivo final é verificar qual o potencial do conceito de integridade da informação para o avanço das pesquisas e contribuições já existentes, bem como colaborar para a fundamentação do conceito de integridade da informação no âmbito do conhecimento científico.

Três documentos sobre a integridade da informação

O tema da integridade da informação ganhou relevância no debate institucional internacional em 2023. De acordo com Santos (2024), essa relevância se deu principalmente a partir da publicação do documento “Our Common Agenda: Policy Brief 8”, pela Organização das Nações Unidas (ONU), em junho de 2023. A mesma autora aponta ainda que, em fevereiro de 2022, o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (Pnud) publicou o documento “Information Integrity: Forging a Pathway to Truth, Resilience and Trust”. Neste documento há duas referências para o conceito de integridade da informação: um produzido por uma empresa chamada Yonder (que existiu de 2017 a 2022) e outro, o relatório “Protecting Information Integrity: National and International Policy Options”, produzido pelo World Leadership Alliance-Club de Madrid, de novembro de 2018. Ainda conforme Santos (2024), o termo desde então tem sido amplamente utilizado por organismos internacionais em instrumentos de cooperação entre diferentes países, mas não está presente na literatura científica até o momento.

Ainda que tenha havido a publicação de outros documentos sobre integridade da informação, para a análise empreendida no presente texto serão considerados apenas os três documentos mencionados por Santos (2024), pois são eles que têm relação direta com a recente utilização do termo no âmbito das reuniões e ações do G20, ou seja, estão diretamente vinculados a políticas econômicas de impacto global, relacionados aos desafios que vêm se colocando para todo o planeta. Cada um dos documentos será apresentado a

seguir, em uma síntese que busca selecionar os elementos mais relevantes a serem analisados na seção seguinte deste texto.

O primeiro documento (The World Leadership Alliance, 2018) tem como título “Proteção da integridade da informação: opções de políticas nacionais e internacionais” e foi produzido pela The World Leadership Alliance - Club de Madrid (WLA-CdM), a partir das discussões da Chatham House. Tais discussões foram realizadas na Mesa Redonda sobre Governança Global para Integridade da Informação organizada em conjunto com o Ministério dos Negócios Estrangeiros da República da Letônia na cidade de Riga, no dia 27 de setembro de 2018. A WLA-CdM é uma assembleia de líderes políticos composta por mais de 100 ex-presidentes e primeiros-ministros de mais de 60 países, que discutem temas ligados à democracia, governança e cidadania com objetivo de produzir recomendações e consultorias em escala mundial.

O ponto de partida do texto é a ideia de que o acesso à informação é o principal pilar da democracia, ou seja, de que o exercício dos direitos políticos (votar, expressar opiniões) depende do acesso a informações confiáveis, equilibradas e completas sobre as questões políticas e governamentais. Nesse sentido, as tecnologias digitais e as redes sociais poderiam ser vistas como impulsionadores da democracia. Todo o documento está inserido na problemática das relações entre tecnologias digitais e processos políticos.

Logo no começo há a constatação de que as tecnologias digitais garantiram avanços, entre os quais uma maior possibilidade de participação e envolvimento dos cidadãos, acesso direto a líderes políticos, transparência, possibilidade de cobranças e novos serviços públicos. Mas elas também trouxeram novos desafios, tais como o aumento de publicações anônimas ou apócrifas, a facilidade de publicação e retransmissão de conteúdos a custo zero, o surgimento das câmaras de eco (causadas pela priorização de conteúdo relacionado ao histórico de navegação dos usuários) e o uso de dados pessoais para direcionamento de publicidade. Todos esses fatores acabaram por favorecer o surgimento de um intenso fluxo de informações total ou parcialmente falsas, discursos de ódio e ideias extremistas.

É dentro desse quadro que o documento dedica um tópico inteiro à definição de integridade da informação, e essa é a parte do documento que será explorada neste artigo. Antes de apresentar a definição, contudo, o texto apresenta uma crítica aos termos normalmente utilizados para se referir à ampla circulação de informações falsas, tais como

fake news, disinformation, misinformation e information manipulation. Esses termos vêm sendo usados por especialistas e articulam características como: a) ações intencionais ou não intencionais; b) no caso das intencionais, com objetivo de causar danos ou sem esse objetivo; c) conteúdos completamente falsos ou manipulados. O documento menciona ainda outros fenômenos como os algoritmos de conteúdos, as câmaras de eco e a publicidade microdirecionada.

Buscando utilizar um termo que agrupasse essa variedade de fenômenos, o documento propõe então a expressão “integridade da informação”. O uso dessa expressão no documento vem de dois relatórios, um intitulado “Project on Democracy and the Internet” da Stanford University e outro intitulado “Integrity Initiative” do Institute for Statecraft. A partir desse referencial, a integridade da informação é definida como a confiabilidade, o equilíbrio e a completude das informações às quais os cidadãos têm acesso, relacionadas aos temas políticos (ações governamentais, ações dos atores políticos relevantes, entre outros). Os problemas contemporâneos relacionados com as tecnologias digitais são vistos, assim, como ameaças à integridade da informação. E a justificativa do uso do termo se coloca na medida em que ele representa uma ampliação do escopo: da intencionalidade da produção de conteúdos para o que acontece com a informação durante a sua circulação, isto é, as práticas empresariais e mercadológicas, a velocidade e o alcance dos conteúdos, o direcionamento de mensagens e a lógica de recomendações dos algoritmos, entre outros fenômenos que atuam promovendo a deterioração da integridade da informação. Essa é a ideia síntese da proposta deste novo termo. Após a apresentação dessa definição, é destacada a principal consequência das ameaças à integridade da informação: embora sempre tenha havido discordâncias entre grupos com ideologias diferentes, estaria acontecendo agora, pela primeira vez na história, um desacordo generalizado a respeito de fatos básicos da realidade.

O segundo documento (United Nations, 2022) analisado neste artigo tem por título “Integridade da informação: construindo o caminho para a verdade, a resiliência e a confiança”. Ele foi publicado em fevereiro de 2022 pelo Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas (UNDP, sigla para United Nations Development Programme). Foi produzido por Niamh Hanafin, sob a supervisão de Simon Finley, e teve, para sua redação, o apoio de equipes de outros temas do UNDP, tais como os de Gênero, Juventude, Eleições, Direitos Humanos e Estado de Direito e Prevenção de Conflitos. Ele também foi embasado nas respostas dadas em uma consulta pública mundial feita pela Unesco sobre o impacto da

desinformação, o “Forging a Path to a Better Information Ecosystem - Effective Governance, Media, Internet and Peacebuilding Responses to Disinformation”. A obra tem um duplo objetivo: avançar no quadro conceitual e fornecer orientação prática para a construção de programas e políticas públicas.

O documento começa com a ideia de que o acesso à informação confiável, que passe por verificações ou controles, é fundamental para que a humanidade possa lidar com diferentes desafios. Os desafios listados nessa obra representam um escopo muito maior do que apenas a questão da democracia, como no documento anterior. Entre os desafios mencionados estão os conflitos violentos, os retrocessos democráticos, as emergências climáticas, a pandemia de Covid-19, a busca por uma governança eficaz, o desenvolvimento sustentável, a transparência, responsabilidade e confiança nas instituições, o combate aos preconceitos e a busca por sociedades inclusivas, pacíficas e justas. Nesse quadro, argumenta-se que a internet mudou as condições de produção, distribuição e consumo de informação, trazendo por um lado oportunidades (maior acesso, maior liberdade de expressão, maior possibilidade de participação pública) e, por outro, desafios (favorecimento de conteúdo sensacionalista, desinformação, uso de robôs).

Em relação a esses desafios apresentados, o documento os organiza, num tópico posterior, em três grandes áreas de preocupação. A primeira é a governança e a democracia. Nessa área, ocorre a erosão da confiança pública nas instituições governamentais e nos meios de comunicação de massa. Com menor confiança, a vulnerabilidade à poluição da informação se torna maior. Como consequência, ocorre uma degradação do debate público – degradação essa relativa à qualidade do debate, aos temas debatidos e às opiniões polarizadas. A segunda área é a coesão social, na medida em que a desinformação impulsiona a polarização política e social e, com isso, gera estigmatização de grupos marginalizados. A terceira são os direitos fundamentais – entre os quais está o direito à informação precisa e confiável. Como a desinformação limita o acesso à informação confiável, a capacidade das pessoas em distinguir ficção dos fatos fica reduzida. Tal quadro é agravado por alguns fatos, como a falta de um enquadramento internacional sobre tais questões, a dificuldade a se ter acesso a informações importantes para a pesquisa (já que as chamadas *big techs* limitam o acesso a dados sobre sua lógica de funcionamento), a pluralidade de atores envolvidos em possíveis soluções, entre outros.

O documento possui ainda um marco conceitual, a partir do qual são apresentados três conceitos centrais e dois conceitos correlatos. O primeiro conceito central é ecossistema de informação, que se refere a um todo complexo que engloba a infraestrutura de informação, ferramentas, meios de comunicação, produtores, consumidores, curadores e distribuidores. É nesse ecossistema que a informação se move, vira fluxo. Esse fluxo é diretamente moldado pelos ambientes tecnológicos, culturais, sociais e políticos.

O segundo conceito é integridade da informação, que, como ressaltado no texto, surgiu no ambiente corporativo e se refere à proteção da informação. Nesse contexto, o conceito se refere a três propriedades que a informação deve ter (confiabilidade, equilíbrio e completude) para garantir um ecossistema de informação saudável, de forma a se proporcionar que os cidadãos tenham uma visão adequada dos diferentes ambientes (político, sanitário, ecológico, etc.) para a tomada de decisões.

O terceiro conceito é poluição da informação, que se refere a conteúdos falsos, enganosos ou manipulados, intencionalmente ou não, e que podem provocar danos. Neste ponto, o documento faz referência à categorização de Wardle e Derakhshan (2017), que preveem as seguintes categorias: desinformação (*disinformation*), informação falsa ou errônea (*mis-information*) e informação maliciosa (*mal-information*).

Os dois conceitos correlatos são discurso do ódio (cuja definição é aquela oficialmente adotada pela ONU, ou seja, discursos violentos ou pejorativos contra pessoa ou grupo em função daquilo que eles são) e a propaganda (técnicas persuasivas que podem ser usadas para a poluição da informação).

Em outro momento do documento, há a construção de um amplo quadro analítico. Nele, são identificados os quatro ambientes nos quais ocorrem os fenômenos da poluição da informação: o político, o dos meios de comunicação e seu entorno, o social e o legislativo. Para cada um deles, são identificados: a) os elementos facilitadores; b) os promotores e direcionadores da poluição da informação (como a baixa confiança nas instituições, o populismo, a falta de pluralidade na mídia, a existência de uma mídia hiperpartidária, o discurso público polarizado, a legislação ineficaz, etc); c) as vulnerabilidades; e d) o impacto da poluição da informação (a degradação do debate público, a participação reduzida dos cidadãos, a divulgação de notícias inúteis, a estigmatização de grupos vulneráveis, o aumento

da violência, legislação que restringe o espaço cívico e as vozes dissidentes, crescimento da indústria da desinformação, etc.).

Já o terceiro documento (United Nations, 2023) tem como título “Integridade da informação nas plataformas digitais” e foi publicado em junho de 2023. Ele faz parte da série de onze informes da “Our common agenda”, um conjunto de publicações que tem por objetivo dinamizar as discussões em torno da Agenda 2030 e facilitar a consecução dos “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”. Essa obra é o oitavo volume dessa série, e foi preparada pelo secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres.

O objetivo do documento é ajudar na produção de um consenso sobre como as ameaças à integridade da informação afetam os diferentes povos do mundo nos níveis global, nacional e local, bem como apresentar algumas bases para um possível código de conduta comum para países, plataformas digitais e outros atores relevantes. Como nos demais documentos, constata-se que as plataformas digitais trouxeram benefícios (maior possibilidade de participação, de divulgação, de engajamento) mas também possuem um lado sombrio (com a disseminação de mentiras e discursos de ódio).

No texto há um tópico voltado para a definição de integridade da informação. Ela é definida em termos de precisão, consistência e confiabilidade dos conteúdos informativos. A integridade da informação é ameaçada pela desinformação, pela informação falsa e pelo discurso de ódio. No documento há uma distinção entre desinformação (informação imprecisa produzida com intenção de enganar e causar dano) e informação falsa (disseminação não intencional de informações imprecisas), além da definição de discurso de ódio adotada pela ONU.

Há também um tópico específico sobre integridade da informação e plataformas digitais, que incluem as redes sociais, os motores de busca e os aplicativos de mensagens. Ainda que os meios de comunicação de massa sejam, também, fontes de erros e desinformação, o documento destaca que no caso das plataformas digitais há uma novidade que é velocidade, o volume e a capacidade de propagação da desinformação. Um agravante é o fato de as plataformas digitais coletarem dados sobre os usuários e suas interações. A desinformação se mostrou um grande negócio dentro da chamada economia da atenção em que os algoritmos são projetados para priorizar conteúdos que mantenham a atenção e o engajamento dos sujeitos.

Em outra parte do documento, são apresentadas questões que podem fortalecer a integridade da informação. Uma delas são as respostas regulatórias, isto é, as plataformas serem responsabilizadas legalmente por conteúdos difamatórios e de assédio, e os usuários poderem sinalizar conteúdos ilegais e contestarem decisões de moderação. Outras questões são a desmonetização da desinformação; a identificação clara de conteúdo publicitário; a capacitação dos usuários para reconhecimento e sinalização de desinformação; a melhoria da transparência das plataformas, entre outras. O documento termina com um direcionamento para um código de conduta das Nações Unidas com os seguintes princípios: compromisso com a integridade da informação, respeito aos direitos humanos, apoio à mídia independente, aumento da transparência, empoderamento dos usuários, fortalecimento da pesquisa e do acesso a dados, respostas ampliadas, desestímulos mais fortes à produção de desinformação e promoção de maior confiança e segurança.

A pesquisa sobre desinformação: conceitos e vertentes teóricas

Nos últimos anos, houve uma grande produção científica e institucional que constatou que o mundo tem experimentado novas condições de produção, circulação e consumo de informação, condições essas marcadas por uma significativa presença de conteúdos falsos, distorcidos, descontextualizados ou negacionistas.

Uma grande parte das pesquisas sobre tais fenômenos se deu a partir da noção de pós-verdade (McIntyre, 2018; Fuller, 2018). Na definição do dicionário Oxford, no cenário da pós-verdade, os apelos à emoção e às crenças pessoais são mais importantes na formação da opinião do que os fatos da realidade (D’Ancona, 2018). A pós-verdade é um fenômeno que se produz na confluência de três condições. A primeira delas é a ampla disseminação de informações falsas (algumas completamente falsas, e não apenas distorções como na era dos meios de comunicação de massa) com suporte tecnológico que permite alcances inimagináveis. A segunda é a possibilidade de checagem nos dias atuais, em que muitas pessoas podem, em poucos segundos e com aparelhos de uso cotidiano como o *smartphone* ou o *notebook*, checar a veracidade das informações recebidas por elas por qualquer meio. A terceira é o fato de as pessoas não fazerem isso, isto é, não checarem, não verificarem se uma informação é verdadeira ou falsa, antes de a repassarem e dela se apropriarem. É esse desinteresse, esse desdém pela verdade, que marca aquilo que vem sendo identificado como uma “cultura da pós-verdade” (Wilber, 2018) ou um “regime de pós-verdade” (Broncano,

2019). A expressão cultura designa justamente um conjunto de valores, de naturalizações, de estímulos a um determinado comportamento – no caso, o desprezo pela verdade, a valorização daquilo que confirma ideias preconcebidas, a seleção apenas daquilo que é confortável. A pós-verdade caracteriza um imaginário contemporâneo no qual a desconsideração da verdade é naturalizada, estimulada, exaltada, como um valor ou uma virtude (D’Ancona, 2018).

Outro conjunto de investigações se deu a partir da noção de desinformação. Neste campo, o trabalho já mencionado no tópico anterior, de Wardle e Derakhshan (2017), é uma referência pioneira. Os autores desenvolveram um quadro conceitual em torno de três categorias: desinformação (*disinformation*), quando uma informação falsa é deliberadamente compartilhada com a intenção de causar dano; informação falsa ou errônea (*mis-information*) é aquela que é compartilhada sem intenção de causar dano; e informação maliciosa (*mal-information*), que se refere a informação genuína que é compartilhada com a intenção de causar danos. O esquema conceitual dos autores, portanto, trafega entre a intencionalidade dos autores e a veracidade dos conteúdos. A partir dessa linha, muitos estudos buscaram investigar os atores envolvidos na produção sistemática de desinformação, bem como o papel das chamadas *big techs* nesse processo (Empoli, 2019; Fischer, 2023).

Uma linha derivada centrou-se no conceito de *fake news*, analisando os processos de produção de conteúdos falsos num quadro de referência dos processos de produção de conhecimentos jornalísticos, científicos ou outros nos quais existem processos de verificação, controle, validação e responsabilização (Magallón Rosa, 2019; Barbosa, 2019). Em muitos casos, tais estudos se deram a partir do conceito de autoridade cognitiva ou autoridade epistêmica, isto é, aquelas instituições cuja função social é produzir e disseminar conhecimentos verdadeiros, verificados, de acordo com as evidências, seguindo determinados protocolos e o consenso científico (Froehlich, 2019; Miller, 2020)

Outro conjunto de pesquisas vem se desenvolvendo a partir do conceito de infodemia (Naeem e Bhatti, 2020). A associação dos termos informação e pandemia significa uma caracterização patológica da dimensão informacional: a gigantesca abrangência e velocidade de disseminação de informações falsas tem produzido um quadro em que as informações falsas estão mais presentes na vida das pessoas do que as verdadeiras e de qualidade, e acabam tendo muito mais influência na tomada de decisões e na definição das

linhas de ação. Conforme Zarocostas (2020), esse excesso de informações circulantes (algumas verdadeiras, outras falsas) faz com que seja difícil para as pessoas encontrarem as informações verdadeiras na hora de tomar as decisões e agir. O autor aponta que esse fenômeno pode agravar uma situação de pandemia (como a vivida em 2020) também por gerar ansiedade, sobrecarga e exaustão nas pessoas, além de tornar mais complexos os processos de controle de qualidade do que é publicado e de atestar a idoneidade das fontes de informação. Assim se constitui uma natureza “pandêmica” dos fenômenos informacionais, tomados desde a perspectiva de seus efeitos adversos ou disfunções.

Há outros termos e conceitos que vêm sendo utilizados nos estudos sobre as dinâmicas informacionais contemporâneas. Algumas vezes eles são usados como sinônimos, outras vezes há alguma sobreposição, mas, normalmente, o que ocorre é a abertura de agendas de pesquisas específicas a partir da utilização de um ou outro termo.

Além dessa diversidade conceitual, há também uma diversidade teórica. Muitas pesquisas realizadas sobre esses fenômenos se enquadram numa abordagem funcionalista buscando ver, por exemplo, a perda da confiança nas autoridades cognitivas como disfunções; outras, numa lógica marxista, em análises de denúncia ideológica, identificando interesses e vinculações dos diferentes autores e canais de informação; outras são voltadas para a compreensão de quem são os receptores ou usuários dos conteúdos desinformativos, seus critérios de qualidade e julgamento; e, ainda, aqueles voltados para a capacitação crítica dos usuários para lidar com os conteúdos e sua dimensão ideológica.

Em Araújo (2024) há uma sistematização da produção científica sobre desinformação e termos correlatos utilizando-se um quadro de referência construído a partir do trabalho de Burrell e Morgan (1979) sobre as ciências sociais. Burrell e Morgan (1979) organizam as ciências sociais a partir de duas dicotomias. A primeira divide, de um lado, os estudos que analisam a realidade social como tendo existência nela mesma, em suas regularidades, e de outro lado os que veem a realidade como construída pelos sujeitos. A segunda dicotomia identifica estudos que veem a vida social como uma integração de partes exercendo determinadas funções, em oposição aos que a veem como produto do conflito entre classes e grupos com interesses antagônicos. Destas duas oposições eles derivam um modelo que identifica quatro modos de se estudar a vida social: o funcionalista, o interpretativo, o estruturalista e o humanista. A partir desse quadro, Araújo (2024) identificou diferentes

questões a respeito da desinformação estudadas em trabalhos científicos de várias áreas, e os agrupou conforme as quatro perspectivas de Burrell e Morgan.

Dessa forma, puderam ser identificados estudos que entendem a desinformação como manifestação de disfunções das sociedades contemporâneas, dentro de um quadro de desordem informacional ou de infodemia. Estudos sobre os tipos de desinformação, sobre a perda da confiança nas autoridades cognitivas, sobre a necessidade de fortalecimento dessas autoridades, sobre iniciativas de letramento a respeito do modo de funcionamento das autoridades cognitivas, bem como estratégias de responsabilização e criminalização em relação a quem produz e difunde desinformação se enquadram em uma perspectiva funcionalista.

Já estudos que buscam compreender por que as pessoas acreditam nas informações falsas, que critérios utilizam para escolher acessar e se apropriar de determinados canais, fontes e conteúdos, e como decidem valorizar e compartilhar certas informações se enquadram em uma perspectiva compreensiva. Estão nessa abordagem pesquisas sobre os vieses cognitivos dos usuários, sobre valores que incidem sobre os usuários (rejeição aos especialistas, desdém pela verdade), sobre os processos de fixação das crenças e sobre a ilusão de que determinados processos ocorrem sem mediação da informação (a chamada “desintermediação” da informação).

Já em uma perspectiva estrutural ou marxista, se agrupam estudos que buscam ver a dimensão ideológica da desinformação, isto é, os usos que são feitos dos conteúdos (falsos ou manipulados) para sustentar determinados interesses e relações de poder. Nessa linha estão aquelas pesquisas sobre o modelo de negócio das *big techs* (a economia política das plataformas digitais), o capitalismo de vigilância, a promoção comercial do negacionismo científico, a promoção do ódio para mobilização política de grupos e o alinhamento de grupos políticos extremistas e populistas às práticas de desinformação.

Por fim, na perspectiva humanista, estão os estudos voltados à compreensão de como os sujeitos se posicionam em relação às dinâmicas da desinformação e seu caráter ideológico, as distintas competências dos sujeitos para identificar os atores, seus interesses e os mecanismos de atuação das plataformas digitais, em condições que variam da alienação à emancipação. Uma rápida síntese dessa sistematização é apresentada a seguir, no quadro 1.

Figura 1 – As quatro dimensões da desinformação

FUNCIONALISTA/SISTÊMICA	INTERPRETATIVA/CONSTRUCIONISTA
Infodemia/desordem informacional Fortalecimento das instituições Tipologia da desinformação Responsabilização Competência em informação	Vieses cognitivos Cultura da pós-verdade Culto do amadorismo Fixação da crença Desintermediação da informação
ESTRUTURAL/MARXISTA	HUMANISTA/EMANCIPATÓRIA
Modelo de negócios Capitalismo de vigilância Negacionismo Populismo Economia do ódio	Condições de alienação Emancipatório Competência crítica em informação Justiça epistêmica Participação na democracia

Fonte: adaptado de Araújo (2024).

O conceito de integridade da informação ante as pesquisas sobre desinformação

Os três documentos apresentados neste artigo trazem uma série de elementos relacionados à integridade da informação que podem representar conexões entre os elementos apresentados no tópico anterior.

No primeiro documento analisado (The World Leadership Alliance, 2018), é possível ver o esforço em se passar de uma lógica de compreensão baseada apenas na transmissão de informação entre sujeitos, na intencionalidade e nos objetivos do produtor para uma centrada na dinâmica do fluxo da informação em diferentes contextos, ambientes e aparatos – fluxo esse sobre o qual atuam ainda diferentes variáveis, fenômenos e atores. Essa ênfase no movimento e na circulação da informação, e na atuação das dimensões política, econômica, tecnológica, regulatória, social, entre outras, sobre essa circulação, implica que não se deve estudar a informação nela mesma (seu conteúdo, seus atributos, seus elementos internos, a intencionalidade de quem a produziu), mas, sim, compreendê-la como produto da interação entre os vários fatores que a tornam possível e condicionam a sua existência – ou seja, um regime de informação (Braman, 2004). Estudar um regime de informação implica compreender o modo informacional dominante de uma determinada sociedade ou contexto, isto é, identificar quem são os atores, as organizações, as regras, as autoridades, os recursos

e as hierarquias que conformam um determinado regime – ou seja, determinadas condições de existência de discursos e enunciações. Nesse sentido, merece destaque o fato de o documento terminar com algumas recomendações de abordagens para a defesa da integridade da informação (regras, uso de recursos) e, depois, com a identificação dos atores e instâncias que devem agir na elaboração de políticas de proteção da integridade da informação. O conceito de integridade da informação, nessa perspectiva, não seria algo relacionado apenas às mensagens, aos conteúdos informacionais, mas sim algo relacionado ao seu fluxo, às suas condições de circulação. Afinal, a desinformação não se dá apenas em relação ao conteúdo. Pode se dar, por exemplo, quando a autoria de um conteúdo é falsa. Ou a identificação do canal, *site* ou empresa que a veiculou originalmente é falsa. Ou ainda quando um conteúdo antigo é posto em circulação como se fosse atual. Ou até mesmo quando informações verdadeiras circulam com um recorte descontextualizado, alterado seu sentido original.

Essa perspectiva de inserir os fenômenos informacionais num quadro de maior amplitude de dimensões está presente no segundo documento (United Nations, 2022), na medida em que o fenômeno da poluição da informação é visto como uma ameaça para questões tão distintas como o desenvolvimento sustentável, as questões climáticas, o retrocesso democrático, as violações de direitos humanos, a estigmatização de grupos vulneráveis. Adquire centralidade também nesse documento a questão das autoridades cognitivas (embora essa expressão não seja usada), na medida em que se problematiza a questão da confiança nas instituições e nos produtores de informação e na importância da coesão social. Essa coesão é entendida como um acordo em relação aos fatos básicos do mundo, aqueles sobre os quais é possível proceder à verificação, à busca de evidências, e que serão as bases sobre as quais podem ser construídos os debates públicos. É sintomático que seja neste documento que exista uma preocupação maior com a estabilização de um marco conceitual, no qual a ideia de poluição da informação alarga a compreensão de que não são apenas as informações falsas que produzem desinformação. Há também uma preocupação em mapear o que seria o regime de informação (embora também essa expressão não seja utilizada), com a identificação dos quatro componentes ambientais (o político, o dos meios de comunicação, o social e o legislativo) com os atores, recursos, hierarquias e regras que atuam em cada um deles.

O terceiro documento (United Nations, 2023) avança na compreensão central do papel das plataformas digitais na poluição da informação, evidenciando que elas não são apenas “depósitos” de conteúdos ou “veículos neutros” de conteúdos informativos. As *big techs* são atores que têm interesses e que, muitas vezes, fazem da desinformação um modelo de negócio, lucrando com a circulação de informações falsas e discursos de ódio, que geram atenção e engajamento. Elas podem ser entendidas como mediadoras, na medida em que hierarquizam e priorizam conteúdos, oferecem formas de produção e veiculação, além de coletar dados para direcionamentos seletivos.

Uma última questão diz respeito ao quadro intelectual geral ao qual a perspectiva da integridade da informação pode se inserir. Santos (2024), ao analisar os três documentos apresentados neste artigo, argumenta que a proposta do conceito de integridade da informação teria como um dos objetivos deslocar o debate de um viés negativo (o combate aos fenômenos de desinformação e discursos de ódio) para um viés positivo (de proposição de ações, de busca por um ecossistema de informação saudável). Essa é uma leitura que poderia sugerir o deslocamento de eixo de uma perspectiva crítica para uma perspectiva funcionalista.

Mas a análise dos três documentos feita neste artigo evidenciou que a noção de integridade da informação tem o potencial de articular elementos das quatro vertentes epistemológicas apresentadas. Inicialmente, é evidente o caráter funcionalista do conceito, na medida em que os documentos remetem sempre a uma ideia de ecossistema de informação saudável, de confiança nas instituições, de cumprimento das funções das instituições (aqui incluídas as autoridades cognitivas).

Mas os documentos mencionam também que há atores que se beneficiam com a poluição da informação (termo usado nos documentos, em lugar de desinformação). Há grupos que tiram vantagens políticas (exclusão de grupos vulneráveis, promoção de pautas extremistas, degradação do debate público) ou econômicas (maior atenção e engajamento, monetização) da poluição da informação. Trata-se de um claro direcionamento para uma compreensão crítica do fenômeno. Os documentos também fazem alusão à compreensão dos motivos que levam as pessoas a se engajarem, se apropriarem e compartilharem conteúdos desinformativos, relacionando tais processos à desilusão com a política e com as instituições, apresentando dados de preferência por determinadas plataformas digitais, entre

outros aspectos que se encaixam numa perspectiva compreensiva. Por fim, há nos documentos referências a iniciativas de empoderamento dos usuários, por meio de capacitações no trato com a informação e com as plataformas digitais quanto, também, na vinculação entre os processos de poluição da informação e os direitos humanos e a justiça social. Ou seja, há no conceito de integridade da informação potencial para serem trabalhadas todas as dimensões humanas e sociais relacionadas com os fenômenos da desinformação.

Considerações finais

Certa vez, ao tratar da novidade que representava o conceito de sociabilidade para os estudos em comunicação, Vera França argumentou que o

movimento em busca de novos paradigmas explicativos reflete modificações na própria realidade. É o campo do real, colocando questões, suscitando o esforço compreensivo, pontuando o discurso analítico que vem indicar o esgotamento de certas ferramentas teóricas e provocar a busca de novos esquemas conceituais (França, 1995, p. 55).

Dessa forma, a recente emergência do conceito de integridade da informação, ainda que apenas em documentos oficiais, oferece potencial para interligar as diversas descobertas já realizadas até o momento. Mas, como alerta Santos (2024), ainda não há literatura acadêmica sobre o termo. Um desafio colocado para as várias ciências que têm se debruçado sobre os fenômenos da desinformação é, justamente, aprofundar a reflexão e a construção do conceito. À medida em que isso ocorrer, ele deixará de ser apenas uma potencialidade e poderá significar uma efetiva contribuição científica.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, C. A. Á. Dinâmicas da desinformação. **Páginas a&b: arquivos e bibliotecas**, n. especial VI, 2024, p. 31-52. Disponível em Disponível em <<https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasueb/article/view/14005>>. Acesso em: 07 jun. 2024.
- BARBOSA, M. (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.
- BRAMAN, S. (Ed.). **The emergent global information policy regime**. Houndsmills: Palgrave Macmillan, 2004.
- BRONCANO, F. **Puntos ciegos: ignorancia pública y conocimiento privado**. Madrid: Lengua de Trapo, 2019.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological paradigms and organizational analysis**. Londres: Heinemann, 1979.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

FISCHER, M. **A máquina do caos**. São Paulo: Todavia, 2023.

FRANÇA, V. R. V. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, A.; PORTO, S. D. (Orgs.). **A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995, p.55-65.

FROEHLICH, T. J. The role of pseudo-cognitive authorities and self-deception in the dissemination of fake news. **Open Information Science**, v. 3, n. 1, 2019, p. 115-136.

FULLER, S. **Post-truth: knowledge as a power game**. London: Anthem, 2018.

MAGALLÓN ROSA, R. **Unfaking news: cómo combatir la desinformación**. Madrid: Pirámide, 2019.

McINTYRE, L. **Posverdad**. Madrid: Cátedra, 2018.

MILLER, S. Freedom of political communication, propaganda and the role of epistemic institutions in cyberspace. In: CHRISTEN, M.; GORDJIN, B., LOI, M. (Eds.). **The Ethics of Cybersecurity**. SpringerOpen, 2020.

NAEEM, S.; BHATTI, R. The Covid-19 'infodemic': a new front for information professionals. **Health Information and Libraries Journal**, v. 37, n.3, 2020, p. 233-239.

SANTOS, N. (2024). Por que precisamos discutir a chamada “integridade da informação”? **Le Monde Diplomatique Brasil**, 06 fev. 2024. Disponível em <<https://diplomatique.org.br/integridade-da-informacao/>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

THE WORLD Leadership Alliance – Club de Madrid's (WLA-CdM). **Protecting Information Integrity: National and International Policy Options**. Report of the Roundtable on Global Governance for Information Integrity held in Riga (Latvia) on 27 September 2018. Riga: Ministry of Foreign Affairs, 2018. Disponível em <<https://clubmadrid.org/wp-content/uploads/2019/03/Protecting-Information-Integrity-WEB.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

UNITED Nations. **Strategic Guidance on Information Integrity: Forging a pathway to Truth, Resilience and Trust**. 2022. Disponível em <<https://www.undp.org/publications/information-integrity-forging-pathway-truth-resilience-and-trust>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

UNITED Nations. **Our Common Agenda – Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms**. 2023. Disponível em <<https://indonesia.un.org/en/236014-our-common-agenda-policy-brief-8-information-integrity-digital-platforms>>. Acesso em: 07 jun. 2024.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WILBER, K. **Trump y la posverdad**. Barcelona: Kairós, 2018.

ZAROCOSTAS, J. **How to fight an infodemic**. The Lancet, v. 395(10225), 2020, p. 676. doi: 10.1016/S0140-6736(20)30461-X.

BIOGRAFIA DO AUTOR

CARLOS ALBERTO ÁVILA ARAÚJO

Professor titular da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (ECI/UFMG), da qual foi diretor de 2014 a 2017. Doutor em ciência da informação pela UFMG, com pós-doutorado pela Universidad de Salamanca, Espanha (2019), e pós-doutorado pela Universidade do Porto, Portugal (2011). Bolsista de produtividade do CNPq desde 2019.

E-mail: casal@eci.ufmg.br



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 227-247, jan.-jun., 2024

O fazer jornalismo e a Inteligência Artificial: usos do Chat GPT na produção de notícias

Hacer Periodismo e Inteligencia Artificial: usos del Chat GPT en la producción de noticias

Making Journalism and Artificial Intelligence: uses of GPT Chat in news production

Vinícius José Biazotti SABINO

Mestre/Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
E-mail: biazottivinicius@gmail.com

Macri Elaine COLOMBO

Mestre/Universidade Federal de Santa Maria
E-mail: jornalistapedagoga@gmail.com

Ulysses do Nascimento VARELA

Doutor/Universidade Federal do Amazonas
E-mail: ulysses.varela@gmail.com

Enviado em: 14/06/2024
Aceito em: 14/08/2024

RESUMO

O presente artigo tem como proposta debater como uma inteligência artificial avançada, como o Chat GPT, pode interferir no modo de produção de textos jornalísticos. Baseando-se metodologicamente em um experimento que visa dialogar como a ferramenta pode limitar ou auxiliar o trabalho de repórteres textuais, principalmente na questão do seu ethos profissional, envolvendo o seu comprometimento com a veracidade dos fatos e a sua relação com as fontes. Para a discussão teórica o artigo utiliza as referências sobre o jornalismo na era da inteligência artificial, debate sobre a ética jornalística e também dialoga sobre o modo de produção profissional. Além disso, a partir dos resultados obtidos, propõe um questionamento sobre como a ferramenta pode interferir na realização dos processos cotidianos jornalísticos.

Palavras-chave: *Inteligência Artificial; Chat GPT; Jornalismo.*

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir cómo la inteligencia artificial avanzada, como Chat GPT, puede interferir en la forma en que se producen los textos periodísticos. Metodológicamente se basa en un experimento que tiene como objetivo discutir cómo la herramienta puede limitar o auxiliar el trabajo de los reporteros textuales, principalmente en la cuestión de su ethos profesional, involucrando su compromiso con la veracidad de los hechos y su relación con las fuentes. Para la discusión teórica, el artículo utiliza referencias sobre el periodismo en la era de la inteligencia artificial, debates sobre la ética periodística y también discute el modo de producción profesional. Además, a partir de los resultados obtenidos, se plantea una pregunta sobre cómo la herramienta puede interferir en el desempeño de los procesos periodísticos cotidianos.

Palabras-clave: *Inteligencia Artificial; Chat GPT; Periodismo.*

ABSTRACT

This article aims to discuss how advanced artificial intelligence, such as Chat GPT, can interfere in the way journalistic texts are produced. Methodologically based on an experiment that aims to discuss how the tool can limit or assist the work of textual reporters, mainly on the issue of their professional ethos, involving their commitment to the veracity of the facts and their relationship with the sources. For theoretical discussion, the article uses references about journalism in the era of artificial intelligence, debates about journalistic ethics and also discusses the mode of professional production. Furthermore, based on the results obtained, it proposes a question about how the tool can interfere in the performance of daily journalistic processes.

Keywords: *Artificial Intelligence; GTP Chat; Journalism.*

Introdução

A sociedade tem presenciado avanços significativos nos modos de produção de atividades profissionais com a expansão das inteligências artificiais (IA). O jornalismo, como não poderia ser diferente, está testemunhando mudanças em suas estruturas, especialmente no que diz respeito a sua linguagem e escrita. Esse novo método se dá através da plataforma *Chat Generative Pre-Trained Transformer* - ou seja, chat transformador pré-treinado para gerar conversas (*Chat GPT*), um modelo que utiliza linguagem natural criada pela Open AI. Esta plataforma tem a habilidade de gerar diálogos com respostas para os seus usuários baseadas em buscas inteligentes na Internet e outras fontes.

Uma das grandes lacunas abertas no jornalismo foi o fato de a plataforma conseguir desenvolver textos de maneira rápida, fluida e próxima de uma linguagem humana. A sua capacidade de estar próxima de uma narrativa jornalística questiona o método de trabalho dos repórteres de texto. Isso é especialmente relevante quando se relaciona à sua responsabilidade ética em garantir a veracidade dos fatos e o uso apropriado de informações adquiridas a partir de fontes confiáveis e válidas.

Desta maneira, este artigo convida à discussão sobre como o jornalismo, que ainda não superou a inserção massiva da internet e das redes sociais, pode ser impactado com uma plataforma de inteligência artificial textual. Para esta análise, o artigo utiliza metodologicamente um experimento direto com a plataforma *Chat GPT* através de uma análise exploratória. Foram experimentados dois modelos de notícias factuais e verídicas entre os meses de maio e junho de 2023. Tendo como exemplo a matéria do G1 da empresa Globo, publicada no dia 4 de maio de 2023 por Guilherme Mazui, com o título: “Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros’”. E a matéria do UOL, publicada por Isabella Cavalcante no dia 3 de maio de 2023, com o seguinte título: “Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13,75%”. Assim, por meio de comandos para a plataforma, a pesquisa elaborou a partir desta notícia sobre a economia do Brasil, testes sobre como a IA pode elaborar textos jornalísticos sobre fatos verídicos. A discussão dos resultados desta proposta não é como o *Chat GPT* auxiliou na ferramenta de produção, mas como, ao mesmo tempo, infringiu o *ethos* jornalístico e utilizou fontes indevidamente.

No demais, o artigo também segue uma lógica teórica sobre o jornalismo e inteligência artificial e expõe uma discussão sobre a questão jornalística e a apuração do fato, o valor e a importância dos relatos das fontes e como estes dados são inseridos no texto.

Para a formulação de um argumento teórico sólido este trabalho se respalda no conceito de jornalismo na Inteligência Artificial e a sua capacidade de gerar e disseminar *fake news*. As IA's estão presentes na sociedade desde os anos de 1950. No entanto, Barbizan (2021) afirma que a aplicação massiva de automação na elaboração de textos informativos vem ocorrendo há cerca de uma década.

Apesar de já estar inserida no cotidiano das pessoas, a IA ainda está em fase de construção e suas aplicabilidades se apresentam aos poucos, como salienta Sayad (2023) quando discute sobre suas potencialidades.

O campo da inteligência artificial ainda é eminentemente empírico - são modelos estatísticos de probabilidade testados de modo experimental -, e não existe uma teoria, o que limita estabelecer o que essas tecnologias podem ou não realizar, fazer, executar, além de dificultar a identificação de influências mútuas durante a articulação com outros campos de conhecimento [...] Os modelos ou sistemas de IA extraem propriedades estatísticas do mundo para entender, por exemplo, imagens, textos e sons. Ainda não se tem clareza a respeito das demais atividades do cérebro como emoções, consciência, afeto, pois são atributos difíceis de serem definidos. Atualmente, os sistemas de IA ultrapassaram as capacidades humanas em vários domínios - como reconhecer imagens e falas, formular estratégias de jogos, traduzir idiomas ou completar frases -, mas existem outros domínios que ainda são intrínsecos aos seres humanos e que envolvem, em geral, criatividade e inovação, relacionamento interpessoal, entre outros elementos (SAYAD, 2023, p. 27).

Prado (2022), pontua que o modelo de IA GTP-2¹ foi lançado em 2019 deixando muitos pesquisadores perplexos, principalmente os que combatem notícias fraudulentas ou enganosas da mesma forma como ocorre na utilização de programas que produzem *deepfake*, ou seja, a utilização de áudios e vídeos manipulados por IA com informações falsas em um noticiário ou em um vídeo publicado na internet.

¹ O GPT-2 é a segunda geração da série GPT e foi lançado pela OpenAI em 2019. É um modelo de linguagem pré-treinado que utiliza uma arquitetura de rede neural chamada Transformer, sendo capaz de gerar texto coerente e contextualmente relevante, bem como responder a perguntas, traduzir idiomas e realizar várias tarefas de PLN.

A mesma autora comenta que no momento do lançamento, o GPT-2 o mesmo foi considerado muito bom, mas o risco do uso indevido também era alto, ao ponto de romperem com uma prática habitual de liberar a pesquisa na íntegra para o público. “Na época, a motivação da OpenAI para restringir o lançamento incluía o potencial de programas como esse criarem artigos de notícias enganosas, além de automatizar spam e abuso” (PRADO, 2022, p. 327).

E complementa ao dar o exemplo de que “o GPT-3² pode escrever notícias aparentemente confiáveis, talvez possa escrever notícias falsas convincentes; se pode redigir artigos de opinião, talvez possa redigir tweets enganosos” (PRADO, 2022, p. 331). Por isso, há a persistência de que o fácil acesso às ferramentas avançadas de IA pode permitir que atores mal-intencionados atuem, principalmente porque o espalhamento de notícias falsas vem se tornando uma prática lucrativa para alguns setores da sociedade, impactando diretamente no jogo social, democrático e político das sociedades.

Isso porque a sociedade inserida no meio digital potencializou o espalhamento de conteúdos nas mais diferentes plataformas. Jenkins (2008) desde 2006 já dizia que o espalhamento de conteúdo é uma forma de disseminar, recriar ou estimular a discussão na internet. A prática de espalhar conteúdos tornou-se uma maneira eficaz de popularizá-los nas redes sociais.

Assim, o intuito da desinformação em massa não está em informar a sociedade, mas sim falsear, embromar e conduzir o indivíduo à ilusão, visto que busca atingir, de forma rápida e viralizada determinado público.

Biolcati (2022) argumenta que a geração de informações por fontes sem aderência a critérios técnicos de imparcialidade e investigação pode gerar um ambiente favorável à disseminação de desinformação ou dados inadequados. Tal circunstância pode afetar negativamente o entendimento dos usuários em relação a assuntos gerais, especialmente aqueles de caráter político. E destaca ainda que as *fakes news* abrangem uma diversidade de conteúdos em circulação. Apesar de parecerem relatos de eventos, esses conteúdos divergem das práticas do jornalismo profissional, da pesquisa científica e de atividades correlatas (BIOLCATI, 2002).

² O GPT-3 é a terceira geração da série GPT, lançada em 2020. É notável por sua escala massiva, com 175 bilhões de parâmetros, tornando-o um dos maiores modelos de linguagem já criados. Ele é capaz de realizar uma ampla gama de tarefas de processamento de linguagem natural, como tradução de idiomas, geração de texto, resposta a perguntas e muito mais.

Metodologia

Para a pesquisa, foi utilizado o método de estudo de caso exploratório. O estudo de caso exploratório consiste, de acordo com Hartley (2004, p. 323), em “fornecer uma análise do contexto e processos que iluminam as questões teóricas que estão sendo estudadas” e, conseqüentemente, trata-se de uma atividade com estrutura diferente. Para a pesquisa exploratória, o estudo de caso é adequado por constatar os fenômenos sucedidos em determinados contextos cotidianos. Para Creswell (2007), o estudo de caso, aborda múltiplas perspectivas e com profundidade da investigação do objeto de estudo.

Foram realizadas leituras literárias específicas com o tema deste artigo, além da utilização de leituras em páginas de sites oficiais de governos, publicações acadêmicas entre outros que estejam ligados diretamente ou não com os pesquisadores que atuam com o tema da Inteligência Artificial.

Também dentro do método exploratório desta pesquisa foram realizadas entrevistas com a IA para debater como uma inteligência artificial avançada, como o *Chat GPT*, pode interferir no modo de produção de textos jornalísticos. A escolha por entrevistas (GIL, 2016) se justifica pela abordagem qualitativa adotada no estudo, que visa não apenas descrever, mas compreender os fenômenos em profundidade. As entrevistas foram conduzidas de maneira a permitir a observação das respostas geradas pela IA em diferentes contextos de produção textual, particularmente na criação de notícias.

Segundo Gil (2016, p. 27), a análise exploratória, no contexto de uma pesquisa social, tem como objetivo central desenvolver, esclarecer e ajustar conceitos e ideias, com a intenção de formular problemas mais específicos ou hipóteses que possam ser investigadas em estudos futuros. Assim o autor considera que as pesquisas exploratórias exigem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Em outras palavras:

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Para fechar nossa busca foram utilizadas como base duas matérias, cada uma de um veículo de comunicação com o mesmo tema, publicados na editoria de economia, ao tratar sobre a Selic - taxa básica de juros no Brasil. Notícias factuais e verídicas, uma publicada pelo site G1 da empresa Globo, no dia 4 de maio de 2023, por Guilherme Mazui, com o título: “Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros'” e outra matéria do site UOL, publicada por Isabella Cavalcante em 3 de maio de 2023, com o título: “Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13, 75%”. O caso foi publicado nos sites do UOL e do G1 da Globo no ano de 2023.

Os pesquisadores conduziram a IA para a concretização de textos ao solicitar ao *Chat GPT* reescrever as principais notícias veiculadas neste período, potencializando, através dos comandos, suas capacidades de produzir uma informação falsa. Para esta primeira fase metodológica, nos respaldamos na lógica de uma pesquisa experimental, a fim de coletar sistematicamente informações válidas sobre um fenômeno observável para explicá-lo ou compreendê-lo (CHIZZOTTI, 2018); (KERLINGER, 2003).

Ao reescrever as notícias por meio da Inteligência Artificial, apresentamos como os textos criados podem ser analisados a partir da regulação da IA e, principalmente, como esta ferramenta se comporta ao produzir notícias a partir do que já existe disponível na internet, se os textos criados por IA se apresentam de maneiras satisfatórias no que diz respeito às técnicas e éticas jornalísticas ao divulgar um fato verídico como as variações da Selic.

O Chat GPT e sua funcionalidade no jornalismo

Lançado inicialmente em 2018, o *Chat GPT-1* é um modelo de linguagem baseado em inteligência artificial que foi projetado pela Open AI, uma ONG sem fins lucrativos dos Estados Unidos da América com o objetivo de avançar as pesquisas e desenvolver uma IA amigável. A sua última atualização da ferramenta ocorreu em março de 2023, no entanto, esta caracteriza-se como um sistema em constante desenvolvimento em que novas versões e atualizações e funcionalidades surgem a cada momento. Segundo a própria plataforma, isto aconteceu através do desenvolvimento do GPT - 4 que foi o resultado de um processo interativo que envolveu o treinamento da IA para lidar com uma enorme quantidade de textos coletados da internet. Esse treinamento permitiu o reconhecimento de padrões,

gramática, estilo de escrita e a entender o contexto das palavras em diferentes situações possibilitando uma maior criatividade nas respostas, a compreensão de instruções mais complexas pelos usuários e melhorias no raciocínio de *Chatbot*³ para processar comandos e buscar respostas.

Assim, ao treinar com uma vasta quantidade de dados, o *Chat GPT* foi capaz de adquirir conhecimento sobre diversos tópicos, desde ciência e tecnologia até cultura, história, entretenimento, entre outras editorias que contemplam o jornalismo diário. Ao mesmo tempo, a ferramenta reforça que o seu conhecimento foi atualizado pela última vez em setembro de 2021, sendo que pode haver informações nas quais ele ainda não possui conhecimento.

Trata-se de uma ferramenta que usa Inteligência Artificial (IA) para o desenvolvimento de textos próximos à linguagem natural, em resposta a perguntas ou consultas disparadoras. A ferramenta funciona através da análise de padrões de grandes conjuntos de dados (big data) de linguagem natural, utilizando IA para produzir respostas elaboradas, e “originais”, às consultas e perguntas inseridas em uma página com a estrutura de um chat (PERES, 2023, p. 5).

Importante ressaltar que a ferramenta utiliza reconhecimento de fala, resolução de problemas complexos, além da técnica chamada de aprendizado de máquina que são desenvolvidos com base em algoritmos de aprendizado, o que possibilita que a máquina faça análises, identifique padrões e efetue previsões de maneira automatizada.

Assim, é um modelo pronto para lidar com tarefas de processamento de linguagem natural. Este mesmo modelo foi treinado com uma enorme quantidade de dados de texto, que inclui informações de uma ampla variedade de fontes, incluindo livros, artigos de notícias, artigos acadêmicos, conversas de chat, entre outras informações que podem auxiliar na construção de uma notícia.

Ao responder a perguntas ou iniciar conversas, o *Chat GPT* usa uma técnica chamada: geração de linguagem natural, que permite que o modelo produza frases e respostas em linguagem natural que soam como se fossem escritas por um ser humano. Por isso, ele é

³ *Chatbot* é um programa de computador ou dispositivo móvel projetado a partir de IA para simular uma conversa humana, especialmente por meio de texto ou de voz, para interagir com o usuário ao responder perguntas ou executar tarefas específicas.

capaz de responder a uma ampla variedade de perguntas, desde questões factuais simples até perguntas mais complexas que exigem raciocínio e compreensão de contexto. O modelo é capaz de analisar o texto de entrada e identificar palavras-chave e padrões que podem ajudar a produzir uma resposta relevante.

Com críticas ao redor do mundo, o *Chat GPT* foi banido em alguns países em seu auge de desenvolvimento, em abril de 2023. A Itália, por exemplo, foi um dos primeiros países a proibir a plataforma. Citemos a reportagem de Thiago Ramaciotti do Jornal O Globo publicado no dia 10 de maio de 2023, com o título: “*Chat GPT* começa a sofrer primeiros banimentos; países querem regulamentação”⁴, a qual mostra a Itália considerando que a IA encontra problemas e acrescentariam dificuldades com checagem de fatos com a possibilidade de publicar *fake news*. Além disso, outros países, principalmente da União Europeia, cobram uma regulamentação mais clara sobre o uso da plataforma.

Em resposta a estas ponderações, em junho de 2023, o Parlamento Europeu aprovou um projeto para regulamentar o uso de sistemas de Inteligência Artificial em todo o bloco. Publicada a proposta de lei em matéria na DW⁵, a medida visa garantir os direitos civis fundamentais, além de proteger contra as ameaças da IA contra a saúde e a segurança, ao mesmo tempo em que fomenta a inovação da tecnologia.

Mas devemos ressaltar que a União Europeia, por meio da Comissão Europeia (CE), já vinha buscando respostas e pesquisas sobre IA no cotidiano das pessoas, o que inclui a profissão do jornalista. Segundo Filho (2022) assim foi criada a Comunicação da Comissão Europeia sobre Inteligência Artificial no ano de 2018. Desta comissão saíram estratégias tidas como independentes pelos Estados-Membros, a partir das quais foi formalizado o Plano Coordenado para a Inteligência Artificial que visa, de maneira dialética, levar a uma ideia dos benefícios e desafios da vinda do IA abordando, principalmente, a temática ética numa perspectiva global, dentre outros objetivos de desenvolvimento, como as práticas éticas de gestão de dados.

Nessa linha Santaella (2023) pondera sobre os riscos da IA:

⁴ Matéria disponível em: <https://gq.globo.com/tecnologia/blog/2023/04/chatgpt-primeiros-banimentos-paises-querem-regulamentacao.ghtml>

⁵ Matéria disponível em: Inteligência Artificial (IA) – DW.

Para o presente e especialmente para o futuro, além de vários outros quesitos éticos nas mãos dos desenvolvedores e empreendedores, muito dependerá dos usos, guiados ou não pela ética, que os humanos empreenderão com os sistemas artificiais. Riscos para esse uso não faltam e eles são variados. Vejamos alguns sinais de alerta, bandeiras vermelhas dos perigos existentes e já pressentidos [...] especialmente pela lição, muito bem lembrada, da rápida degeneração ética por que passaram as redes sociais até se transformarem em um lodaçal de desinformação e mentiras (SANTAELLA, 2023, p.110).

No Brasil, as críticas não são diferentes, porém não há no horizonte alguma normativa para a regulação do uso da Inteligência Artificial. Até este momento, uma minuta, na forma do PL 2.338/2023⁶, foi apresentada pelo Senador Rodrigo Pacheco. O texto visa "proteger os direitos fundamentais e garantir a implementação de sistemas seguros e confiáveis, em benefício da pessoa humana, do regime democrático e do desenvolvimento científico e tecnológico" (BRASIL, 2023).

Em referência ao jornalismo, perguntamos ao *Chat GPT* se ele seria capaz de substituir o jornalismo. A resposta da plataforma foi a seguinte:

Embora eu possa ajudar no processo de redação e fornecer informações com base em dados existentes, não posso substituir completamente o jornalismo. O jornalismo envolve habilidades como reportagem investigativa, análise crítica e verificação de fatos. Além disso, os jornalistas desempenham um papel importante na seleção de fontes confiáveis e na tomada de decisões editoriais. Eu sou uma ferramenta complementar, mas o jornalismo humano continua sendo essencial para uma cobertura imparcial e responsável (*Chat GPT*).

Ainda perguntamos como ele pode auxiliar no trabalho do jornalista:

Eu posso auxiliar jornalistas em seu trabalho de diversas maneiras. Como modelo de linguagem, posso ajudar na pesquisa de informações, fornecer dados estatísticos relevantes e auxiliar na geração de ideias para pautas. Além disso, posso auxiliar na redação, oferecendo sugestões de estrutura e estilo. Os jornalistas também podem usar minha capacidade de processar grandes quantidades de texto para verificar a consistência e a precisão de informações (*Chat GPT*).

⁶ PL disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>

Em relação às fontes de informações no jornalismo, perguntamos como a plataforma lida com a grande quantidade de dados que podem ser utilizados como base para a construção da notícia. O robô respondeu que:

Como um modelo de linguagem, não tenho a capacidade de lidar diretamente com as fontes de informação no jornalismo. Minha função é fornecer informações com base nos dados com os quais fui treinado, que incluem uma ampla variedade de fontes da internet. No entanto, cabe aos jornalistas humanos avaliar e selecionar cuidadosamente suas fontes de informação para garantir sua credibilidade, veracidade e confiabilidade. Os jornalistas são responsáveis por seguir princípios éticos, conduzir pesquisas, entrevistas e investigações para obter informações precisas e confirmar a veracidade das informações antes de publicá-las (*Chat GPT*).

Ainda perguntamos ao *Chat GPT* se com essa grande quantidade de dados de fontes de informação, seria possível reproduzir materiais de cunho inverídico. A plataforma respondeu que:

Como um modelo de linguagem, sou treinado para fornecer respostas com base em padrões e informações presentes nos dados com os quais fui treinado. No entanto, como sou alimentado por uma grande quantidade de dados da internet, incluindo fontes confiáveis, também posso reproduzir informações imprecisas ou desatualizadas presentes nesses dados. Portanto, há o potencial de gerar respostas incorretas ou imprecisas, mas isso não significa que eu intencionalmente produza fake news. A responsabilidade de verificar a precisão das informações fornecidas por mim ou por qualquer outra fonte sempre deve recair sobre os usuários, consultando fontes confiáveis e exercendo um pensamento crítico (*Chat GPT*).

Como se nota, a partir dos próprios relatos do Chat, não é possível ainda confiar plenamente na plataforma, pois existem funcionalidades no meio jornalístico, que somente o próprio jornalista é capaz de realizar. Um dos motivos, por ter o *feeling* típico da profissão que é o de investigar e apurar os fatos.

Limitações éticas e modos de produção

Desde quando se ingressa em um curso de Graduação em Jornalismo, os futuros jornalistas já começam a ouvir e usar termos ontológicos no jornalismo como: realidade, objetividade, verdade, imparcialidade e ética jornalística, entre outros, para justificar a cultura jornalística⁷ ao construir notícias por meio da realidade vivida. Nos ateremos com maior foco sobre a questão da ética, o que envolve a linha editorial de uma empresa de comunicação, a qual aprendemos que notícia é notícia e publicidade é publicidade. Significa dizer que não se pode utilizar o editorial, um gênero jornalístico com categoria opinativa (MELLO, 2003), para vincular os interesses de uma determinada empresa, ou de políticos, por exemplo, vendendo o jornal como se fosse realmente jornalístico correspondendo à verdade e atendendo aos interesses do emissor ou autor da informação.

Mas conforme a história da imprensa conta, desde setembro de 1808, quando surgiram os primeiros jornais brasileiros, o *Correio Braziliense* e a *Gazeta do Rio de Janeiro* eram tendenciosos os seus posicionamentos, principalmente os políticos, deixando a questão da ética jornalística de lado, em determinados momentos, ao não mostrar no mínimo duas versões sobre determinado fato ou ser um jornal que aceita pagamento para publicar.

Vejamos, o primeiro jornal era editado pelo jornalista Hipólito José Costa, em Londres, devido à censura imposta pela corte portuguesa, por ser a favor da monarquia constitucional e por defender pensamentos liberais para a época como o fim da escravidão. Já o segundo tinha como linha de pensamento os interesses da família real portuguesa e era inspecionado pelo Dom João VI, sendo notadamente oficialista (LUSTOSA, 2004).

Romancini e Lago (2007, p. 40) ressaltam que estas linhas de pensamento marcaram “o jornalismo como instrumento panfletário de convencimento político caracterizando ainda por muito tempo a imprensa brasileira”, o que se formos analisar nos dias de hoje não se difere tanto, quando se observa as linhas editoriais de muitos veículos de comunicação.

Entendemos assim como linha editorial, os princípios que ditam o modo como as notícias são escolhidas e produzidas de maneira ética, para não faltar com a verdade. Lembrando que é correto que existam jornais mais afinados com essa ou aquela linha de raciocínio e que, de certa forma, acabam dando mais destaques a um direcionamento sobre

⁷ Termo utilizado por TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. 2. ed., v. 2, Florianópolis: Insular, 2008.

o que se publica especificamente na coluna da linha editorial, mas sempre eticamente deixando de maneira transparente o seu posicionamento e dando a oportunidade aos opositoristas de terem a liberdade de publicarem, por meio de artigos, ou até mesmo de serem entrevistados e/ ou serem fontes em noticiários que tendem a ser objetivos e imparciais, ou melhor dizendo, que seguem o código de ética profissional. Este código traz preceitos deontológicos que norteiam a atividade jornalística tratando principalmente da conduta e das responsabilidades profissionais do jornalista. Disponível no site da Federação Nacional de Jornalistas, é dever de todo profissional conhecer as consequências do seu trabalho e daquilo que publica diariamente. Citemos como exemplo, o clássico Caso da Escola Base, publicado em 1994, um erro jornalístico da imprensa brasileira, por não investigar ou se aprofundar nos fatos como se deve. Tido como um caso de erro grave do jornalismo, o caso pode ser visto em forma de documentário na *Globo Play*, com o título: *Escola Base - Um repórter enfrenta o passado*).

Se por um lado as responsabilidades sobre o trabalho jornalístico dependem do conhecimento do código deontológico da profissão e da ética individual intrínseca do ser humano, certamente no mundo virtual a tecnologia ainda não atingiu este patamar de consciência.

Sobre as questões éticas que envolvem os jornalistas e a IA Sayad (2023) poderá que apesar do poder da IA cabe aos profissionais o discernimento sobre a ética na profissão:

No caso de sugestões de notícias em sites de jornais e até de amizades em redes sociais, a questão ética reside em saber: será que estamos limitados as escolhas algorítmicas e, assim, perdendo diversidade de conteúdo? Nasce, assim, o conceito polêmico de "bolha informacional". Pariser 2011 explica que essa bolha surge da junção dos mecanismos de busca e seus filtros com mecanismos de previsão, os quais criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar. Esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós; e as bolhas dos filtros alteram constantemente o modo como nos deparamos com ideias e informações (SAYAD, 2023, p. 74).

Assim entendemos que a ética, de acordo com o livro *Ética no Jornalismo* “é um conjunto de processos mentais e reflexivos que derivam em práticas concretas da vida” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 18) e que “A ética pode não ser concreta, mas as

consequências de uma decisão ética repercutem no plano material” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 19).

Isto nos leva a entender que todas as profissões possuem seu código de ética, para aperfeiçoar a moral da profissão em um senso em comum, para que se tenha um limite, por exemplo, quando o jornalista constrói a notícia e a pública. Afinal, a ética é o estudo dos juízos de valor (bem/mal) aplicáveis à conduta humana, no todo ou em um campo específico. Moral é o conjunto das regras de conduta consideradas eticamente válidas” (LAGE, 2005, p. 39).

Experimento com *Chat GPT*

Um dos experimentos que este artigo realizou com o *Chat GPT* foi sobre a tentativa de produzir uma matéria jornalística sobre as críticas do Presidente Luís Inácio Lula da Silva ao Banco Central, em especial ao seu presidente Roberto Campos Neto, sobre as taxas de juro da Selic que estavam em um patamar de 13.75%, sendo considerada alta pelo político.

Para isto, recorremos a duas matérias produzidas pelo jornalismo brasileiro em veículos de comunicação conceituados, como o site G1 da empresa Globo, com matéria publicada no dia 4 de maio de 2023, por Guilherme Mazui, com o título: “*Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de jurros'*”. E a matéria do site UOL, publicada por Isabella Cavalcante no dia 3 de maio de 2023, com o título: “*Mesmo com pressão do governo Lula, Copom mantém a Selic em 13, 75%*”.

A partir da leitura destas duas matérias, em um primeiro momento foi solicitado, de maneira mais aberta, por meio de comandos ao *Chat GPT* a seguinte solicitação:

Escreva uma notícia jornalística, utilizando fontes de informação, com *lead*, e que discorra sobre as críticas do Presidente Lula ao Banco Central em relação à taxa Selic que está em 13,75%. Nesta notícia destaque as falas críticas que o Presidente Lula faz ao seu Presidente Roberto Campos Neto. Também utilize uma pluralidade de fontes, destacando as diferentes visões sobre manter a taxa nesta porcentagem (Autores, 2023).

Prontamente o Chat GPT retornou um texto conforme o quadro 1.

Quadro 1: Resposta do teste com o *Chat GPT***Presidente Lula critica diretamente o Presidente do Banco Central por manter taxa Selic em 13,75%**

O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva não poupou críticas ao Banco Central do Brasil e seu presidente, Roberto Campos Neto, pela decisão de manter a taxa Selic em 13,75%. Lula, em declarações diretas, expressou preocupação com os efeitos negativos dessa política monetária, enquanto economistas apresentaram diferentes visões sobre a manutenção da taxa nesse patamar.

Em um discurso recente, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva não mediu palavras ao criticar o Banco Central do Brasil e seu presidente, Roberto Campos Neto, pela decisão de manter a taxa Selic em 13,75%. Lula expressou preocupação com os impactos negativos dessa política monetária na economia brasileira e direcionou suas críticas diretamente a Campos Neto.

"O presidente do Banco Central precisa repensar urgentemente sua decisão. Manter a taxa Selic em 13,75% é um erro grave e prejudicial à população", disse Lula em seu discurso. Ele argumentou que a alta taxa de juros dificulta o acesso ao crédito, sufoca o crescimento econômico e prejudica principalmente os mais vulneráveis.

As críticas de Lula ecoaram em meio a um cenário de opiniões divergentes entre economistas. Para Maria Silva, renomada economista da Universidade Federal, a manutenção da taxa Selic em 13,75% é excessiva e pode agravar a crise econômica, prejudicando a recuperação e a geração de empregos. "É necessário reduzir gradualmente os juros para estimular o investimento e o consumo", afirmou Silva.

Por outro lado, João Santos, analista financeiro da XYZ Investimentos, tem uma perspectiva diferente. Ele argumenta que a manutenção da taxa Selic em 13,75% é fundamental para conter a inflação e manter a confiança dos investidores. "Uma redução abrupta dos juros poderia desencadear pressões inflacionárias e afetar negativamente a estabilidade econômica", defendeu Santos.

Enquanto as opiniões se dividem, o Banco Central reitera sua independência na tomada de decisões sobre a política monetária. A instituição leva em consideração diversos fatores, como o cenário econômico atual, as perspectivas de inflação e o contexto internacional, antes de definir a taxa Selic.

A manutenção da taxa Selic em 13,75% permanece em vigor, e o debate sobre seus efeitos na economia brasileira continua. Enquanto o governo e os especialistas discutem os rumos da política monetária, a população aguarda por respostas que possam impulsionar o crescimento econômico e melhorar as condições financeiras do país.

Fontes:

Entrevista com Luiz Inácio Lula da Silva - Discurso político

Economistas:

Prof. Maria Silva, economista da Universidade Federal

Dr. João Santos, analista financeiro da XYZ Investimentos)

Fonte: Extraído do Chat GPT (2023)

Conforme verificado no texto apresentado, o *Chat GPT* se mostra estar hábil a elaborar um texto jornalístico que possua *lead*, fontes e informações conforme o solicitado. No entanto, uma observação mais atenta nos mostra que é possível encontrar uma série de divergências sobre a estrutura de um texto jornalístico de qualidade, como por exemplo informações falsas que poderiam corroborar com a criação de uma *fake news*. Além disso, o texto não possui uma base concisa de fatos relevantes, baseando-se unicamente no mesmo núcleo da fala do presidente.

Através do *lead*, podemos observar que o Chat PT não conseguiu ser preciso na sua elaboração, apenas demonstrando um resumo sobre o que é de fato a notícia. Ao mesmo tempo observa-se um conteúdo genérico e sem informações relevantes de fato que constituem um texto jornalístico preciso.

No segundo parágrafo observamos que: “Em um discurso recente”, o *Chat GPT* não explicitou onde, como ou quando foi realizado este discurso, mostrando que a inteligência artificial não tem a capacidade de elaborar uma informação precisa sobre um fato. Houve apenas um discurso impreciso do fato.

O terceiro parágrafo traz uma fala do presidente Lula: "O presidente do Banco Central precisa repensar urgentemente sua decisão. Manter a taxa Selic em 13,75% é um erro grave e prejudicial à população". Apesar das recorrentes críticas ao Banco Central, o presidente Lula nunca disse essas palavras de maneira literal. Esta formulação traz a incapacidade de o *Chat GPT* procurar por algum acervo de outra fala sobre o presidente, como também demonstra a fragilidade para se construir discursos inverídicos.

Também foi solicitado à IA que fosse elaborado opiniões divergentes sobre a taxa. Vemos que o *Chat PGT* citou uma renomada economista de uma Universidade Federal, Maria Silva, porém, pode-se observar que foi utilizado um nome genérico e a economista não existe na realidade. A mesma coisa acontece com o analista financeiro da XYZ Investimentos, João Santos. No entanto, observamos uma tendência de discursos abruptos e estereotipados. Isto porque a Professora da Universidade Federal está a favor do governo, enquanto o analista financeiro se mostra com um posicionamento contrário.

Nos últimos dois parágrafos também vemos um discurso raso sobre a manutenção da taxa Selic. Na última frase que diz: "a população aguarda por respostas que possam impulsionar o crescimento econômico e melhorar as condições financeiras do país", fica claro o discurso quase que com um teor opinativo, sendo inaceitável na construção de um texto jornalístico de caráter noticioso. Além disso, há em evidência a conclusão sobre o fato em si, o que não se caracteriza como um texto jornalístico.

Todas estas constatações nos levam a crer que, conforme dialogado em sala de aula em outubro de 2023, na disciplina: Estudos Avançados em Comunicação I, lecionada pelo professor doutor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal da Santa Maria, Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete⁸, o *Chat GPT* e a IA tem suas vantagens, porém nada substitui de forma eficaz o trabalho de um jornalista, por este possuir o chamado *feeling* jornalístico. Mais principalmente pelo fato de este profissional ser um ser humano, o qual possui a consciência dos preceitos éticos da profissão, com capacidade de discernir sobre o que pode e não pode fazer no processo de elaboração de uma matéria jornalística e uma inteligência emocional para lidar com determinadas situações no cotidiano em um ecossistema comunicacional.

⁸ Fala do professor Celestino Vaz Tomás Jone Joanguete, na disciplina Estudos Avançados em Comunicação I, UFSM, em 5 de out.2023.

Considerações

De acordo com os resultados apresentados, este estudo aponta para a complexidade e os desafios inerentes ao uso do Chat GPT e outras ferramentas de inteligência artificial (IA) no campo do jornalismo. Apesar de sua capacidade avançada para processar grandes volumes de dados, reconhecer padrões e gerar textos que se aproximam da linguagem natural, o Chat GPT demonstra limitações significativas que não podem ser ignoradas. Estas limitações são particularmente evidentes quando se trata da produção de conteúdo jornalístico, que exige precisão, verificação rigorosa dos fatos e sensibilidade às nuances do contexto social, político e cultural.

O experimento conduzido, no qual o Chat GPT foi solicitado a produzir uma matéria jornalística, revelou várias falhas críticas. A IA gerou informações imprecisas, como a atribuição de citações fictícias ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a criação de personagens inexistentes, como "Maria Silva" e "João Santos". Esse exemplo sublinha a principal limitação do modelo: sua incapacidade de distinguir entre informações verdadeiras e fictícias quando não encontra dados precisos em seu treinamento. Essa deficiência representa um risco considerável no contexto jornalístico, onde a disseminação de informações incorretas pode resultar em desinformação e prejudicar a credibilidade dos veículos de comunicação.

Além disso, o texto gerado pela IA carecia de elementos essenciais para uma notícia de qualidade, como a identificação clara das fontes e a contextualização dos fatos. A ausência de detalhes precisos sobre quando e onde o discurso do presidente Lula teria ocorrido exemplifica a superficialidade do conteúdo produzido. O modelo também demonstrou uma tendência a criar narrativas estereotipadas e previsíveis, o que levanta questões sobre a sua capacidade de capturar a complexidade dos eventos e das questões abordadas.

É importante ressaltar que o Chat GPT, enquanto ferramenta, pode ser valioso como auxiliar na pesquisa, na estruturação inicial de textos e na sugestão de ideias. No entanto, sua utilização deve ser complementada pela expertise dos jornalistas, que trazem consigo a habilidade de verificar fatos, contextualizar informações e aplicar uma análise crítica que vai além das capacidades da IA.

Por fim, o Chat GPT e outras ferramentas de IA representam avanços tecnológicos significativos que podem transformar o campo do jornalismo, mas sua aplicação deve ser realizada com cautela. A supervisão humana é imprescindível para garantir que o conteúdo

gerado esteja em conformidade com os princípios éticos e os padrões de qualidade que caracterizam o jornalismo responsável. O uso consciente dessas tecnologias pode contribuir para a eficiência e a inovação no jornalismo, desde que não se perca de vista a necessidade de manter o controle humano sobre a produção e a difusão de informações. Portanto, a IA no jornalismo deve ser vista como uma ferramenta complementar e não como um substituto para a competência, a ética e a sensibilidade dos profissionais da área.

REFERÊNCIAS

- BARBIZAN, Silvio. Jornalismo gerado por inteligência artificial: Narrativas e credibilidade. Tese- Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- BIOLCATI, Fernando, H. O. Internet, fake news e responsabilidade civil das redes sociais, São Paulo: Almedina, 2022.
- BRASIL. (2023). Projeto de Lei 2338/2023. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>. Acesso em: junho de 2023.
- CAVALCANTE, Isabella. Copom mantém a Selic em 13,75%, apesar de pressão do governo Lula. UOL, 2023. Disponível em: www.uol.com.br Acesso em: junho de 2023.
- CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 2001.
- CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ética no Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2008. 128p.
- FILHO, Ivan Barbiero. A regulação da Inteligência Artificial: um recorte sobre os Sistemas de Armas Letais Autônomas no cenário internacional. Brasil: Editora Dialética, 2022.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Sexta edição. Editora Atlas. São Paulo. 2016.
- HARTLEY, J. Case study research. In. Catherine Cassel e Gilian Symon (Eds.), Essential guide to qualitative methods in organizational research. London: Sage, 2004.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- KERLINGER, Fred Nichols. Metodologia de Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo: EPU. 2003.

LAGE, Nilson. Teoria e Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística. Elsevier Editora Ltda. 2005.

LUSTOSA, Isabel. O Nascimento da Imprensa Brasileira. Rio de Janeiro: Jorge. Zahar: 2004.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MAZUI, Guilherme. Lula ironiza Campos Neto após BC manter Selic em 13,75%: 'Pode falar de tudo, só não pode falar de juros'. G1. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/> Acesso em: 10 agosto de 2023.

OLIVEIRA, Thays, F.D. A utilização de tecnologias pela defesa: da inteligência artificial a armas autônomas letais. Publicado no site: Rede CTIDC em dezembro de 2019. Disponível em: www.redectidc.com. Acesso em: 2 de outubro de 2023.

PERES, F. Health Literacy on ChatGPT: exploring the potential of artificial intelligence use in academic writing. In Scielo Preprints. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5658>. Acesso em: 5 de outubro de 2023.

PRADO, M. Fake news e inteligência artificial: O poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

ROMANCINI, R.; LAGO, C. História do jornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2007. 276 p.

SANTAELLA, Lúcia. Há como deter a invasão do CHATGPT? 1.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.

SAYAD, Alexandre Le Voci. Inteligência artificial e pensamento crítico: caminhos para a educação midiática. 1.ed. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2023.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

VINÍCIUS JOSÉ BIAZOTTI SABINO

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) e bolsista da CAPES. Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

E-mail: biazottivinicius@gmail.com

MACRI ELAINE COLOMBO

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bolsista da CAPES, jornalista e pedagoga. Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

E-mail: jornalistapdagoga@gmail.com

ULYSSES DO NASCIMENTO VARELA

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), professor da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

E-mail: ulyssesvarela@gmail.com



COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 248-263, jan-jun, 2024

Abra a felicidade com menos marketing: consumos mediatizados e configurações comunicativas de empresas de refrigerantes

Destapá felicidad con menos marketing: consumo mediatizado y configuraciones comunicativas de las empresas de refrescos

Open happiness with less marketing: mediatized consumption and communicative configurations of soft drink companies

Lucas de Vasconcelos TEIXEIRA

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM)

E-mail: lvteixeira@gmail.com

Enviado em: 26 jun. 2024

Aceito em: 03 jul. 2024

RESUMO

O objetivo proposto neste artigo é identificar as linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos. A pergunta de pesquisa aborda as maneiras pelas quais as indústrias de bebidas açucaradas moldam seu mundo midiaticizado para manter o domínio sobre as lógicas de representação das informações. As quatro perspectivas que ampliam a caracterização de uma configuração comunicativa - pertencimento, regras, segmentação e poder - são as chaves metodológico-analíticas deste artigo, enquanto o corpus é composto por campanhas publicitárias de refrigerantes. Os resultados apontam que o setor altera as ações comunicativas de seus players de maneira a não perder fatias de mercado e que, se isso ocorrer, que seja para um concorrente, e não para outros tipos de alimentos.

Palavras-chave: *Comunicação publicitária; midiaticização; consumo; marcas; refrigerantes.*

RESUMEN

El objetivo propuesto en este artículo es identificar las líneas de visibilidad del dispositivo mediático de las industrias de refrescos que operan en Brasil y que gestionan los procesos de subjetivación de los sujetos. La pregunta de investigación aborda las formas en que las industrias de bebidas azucaradas dan forma a su mundo mediaticizado para mantener el dominio sobre las lógicas de representación de la información. Las cuatro perspectivas que amplían la caracterización de una configuración comunicativa - pertenencia, reglas, segmentación y poder - son las claves metodológico-analíticas de este artículo, mientras que el corpus se compone de campañas publicitarias de refrescos. Los resultados indican que el sector cambia las acciones comunicativas de sus actores para no perder cuota de mercado y que, si esto sucede, debe ser ante un competidor, y no ante otro tipo de alimentos.

Palabras-clave: *Comunicación publicitaria; mediaticización; consumo; marcas; refrescos.*

ABSTRACT

The objective proposed in this article is to identify the lines of visibility of the media dispositive of soft drink industries operating in Brazil that agencying subjects' processes of subjectification. The research question addresses the ways in which industries of sweetened beverages shape their mediaticized world to maintain dominance over the logics of representation of information. The four perspectives that expand the characterization of a communicative configuration - belonging, rules, segmentation and power - are the methodological-analytical key aspects of this article, while the corpus is composed of advertising campaigns of soft drinks. The results indicate that the sweetened beverages sector changes the communicative actions of its players in order not to lose market share and that, if this happens, it should be for a competitor, and not for other types of food.

Keywords: *Advertising communication; mediaticization; consumption; brands; soft drinks.*

Introdução

Por décadas, uma das marcas mais icônicas da nossa sociedade de consumo - a Coca-Cola -, vem ensinando a seus consumidores que o sabor da juventude e da felicidade é liquefeito, borbulhante e tem que ser bebido gelado (Casaqui; Riegel, 2016) por meio de campanhas publicitárias como as intituladas 'Viver Positivamente' (Ripoll, 2014) e 'Abra a felicidade' (Freire Filho, 2010). Outras marcas bastante conhecidas do grande público, por exemplo, a Pepsi ou mesmo a brasileira Dolly, utilizaram e/ou ainda se valem em suas comunicações publicitárias de outros chamarizes, como o 'charme' do segundo lugar e de mascotes de estética duvidosa.

A campanha publicitária do refrigerante Fys - marca pouco conhecida do grupo Heineken - foi criada pela agência AlmapBBDO em meados de 2021 (e ainda é usada) com o mote da sátira ao universo 'de marketing' construído ao longo do tempo pelos seus concorrentes Coca-Cola e Pepsi, chegando até a debochar da mascote do refrigerante Dolly. Fys anuncia que pretende fugir dos padrões quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias em seu próprio comercial.

Deste modo, debater os regimes de visibilidade que as empresas de refrigerantes pretendem estabelecer em suas campanhas publicitárias, especialmente o refrigerante Fys, é o tema deste trabalho. Já o problema de pesquisa circunscreve-se na seguinte pergunta: como as indústrias de bebidas açucaradas (refrigerantes) moldam seu mundo midiaticizado para manter o domínio que possuem sobre as lógicas de representação das informações? Por sua vez, o objetivo versa sobre a identificação das linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos.

Conforme já antecipado na contextualização inicial, o *corpus* é composto por campanhas publicitárias de refrigerantes, especialmente Fys, bebida açucarada que anuncia fugir dos padrões tradicionais das campanhas de refrigerantes quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias do segmento. As quatro perspectivas que ampliam a visualização de uma configuração comunicativa – pertencimento, regras, segmentação e poder – são as chaves metodológico-analíticas deste artigo. Os principais conceitos presentes no referencial teórico são: dispositivo midiático, midiaticização, consumo midiaticizado, configurações comunicativas.

Campanhas publicitárias de refrigerantes

Em ações comunicacionais recentes, algumas das principais marcas de refrigerantes presentes no mercado brasileiro se valem de argumentos que Fys critica/debocha em sua campanha. Por exemplo, o Guaraná Antarctica apresenta uma ação para mostrar que ‘tudo combina com Guaraná’ (figura 1); a Dolly utiliza a mesma campanha com mascote lançada há décadas, só que adaptada de acordo com a época do ano (figura 2); tanto a Coca-Cola quanto a Pepsi com foco no sabor (com suas cenas clichê), sendo que a Coca acrescenta a redução de açúcar e a Pepsi inclui o ‘experimente’ (respectivamente, figuras 3 e 4).

Figura 1: Guaraná e seu ‘tudo combina’



Fonte: Propmark¹

Figura 2: Dolly e sua campanha ‘eterna’



Fonte: Propmark²

¹ Disponível em: <<https://propmark.com.br/guarana-traz-campanha-para-mostrar-que-tudo-combina-com-o-refrigerante/>>. Último acesso: 08 ago. 2023.

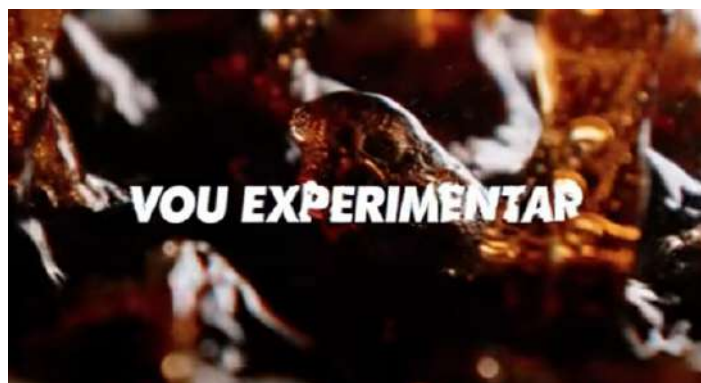
² Disponível em: <<https://propmark.com.br/por-que-a-dolly-usa-a-mesma-campanha-ha-35-anos/>>. Último acesso: 08 ago. 2023.

Figura 3: Coca-Cola e o seu ‘sabor com menos açúcar’



Fonte: Mundo do Marketing³

Figura 4: Frame de comercial da Pepsi com uma variação do já recorrente ‘experimente’



Fonte: Marcas pelo Mundo⁴

Estas marcas vendem, segundo a crítica de Fys, estereótipos⁵. Ao caçoar dos concorrentes, Fys anuncia que pretende fugir desses estereótipos quando brinca com os clichês das tradicionais campanhas publicitárias em seu próprio comercial, como divulgado pela agência AlmapBBDO em sua ‘company page’ no LinkedIn (figura 5).

³ Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/pega-esse-sabor-o-slogan-para-a-nova-fase-da-campanha-global-da-coca-cola-sem-acucar/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

⁴ Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/pega-esse-sabor-o-slogan-para-a-nova-fase-da-campanha-global-da-coca-cola-sem-acucar/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

⁵ Estereótipos são reduções que se fundamentam em interpretações preponderantemente valorativas, em juízos de valor (Baccegá, 1998). Para Bosi (2003), os estereótipos possuem a tendência de formar noções excessivamente simplificadoras, isto é, definições congeladoras tão naturalizadas que podem parecer fatos biológicos.

Figura 5: Postagem no LinkedIn da agência que criou o comercial do refrigerante Fys



Fonte: *Company Page da AlmapBBDO*⁶

Referencial teórico

Conforme Braga (2020), Foucault construiu uma filosofia do dispositivo para verificar processos disciplinares e hegemônicos de exercício de poderes. O dispositivo é um tipo de formação engendrada em determinado momento histórico com função estratégica dominante, ou seja, o dispositivo está sempre inscrito em um jogo de poder (Foucault, 2015). Na atualidade, “a mídia é um dispositivo, um operador do poder, que investe na produção de subjetividade a partir de suas linhas de visibilidade que tanto podem atuar como linhas de força e/ou de fratura” (Hoff, 2015, p. 169). A mídia tanto pode tornar visível o já visto – reforçando o dominante – quanto pode conferir visibilidade a questões veladas, modificando as linhas de força dos regimes de visibilidade.

Na alimentação, segundo apresentado por Freitas e Trindade (2016), há uma concentração de grandes empresas que dominam o mercado mundial que, por meio de seu meta-capital midiático⁷ (Couldry, 2003), transferem sentidos para os produtos que

⁶ Disponível em: <https://pt.linkedin.com/posts/almabbdo_50-menos-a%C3%A7%C3%ACar-e-menos-marketing-activity-6884981264638652416-a7Kg>. Último acesso: 08 ago. 2023.

⁷ Quando o capital financeiro (de uma grande corporação) é dependente de um meta-capital fundante, de um capital simbólico.

comercializam com representações alinhadas às suas lógicas de produção e interesses macroeconômicos. Enfim, os dispositivos midiáticos trazem “a carga informacional responsável pela articulação de táticas e estratégias comunicacionais das marcas que impregnam nas sociedades e culturas os valores que nela se instituem” (Freitas; Trindade, 2016, p. 227). Essa lógica de difusão de valores das maiores empresas da indústria alimentícia evidencia o consumo midiaticizado.

Consumo midiaticizado é visível pelas “formas de presença e consequências das atuações do sistema publicitário (via marcas de empresas, produtos e serviços) na vida cotidiana” (Trindade; Perez, 2014, p. 3111). Importante ressaltar que o consumo midiaticizado não se resume ao sistema publicitário em si, pois, afinal, engloba as diversas expressões das marcas em vinculação dinâmica com os sujeitos dentro da perspectiva da centralidade da mídia na vida cotidiana apregoada pela midiaticização.

Especialmente em sua vertente socioconstrutivista, a midiaticização centra esforços em analisar “a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança” (Hepp, 2014, p. 49). Neste sentido, a mídia não é um fenômeno isolado, mas sim relacional e histórico, indicando que não se pode inferir um efeito livre de contexto midiático. Contudo, diferentes mídias podem moldar a comunicação e cada meio é um conjunto de aparatos técnicos que expandem nossa capacidade de comunicação para além da que se dá face a face. Nesse sentido, a mídia é uma reificação da ação comunicativa.

Hepp (2014) salienta que as forças de moldagem da mídia, que captam as particularidades de um meio no processo de comunicação, adquirem concretude apenas com a ação humana em um processo cumulativo de institucionalizações e reificações de práticas. Com efeito, a expressão força de moldagem denota que não se pode “presumir um efeito geral ou livre de contexto da mídia específica; entretanto, diferentes mídias moldam a comunicação de formas diversas” (Hepp, 2014, p. 51). Assim, vários campos da sociedade são construídos comunicacionalmente através de uma profusão de mídias.

Dessa forma, chegamos ao que Hepp (2014) descreve como ‘mundos midiaticizados’: fragmentos da vida que tornam a midiaticização palpável e que se constituem por meio de uma articulação da comunicação midiática. Por exemplo, ao afirmar que Fys contém 50% menos açúcar e menos marketing, a empresa Heineken molda para seu produto uma construção comunicativa institucionalizada e reificada, articulada por redes de comunicação mediadas.

Configurações comunicativas podem ser entendidas como “padrões de processos de entrelaçamento comunicativo que existem ao longo de várias mídias e têm um enquadramento temático que orienta a ação comunicativa” (Hepp; Hasebrink, 2015, p. 82). Dessa forma, é uma via de acesso para compreender as mudanças processuais de construção comunicativa relacionadas com a midiaticização transmidiática em suas inter-relações e mútuas associações. Ao descrever as formas de comunicação, o conjunto de mídias, as constelações de atores - grupos de atores entrelaçados conscientes da existência dos demais - e os enquadramentos temáticos é possível visualizar uma configuração comunicativa em um primeiro nível (Hepp; Hasebrink, 2015). Por exemplo, configuração comunicativa que reflete o desejo de parcelas cada vez mais significativas da sociedade por alimentos com menos açúcar, mas que também refrata algo que pode resultar em uma mudança das próprias mídias.

Metodologia

Para ir além deste primeiro nível fundamental de configuração comunicativa, é necessário uma contextualização que reúne quatro perspectivas (Hepp; Hasebrink, 2015):

- Pertencimento: abarca inclusões, socializações e práticas comunitárias que possam se dar por meio de processos de comunicação midiática;
- Regras: não trata apenas de regulação política e legal, mas diz respeito também a códigos sociais e culturais, como em uma ética da comunicação das mídias;
- Segmentação: passa por investigar as desigualdades no que se refere à mídia e comunicação, acesso a informação e segmentação social;
- Poder: possibilidades de empoderamento e desempoderamento dos atores.

Com efeito, procura-se responder através destes quatro prismas:

“Como as configurações comunicativas constroem nossos diferentes “pertencimentos”? Como certas “regras” são criadas por meio das configurações comunicativas? Como uma configuração comunicativa produz “segmentações” características? Como as configurações comunicativas criam ou mantêm “poder”? (Hepp; Hasebrink, 2015. p. 84).

Portanto, estas quatro perspectivas que ampliam a visualização de uma configuração comunicativa – pertencimento, regras, segmentação e poder – são as chaves metodológico-analíticas deste artigo. Elas podem auxiliar a examinar a midiaticização de forma prática, isto é, o que mudou na sociedade a partir e através da midiaticização, bem como qual o papel da mídia nessa transformação.

Em termos mais gerais, o conceito de configurações comunicativas oferece uma forma de refletir sobre o fato das mídias não serem as únicas formas condutoras de mudança. Portanto, a questão mais proeminente pode ser investigar como culturas e sociedades midiaticizadas se transformam e qual o papel que as mídias têm nesse processo de transformação (Hepp; Hasebrink, 2015, p. 86).

Resultados e discussão

Ao propagar a associação entre um alimento ultraprocessado⁸ e atributos positivos, como sabor (com opção *light* ou zero que não engorda), energia, descontração, etc - e depois desconstruir esses conceitos com a marca Fys - a indústria de refrigerantes consente com a alteração das ações comunicativas de um de seus *players*. Porém, de maneira a não perder fatias de mercado porque, afinal, o mercado total não encolheria frente a opções mais saudáveis de bebidas. Então, independentemente do sucesso da campanha publicitária de Fys, a distribuição do mercado mudaria entre seus concorrentes e não se perderia parte do faturamento para alimentos substitutos.

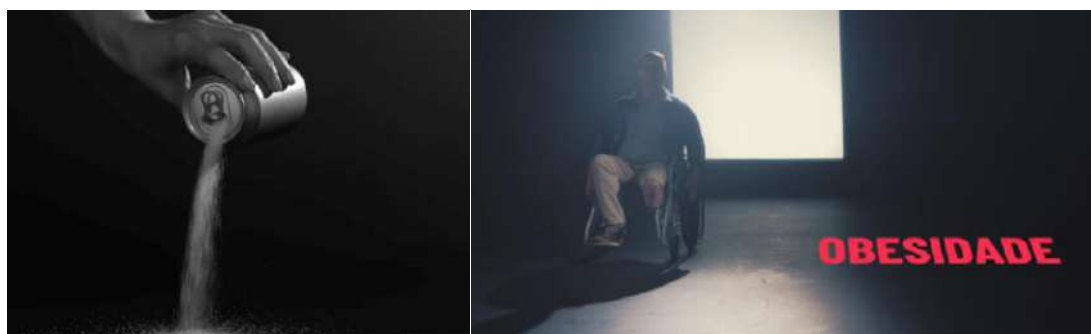
Mesmo que as ações comunicativas das marcas concorrentes citadas nesse texto (Coca-Cola, Pepsi, Guaraná, Dolly e Fys) entrem em choque, as grandes empresas desse segmento detentoras das marcas reúnem-se em associações como a ABIR (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas) para defender o consumo de refrigerantes como um todo, ou seja, existe um entrelaçamento de mundos midiaticizados com seus respectivos processos de demarcação e configurações comunicativas.

O crescimento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs), como obesidade e diabetes, reflete o desejo de parcelas cada vez mais significativas da sociedade por alimentos com menos açúcar. As campanhas mencionadas da Coca-Cola, da Pepsi e também da Fys tocam nesse tema do ‘sabor com menos açúcar’ visando, entre outros objetivos, a configuração comunicativa sob a perspectiva do pertencimento: para que estas bebidas estejam incluídas, façam parte da socialização e das práticas comunitárias no cotidiano das pessoas. A prerrogativa do saudável é cada vez mais midiaticizada, modificando práticas de consumo em uma inter-relação com a construção da realidade comunicativa. Seria um duro golpe no meta-capital midiático destas empresas não estarem associadas aos usos e apropriações dos sujeitos quando o assunto for alimentação e saúde.

⁸ A definição de alimentos ultraprocessados surgiu em artigo científico (Monteiro *et al.*, 2010), no qual foi proposta a escala de processamento dos alimentos. A versão atual desta escala de processamento separa os alimentos em quatro grupos alimentares (Brasil, 2014): (1) alimentos *in natura* ou minimamente processados, (2) ingredientes culinários, (3) alimentos processados e (4) alimentos ultraprocessados. Este último grupo engloba diferentes tipos de substâncias e de aditivos, fazendo com que seja comum o alimento possuir muitos ingredientes em sua composição - como corantes e aromatizantes - tanto para conservar quanto para modificar cor, odor, sabor ou textura do produto final. *Fast foods* em geral, refrigerantes, biscoitos e balas são alguns exemplos pertencentes a esta categoria.

Podemos apontar, na perspectiva das regras, o exemplo de uma outra campanha publicitária diametralmente oposta àquelas anteriormente citadas das principais marcas do mercado de refrigerantes: a da ACT Promoção da Saúde em associação com a Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável (figura 6). Esta campanha pede mudanças na regulamentação da comercialização dos refrigerantes no Brasil, visibilizando que consumir esse tipo de produto seria tão nocivo quanto fumar. Desta forma, propõe que as indústrias do setor paguem mais impostos – assim como a indústria do tabaco – e que o consumo midiaticizado do segmento de refrigerantes sofra as mesmas restrições dos cigarros em termos de visibilidade e de compartilhamento de informações com a população.

Figura 6: Frames de comercial da ACT sobre os malefícios do consumo de refrigerantes.



Fonte: Propmark⁹

Entendemos que a perspectiva da segmentação está englobada nas duas anteriores, uma vez que a indústria dos refrigerantes vem perdendo legitimidade nas linhas de força do dispositivo midiático, que, neste caso, passa a coferir visibilidade a questões veladas até um passado não muito distante, como o malefício do consumo de bebidas açucaradas. Contudo, o acesso a esse tipo de informação é segmentado socialmente, assim, as classes sociais menos favorecidas economicamente e com menor instrução formal são as que mais sofrem fisicamente por não terem acesso a todas as informações necessárias para associar os eventuais problemas de saúde, como obesidade e diabetes, ao consumo continuado desse tipo de produto. A indústria tenta combater este revés em relação aos seus interesses por meio dos refrigerantes sem açúcar (e de sua comunicação publicitária persuasiva), mas que contam com outros ingredientes sucedâneos do açúcar que também são investigados por cientistas da área da saúde porque estes compostos podem ser igualmente nocivos quando consumidos regularmente.

⁹ Disponível em: <<https://propmark.com.br/campanha-pede-fim-da-mamata-dos-refrigerantes/>>. Último acesso: 08 ago 2023.

Os alimentos *in natura* representam pouco ou mesmo nada da listagem dos componentes presentes nos ultraprocessados (Monteiro *et al.*, 2016). Os refrigerantes e outros produtos ultraprocessados normalmente possuem aditivos em sua listagem de ingredientes, que tanto podem ser úteis para ampliar a durabilidade, quanto podem mascarar problemas de cheiro ou sabor. Além disso, os aditivos transformam esse tipo de alimento em produtos com alto valor comercial e atrativos aos sentidos (Freitas; Trindade, 2016). Desta feita, segundo Monteiro *et al.* (2016), os ultraprocessados são hiper-palatáveis, isto é, as pessoas não se contentam em comer somente um pouco e podem corriqueiramente ultrapassar o limite da saciedade e, conseqüentemente com o passar do tempo, adquirir alguma DCNT.

A perspectiva do poder também toca as outras três perspectivas da contextualização das configurações comunicativas porque o empoderamento e o desempoderamento dos atores está atrelado à segmentação social, aos embates regulatórios da comercialização de refrigerantes e à conexão ou não com a saudabilidade em associação com as questões de pertencimento. Porém, é preciso indicar também como o poder opera para compreendermos como se dá o empoderamento e o desempoderamento dos atores.

O poder, para Foucault (2008), é uma prática social constituída historicamente por mecanismos e procedimentos que atuam no nível do social e que penetram na vida cotidiana dos sujeitos, ou seja, parte-se dos micropoderes e das relações de poder, não existindo um ponto específico no qual o poder se localiza na estrutura social. Daí apreende-se que o poder funciona como uma rede de dispositivos.

Onde há poder, ele se exerce. Ninguém é, propriamente falando, seu titular; e, no entanto, ele sempre se exerce em determinada direção, com uns de um lado e outros de outro; não se sabe ao certo quem o detém; mas se sabe quem não o possui (Foucault, 2015, p. 138).

Os micropoderes gerenciam a vida dos indivíduos, buscando aumentar a utilidade econômica e diminuir a capacidade de reflexão política dos sujeitos e, assim, penetram profundamente a trama da sociedade (Foucault, 2015). O poder permeia todas as práticas – do micro ao macro – e, na contemporaneidade, atua por meio da subjetividade (Rose, 2011). Esta acaba se tornando objeto, alvo e recurso de estratégias de regulação. “O capitalismo se reorganizou sob novas bases, cuja mola é a instauração da concorrência generalizada, inclusive na esfera da subjetividade” (Dardot; Laval, 2016, p. 202). Neste sentido, as subjetividades são constituídas a partir de autonomias reguladas (Rose, 2011), constituindo

uma nova ordenação que privatiza as condutas, tanto em relação às atividades político-econômicas quanto no que se refere a relações sociais e comportamentos.

Com efeito, o indivíduo é incitado a tornar-se o único responsável por seu destino, obrigando esses ‘sujeitos neoliberais’ a governar a si mesmos. Por isso, por exemplo, as políticas públicas que visam a saúde da população – com atenção aos mais necessitados – muitas vezes são relegadas quando confrontadas com os interesses de grandes corporações empresariais.

A escolha do consumidor pode se alinhar com objetivos macroeconômicos e vantagens de negócios: a vida econômica pode ser governada e as aspirações empresariais realizadas através das escolhas feitas por consumidores em suas buscas por realização pessoal (Rose, 2011, p. 226).

Neste sentido, os ritmos do consumo reforçados pelas mensagens publicitárias e pelas estratégias de marketing são inseparáveis dessa exigência cada vez maior de um *ethos* da escolha supostamente livre e, conseqüentemente, do indivíduo como único responsável pelas suas escolhas. Assim, a racionalização chega até àquilo de mais íntimo dos indivíduos, ou seja, a racionalização do próprio desejo.

Com efeito, comida e poder se inter-relacionam, na medida em que o alimento é um fator de modificação do ordenamento social. Grandes corporações são atores que fomentam cuidados com a saúde, exercícios e alimentação, alicerçados por dispositivos midiáticos que visam angariar mercados e ampliar os seus lucros. Concomitantemente, verifica-se a proliferação dos *fast foods* e da comida industrialmente processada – refrigerantes incluídos – com seus consumos midiaticizados de praticidade e de alimento prazeroso, normalmente também oriundos de conglomerados multinacionais (e, às vezes, essas mensagens contraditórias partem das mesmas empresas).

Esses discursos e seduções comunicacionais conflitantes imputam ao sujeito a sensação de falta, de que nunca será possível atingir o seu objetivo, por meio de narrativas publicitárias que seduzem o indivíduo para, “logo em seguida, decepcioná-lo, a fim de que a falta continue a gerar novos motivos para consumo” (Rocha; Aucar, 2014, p. 160). Portanto, na contemporaneidade, o controle se instaura em todos os âmbitos da existência, o poder permeia todas as práticas e as subjetividades passam a ser alvo do capital financeiro e de seus discursos.

Considerações finais

Procuramos debater neste artigo sobre os regimes de visibilidade que as empresas de refrigerantes tentam estabelecer em suas campanhas publicitárias. Já o objetivo foi o de identificar as linhas de visibilidade do dispositivo midiático de indústrias de refrigerante atuantes no Brasil que agenciam processos de subjetivação dos sujeitos. Por sua vez, a pergunta de pesquisa abordou as formas pelas quais a indústria de refrigerantes molda seus mundos midiaticizados para manter o domínio sobre as lógicas de representação das informações.

Conforme salientado em diferentes partes do texto, as quatro perspectivas que ampliam a caracterização de uma configuração comunicativa - pertencimento, regras, segmentação e poder - foram as chaves metodológico-analíticas que nos auxiliaram a perceber:

- (i) a emergência do consumo midiaticizado do saudável e como as marcas de refrigerante não querem perder parte do seu meta-capital midiático ao terem seus produtos taxados como nocivos à saúde;
- (ii) os embates das bebidas industrializadas contra a regulamentação similar àquela adotada em relação aos cigarros;
- (iii) a informação segmentada socialmente prejudica os menos favorecidos, que permanecem consumindo mais refrigerantes do que outras parcelas da população com mais acesso a informação - com isso sofrem as consequências em seus corpos;
- (iv) que os micropoderes permeiam todas as práticas, inclusive no que se refere à alimentação, por meio da constituição de subjetividades com autonomias reguladas. Assim, a indústria de refrigerantes, em suas diferentes marcas e interfaces com os consumidores, quer reforçar que os sujeitos são livres e os únicos responsáveis por suas escolhas e desejos, por mais que as empresas do setor continuem a empregar diversas formas de seduções comunicacionais.

Além disso, vimos que as grandes empresas do setor se reúnem em associações para que, se perderem mercado, que isso ocorra para um concorrente, e não para outros tipos de alimentos.

REFERÊNCIAS

- BACCEGA, Maria A. Estereótipos e as diversidades. **Revista Comunicação & Educação**, n. 13, 1998, p. 7-14.
- BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- BRAGA, José L. **Uma conversa sobre dispositivos**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2020.
- BRASIL. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília: Ministério da Saúde, 2ª. Edição, 1ª. Reimpressão, 2014.
- CASAQUI, Vander; RIEGEL, Viviane. Management of happiness, production of affects and the spirit of capitalism: international narratives of transformation from Coca-Cola brand. **The Journal of International Communication**, v. 22, n. 2, 2016, p. 293-314.
- COULDRY, Nick. Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. **Theory and Society**. London: Springer v. 32, n.5. 2003, p. 653-677.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- FREIRE FILHO, João. Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos. **XIX Encontro Anual da Compós**, Rio de Janeiro: PUC-Rio, GT Comunicação e Sociabilidade, 2010, p. 1-14.
- FREITAS, Adriana; TRINDADE, Eneus A economia e o consumo midiaticizado das marcas de alimentos e bebidas globais: algumas considerações. **Revista Comunicare**, v. 16. n. 2, 2016. p. 210-228.
- HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa de midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, v. 8, n. 1, 2014, p. 45-64.
- HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. Interação Humana e Configurações Comunicativas: transformações culturais e sociedades midiaticizadas. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 3, 2015, p. 75-89.
- HOFF, Tânia. “Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário”. In: ROCHA, Rose; PERES-NETO, Luiz (org). **Memória, comunicação e consumo**: vestígios e prospecções. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 165-179.

MONTEIRO, Carlos; LEVY, Renata; CLARO, Rafael; CASTRO, Inês; CANNON, Geoffrey. A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 26, n. 11, 2010, p. 2039-2049.

MONTEIRO, Carlos A. et al. Classificação dos alimentos. Saúde Pública. NOVA. A estrela brilha. **World Nutrition**, v. 7, 2016, p. 28-40.

RIPOLL, Daniela. “Viver positivamente”: as lições ensinadas por peças publicitárias da Coca-Cola Company. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, ano 11, v. 11, n. 31, 2014, p. 99-116.

ROCHA, Everardo; AUCAR, Bruna. “Sons, histórias e magias: notas sobre misturas e separações na publicidade”. In: ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia; BARROS, Carla (org.). **Cultura e experiência midiática**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2014. p. 145-163.

ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs: psicologia, poder e subjetividade**. São Paulo: Vozes, 2011.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Dimensões do consumo midiaticizado. **Anais do II Confibercom**. Braga: Universidade do Minho/Confibercom, GT Publicidade, 2014, p. 3109-3117.

BIOGRAFIA DO AUTOR

LUCAS DE VASCONCELOS TEIXEIRA

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), em que foi bolsista Capes-Prosop. Mestre pelo mesmo programa. Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de São Paulo (USP). Integrante do grupo de pesquisa Biocon. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3890-0747>.

E-mail: lvteixeira@gmail.com



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000
v. 19, n. 1, p. 264-285, jan-jun, 2024

Para onde fomos, para onde vamos: sentidos dos discursos ambientais do Brasil na Assembleia Geral da ONU (1985-2022)

¿Adónde hemos ido, adónde vamos: sentidos de los discursos ambientales de Brasil en la Asamblea General de la ONU – 1985-2022

Where have we gone, where are we going: meanings of Brazil's environmental speeches at the UN General Assembly's work – 1985-2022

Antonio Roberto ROSSI

Mestre em Comunicação/Universidade Paulista (UNIP)
E-mail: rossigprs@gmail.com

Paolo DEMURU

Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna/
Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em
Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie
E-mail: paolo.demuru@mackenzie.br

Enviado em: 14 março. 2024

Aceito em: 09 julho. 2024

RESUMO

Este artigo objetiva compreender os sentidos dos discursos ambientais do Brasil nas aberturas de trabalhos da Assembleia Geral da ONU entre 1985 e 2022. Utilizamos a fundamentação teórica da semiótica de Algirdas Julien Greimas, da sociosemiótica de Eric Landowski e autores da ecologia. A partir do percurso gerativo de sentido, identificamos os atores e as estruturas enunciativas, as isotopias temáticas e figurativas de tais discursos e os sentidos que deles emanam. Os resultados apontam para avanços na agenda socioambiental do Brasil, todavia, os sentidos atribuídos ao meio ambiente indicam seu uso como objeto de valor em modalizações econômicas e políticas.

Palavras-chave: comunicação midiática; semiótica; meio ambiente; ONU; política

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo comprender los significados de los discursos ambientales de Brasil en la apertura de los trabajos de la Asamblea General de ONU entre 1985 y 2022. Utilizamos el fundamento teórico de la semiótica de Algirdas Julien Greimas, la sociosemiótica de Eric Landowski y autores de la ecología. Desde el Camino Generativo del Significado, identificamos los actores y estructuras enunciativas, los isótopos temáticos y figurativos de dichos discursos y los significados que de ellos emanam. Los resultados apuntan a avances en la agenda socioambiental de Brasil, sin embargo, los significados atribuidos al medio ambiente indican su uso como objeto de valor en modalidades económicas y políticas.

Palabras-clave: comunicación mediática; semiótica; medio ambiente; ONU; política.

ABSTRACT

This article aims to understand the meanings of Brazil's environmental speeches at the opening of the UN General Assembly's work from 1985 to 2022. We used the theoretical from the semiotics of Algirdas Julien Greimas, the sociosemiotics of Eric Landowski and authors from ecology. From the Generative Path of Meaning, we identified the actors and enunciative structures, the thematic and figurative isotopies of such discourses and the meanings that emanate from them. The results point to advances in Brazil's socio-environmental agenda, however, the meanings attributed to the environment indicate its use as an object of value in economic and political modalities.

Keywords: media communication; semiotics; environment; UN; politics

Introdução

A temática ambiental permaneceu em segundo plano na mídia e na política até o início dos anos 70, quando a percepção dos problemas ecossistêmicos levou a Organização das Nações Unidas-ONU a realizar a “Conferência das Nações Unidas sobre o ambiente humano” em Estocolmo, Suécia, em 1972. A partir de então, com o agravamento dos problemas, as questões ambientais gradativamente começaram a ganhar relevância e levaram à realização da “Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento”, a ECO-92.

Envolvendo 108 chefes de Estados, representantes estrangeiros, agências especializadas e ONG’s, a realização daquele evento teve grande importância política e marcou o início da inclusão dos temas ambientais nos discursos de abertura dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU, por tradição, enunciados pelo Brasil.

Neste artigo visamos compreender como aqueles temas emergem ou se integram a outras temáticas nos discursos do Brasil nas aberturas dos trabalhos anuais da Assembleia Geral da ONU. Nossa análise utiliza um corpus composto por 37 discursos proferidos entre 1985, início da redemocratização do país, e o final do governo Bolsonaro em 2022.

Utilizamos a estratégia de análise qualitativa interpretativa a partir do ferramental teórico da semiótica estruturalista francesa de Algirdas Julien Greimas, da sociosemiótica de Eric Landowski e seus seguidores, e do apoio de teóricos das áreas da ecologia, tais como Christian Parenti e Jason Moore.

A produção acadêmica sobre os discursos ambientais do Brasil na ONU dá conta de inúmeros trabalhos sobre esta temática. Encontramos, inclusive, um artigo desenvolvido por Moreno e Brzezinski (2023) que utiliza o mesmo corpus e recorte temporal que adotamos, mas com objetivos e metodologia diversa da que ora propomos. Assim, consideramos que nossa pesquisa se justifica por aprofundar as investigações sobre os processos de construção discursiva da comunicação do Estado brasileiro em relação ao meio ambiente, ainda não explorados na produção consultada.

A partir dessas considerações, nosso trabalho segue um caminho que inicia pelas escolhas teórico-metodológicas, seguida da análise dos enunciadores e das estratégias discursivas para identificar os sentidos ambientais que emergem em cada período de governo.

Semiótica dos discursos ambientais do Brasil

Os discursos do Brasil na ONU são estruturados em blocos temáticos, dirigidos pelo enunciador ao presidente da Assembleia Geral e por extensão, aos demais enunciatários. São semionarrativas caracterizadas por estratégias precisas e intencionalidades que, segundo Greimas e Courtés (2018, p. 457), determinam a emergência do sentido.

Assim, os discursos do Brasil na ONU podem ser analisados através do Percurso Gerativo de Sentido, um modelo que serve à “compreensão dos princípios de organização de todos os discursos narrativos” (Greimas; Courtés, 2018, p. 330), que assim, podem ser decodificados e organizados em níveis que caracterizam sua forma de produção.

Através deste modelo, podemos identificar três patamares: o primeiro, de nível profundo, onde se inscrevem categorias semânticas baseadas em oposições e recebem uma qualificação semântica, um valor positivo denominado “euforia” ou negativo, “disforia”, que segundo Fiorin (2011, p. 23) “não são determinados pelo sistema axiológico do leitor, mas estão inscritos no texto”, ou seja, obedecem aos sistemas de valores inscritos no discurso. Ainda nesse nível se inscreve a sintaxe fundamental, processos com operações de negação e asserção que estabelecem relações entre os elementos do texto.

O segundo patamar refere-se ao nível narrativo onde, segundo Greimas, “personagens realizam ações” (Greimas; Courtés, 2018, p. 327) e nele temos a sintaxe narrativa e a semântica narrativa. A primeira preconiza enunciados de estado e estabelece relações de mudança através da junção ou disjunção, que unem ou afastam o sujeito em relação a um objeto. A segunda, enunciados do fazer, que mostram transformações entre estados iniciais de disjunção e finais, de conjunção.

O terceiro é o Esquema Narrativo Canônico (Greimas; Courtés, 2018, p. 334), que permite identificar os processos comunicacionais envolvidos em suas dimensões contratuais, performáticas e sancionadoras, que validam as transformações realizadas. A contratuais se manifestam através de processos de manipulação, em que um destinador - o sujeito da ação - leva um destinatário a querer-fazer, dever-fazer ou fazer-fazer uma ação, utilizando para isso, de estratégias de provocação, sedução, intimidação ou tentação. As performáticas, referem-se à competência e capacidade para realizar a ação. A sanção, por sua vez, é a

dimensão onde ocorre o julgamento e a aprovação, pelo destinador, da transformação realizada.

Prosseguindo, a narratividade também envolve sistemas baseados na regularidade e no risco que fazem parte da construção do sentido e determinam regimes de interação (Landowski, 2014, p. 32). O primeiro deles é o regime da programação, da ausência do risco e, portanto, tem pouco significado. O segundo é o regime do acidente, do acontecimento imprevisível, carregado de significados. O terceiro é o da manipulação, que envolve uma lógica de intencionalidade. E finalmente, o regime do ajustamento, baseado em uma lógica de sensibilidade entre sujeitos.

Da presença ou ausência e da articulação entre esses processos podemos identificar a emergência do sentido. Com este suporte teórico passaremos à análise dos enunciadores e dos discursos em cada período de governo.

Enunciadores e discursos na ONU

O Brasil passou a discursar nas aberturas dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU a partir de 1955, como uma sanção ao país pelo apoio durante a II Guerra Mundial e pela participação na criação daquela Entidade. Originalmente proferidos pelo Ministro das Relações Exteriores, esses discursos passaram a ser enunciados, por delegação actancial (Greimas; Courtés, 2018, p. 20), pelo presidente da República em determinados momentos¹, a partir do governo do Presidente José Sarney, em 1985².

Assim, ao assumir seu papel temático, o presidente agrega sentidos ao texto enunciado na medida em que carrega o poder simbólico da instituição que representa ou “O Presidente e sua palavra são indivisíveis como entidade política” (Armony, 2005, p. 35, tradução nossa).

Essa actorialização envolve uma presença midiática que, segundo Landowski (1992, p. 89), estabelece uma relação de reciprocidade entre um destinatário que vê a imagem que

¹ Os discursos de 1986 a 1988 foram enunciados por Abreu Sodré. O de 1992 por Luiz Felipe Lampreia. Os de 1993 e 1994 por Celso Amorim. De 1995 a 2000 por Luiz Felipe Lampreia. Em 2002 por Celso Lafer. E em 2005 e 2010 por Celso Amorim (Corrêa, 2007, p.8).

² Antes de José Sarney houve apenas uma exceção: o General João Figueiredo, que discursou em 1982 (Corrêa, 2007, p.8).

um destinador proporciona de si mesmo, um fazer-se ver para captar um querer-ver, sob a forma de atenção dos destinatários.

Essa actorialização, entretanto, expõe a instância máxima de poder do país à opinião pública, considerada enquanto actante coletivo capaz de modalizar a ação política e, quando disfórica, levar o presidente a “querer não ser visto” (Landowski, 1992, p. 93). Assim, em determinados momentos, o presidente delega tal enunciação ao representante do Itamaraty como forma de se manter presente, mas sem ser visto. Essa alternância sugere estratégias de presença e enunciação que dependem dos interesses do presidente, da nação e da conjuntura internacional como veremos adiante.

Governo de José Sarney (1985-1990)

O ex-presidente José Sarney foi o enunciador no primeiro e no último ano de seu governo. No primeiro (1985), foi um actante que procurava modalizar seus destinatários para fazer-creer no processo de retorno à normalidade democrática e sobre a competência do país para superar seus desafios políticos e econômicos. Esse modelo, associado à globalização, neoliberalismo e protecionismo, levaram o Brasil a uma

deterioração das relações com os Estados Unidos, [seja pelos contenciosos comerciais, seja porque o Brasil perdeu significado enquanto parceiro no governo Reagan]. Em segundo lugar, destacamos a visível decadência política e econômica do terceiro mundo, que já perdia, nos idos da década de 1980, sua identidade coletiva de bloco alternativo de poder, que o havia animado nos vinte anos anteriores (Casarões, 2011, p. 56).

Nesse contexto de disputas, enquanto o país vivia a regularidade de uma economia fragilizada, chegando à moratória e, portanto, com sua competência questionada, Sarney delega a enunciação dos discursos brasileiros ao Ministro das Relações Exteriores - Roberto de Abreu Sodré - no segundo e terceiro anos do seu mandato. Voltaria a discursar em 1989, objetivando as conquistas de seu governo com a aprovação da Constituição de 1988. O início e final de seu mandato foram momentos em que o presidente desejava oferecer uma imagem eufórica de si mesmo, ou seja, em que desejava ser visto (Landowski, 1992, p.89), dado que as grandes potências econômicas internacionais, enquanto destinadoras, poderiam sancionar sua gestão e aceitar contratos fiduciários (Greimas; Courtés, 2018, p. 132 e 208).

No plano ambiental, os sentidos de descaso com a Amazônia eram reforçados pelo legado predatório dos governos militares e pela repercussão da morte de Chico Mendes ocorrida em 1988. Eles foram utilizados como camuflagens objetivantes pela comunidade internacional em tentativas de modalização para administração compartilhada da Amazônia, um objeto de valor considerado pelo Relatório Bruntland³ como patrimônio da humanidade, cujos recursos naturais precisavam ser protegidos e explorados.

Segundo o texto, os recursos naturais não podiam mais ser pensados sob a esfera de um único país, ou apenas daqueles onde se localizassem. Quer dizer, tais recursos, que diziam respeito aos interesses de toda a humanidade, deveriam ser geridos internacionalmente, daí a ideia de soberania compartilhada ou restrita, dentro da perspectiva do desenvolvimento sustentável (Prado; Miyamoto, 2010, p. 77).

Apesar desses discursos disfóricos e da pretendida modalização, a temática ambiental não apareceu nos discursos deste período. Ela surge na agenda brasileira apenas em um curto trecho do discurso de 1988, enunciado por Abreu Sodré em termos vagos e protocolares como veremos adiante, mencionando o descarte de resíduos tóxicos no mar e a necessidade de implementar as resoluções da Convenção das Nações Unidas a esse respeito.

Para isso, o Ministro faz a enunciação na terceira pessoa, através de uma debreagem enunciativa actancial que projeta o sujeito da enunciação (o país e por delegação, o enunciador) e o enunciado para uma temporalidade futura e indeterminada, criando um efeito de sentido de vagueza e distanciamento sobre o tema. Em seguida, utiliza uma debreagem enunciativa e uma enunciativa - para fazer-criar no apoio a medidas que virão a ser definidas num tempo futuro.

Identificamos na preservação do meio ambiente, na necessidade de evitar o dumping de resíduos tóxicos e na implementação das disposições da Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar expressivos pontos de interesse comum. As conclusões da Reunião do Rio de Janeiro, estou convencido, hão de merecer apoio generalizado dos Estados-membros da ONU (Corrêa, 2007, p. 494).

A isotopia ambiental surge novamente em 1989, no último ano do mandato de José Sarney em uma condição de visibilidade que indica que queria ser visto novamente para prestar

³ Relatório Bruntland – Publicado em outubro de 1987 sob o título “Nosso futuro comum”, foi elaborado pela Dra. Gro Harlem Bruntland a pedido da Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no qual se introduziu os conceitos de desenvolvimento sustentável. (Nações Unidas Brasil, 2020)

contas do seu governo e preparar a chegada do seu sucessor. Assim, o presidente foi o enunciador de um discurso que tratava, em um mesmo bloco, da questão ambiental e ações de seu governo para o controle do tráfico de drogas na região Amazônica (Corrêa, 2007, p. 510 a 512).

A narrativa desta modalização utiliza uma camuflagem objetivante, que inicia com um oxímoro - “a morte da vida” - ligando duas expressões com termos vagos, amplos e polissêmicos (Greimas e Courtés, 2018, p. 376) como “no planeta” e “a humanidade”. Essa estrutura produz um resultado sensível pelo uso de termos semanticamente contrários, mas têm como efeito de sentido, distanciar os problemas do destinatário.

Duas grandes questões devem igualmente ser objeto da nossa preocupação prioritária: a proteção ambiental e o combate ao tráfico e uso de drogas. Estes temas estarão cada vez mais presentes em nossa agenda. O primeiro é o da sobrevivência da humanidade, a morte da vida no planeta. O segundo, o da vida da morte, a antívida, a liquidar a pessoa humana, principalmente em sua fonte mais pura, que é a juventude (Corrêa, 2007, p. 510 a 512).

Ainda naquele discurso, Sarney condiciona a validade de uma possível responsabilidade compartilhada a uma paridade com os padrões de consumo dos países ricos, ou seja, remete à promoção de um desenvolvimento que cause o mesmo nível de poluição dos países desenvolvidos e por conseguinte, a corresponsabilização pelas suas consequências.

Este discurso de equivalência tem o sentido de insinuar, sutilmente, um novo contrato de veridicção, substituindo o objeto de valor “meio ambiente” por “crescimento econômico” para equivalência do ônus da poluição ambiental, mas não o de combatê-la.

Os países em vias de desenvolvimento não podem aceitar, como base para um novo relacionamento internacional, um conceito de desenvolvimento ecologicamente sustentável que confira apenas a eles a tarefa de assegurar o equilíbrio ecológico do planeta. Para que esse conceito tenha validade, será indispensável estendê-lo aos países industrializados, de forma que se possa determinar também a possibilidade de sustentação, do ponto de vista ambiental, dos padrões de produção e de consumo atingidos por esses países. (Corrêa, 2007, p. 511)

Em resposta às iniciativas de modalização para uma administração compartilhada da Amazônia, reafirma a competência do país para manter a soberania sobre a região, objetivada por um histórico de cuidados, incluindo a recusa à presença de grandes empresas

exploradoras de recursos naturais, em especial ao projeto do Instituto Hudson, que previa a construção de sete grandes barragens, cujos lagos permitiriam a navegação por toda a Amazônia. Se concretizado, cidades, comunidades indígenas e grande parte da floresta ficariam sob as águas (Queiroz, 2014, p. 26.). Finaliza a objetivação desta competência, enunciando medidas que diminuiriam as queimadas, ampliaram áreas de preservação e criação de reservas para os povos originários.

Governo de Fernando Collor de Mello (1990-1992)

Collor foi o enunciador dos discursos do Brasil nos seus dois primeiros anos de mandato, representando um país fragilizado por problemas econômicos e grandes mudanças nas relações de forças políticas (Sallum Jr., 2011, p. 261).

Em seu primeiro discurso, Collor convida chefes de estado e de governo a comparecerem à Conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento - ECO-92, no Rio de Janeiro. Dessa actorialização, feita na primeira pessoa, emerge um sentido de poder fazer, de competência para levar o país a sediar um grande evento. Em seguida, enquanto destinador, Collor enuncia o objetivo da modalização, ou seja, a realização de acordos de responsabilidade compartilhada para fornecimento de tecnologia e recursos pelos países que causam maiores danos ao meio ambiente.

Os países que, historicamente, mais contribuíram para a contaminação ambiental têm uma responsabilidade maior a esse respeito. Ao facilitarem a provisão dessas tecnologias e desses recursos, assumirão papel crucial na reversão do quadro de catástrofe ecológica que esta geração injustamente herdou (Corrêa, 2007, p. 527).

Collor objetiva sua modalização com termos vagos e polissêmicos exibindo as ações realizadas sob seu governo: a vigilância ecológica, o zoneamento feito de forma “científica” para delimitar áreas para preservação e acena com a existência de outras formas para seu desenvolvimento econômico reafirmando a competência do Estado brasileiro no gerenciamento dos “valores de uso da natureza não-humana” (Parenti, 2022, p. 282).

Enquanto cresce entre nós a vigilância ecológica, caminhamos para o zoneamento do país, em especial na região amazônica, para delimitar, de forma científica, as grandes áreas que devem ser integralmente reservadas e as que deverão servir, em diferentes graus e sob rigorosa disciplina, ao desenvolvimento econômico. (Corrêa, 2007, p. 527).

Em seu discurso de 1991, o presidente agrega temas sociais aos ambientais⁴ e um compromisso com as gerações futuras: sair de uma situação de disjunção com a qualidade de vida para uma de conjunção, através da erradicação da pobreza e correção de padrões de consumo.

No terceiro ano do governo Collor o país atravessava um período marcado pela lógica do acidente, enfrentando os riscos uma crise política e institucional: o presidente vivia um processo de *impeachment* que, simbolicamente, lhe retirava a delegação actancial e, portanto, a competência para falar em nome da nação durante a ECO-92. Dessa forma, não queria ou não deveria ser visto em um evento daquela magnitude. Assim, o enunciador do discurso do Brasil na ONU em 1992 foi Celso Lafer, Ministro das Relações Exteriores.

Em seu discurso, o ministro fez enunciações delegadas, ora falando em nome do sujeito Brasil, ora em nome do presidente Collor, ao enfatizar a disposição de orientar a noção de desenvolvimento para bases sustentáveis, com inclusão de desenvolvimento social, combate à pobreza e ao desperdício pelo excesso de consumo (Corrêa, 2007, p. 560). Prossegue sancionando os resultados positivos do evento e retorna ao programa narrativo de base daquele governo: a obtenção capitais e tecnologia, propondo contratos de veridicção em que os objetos de valor são o meio ambiente e a vida na terra, agora associados ao combate à pobreza.

Sob o prisma ambiental, os discursos dos três anos do governo Collor apresentaram avanços, entretanto, evocaram a mesma topologia em que o meio ambiente, a vida na terra e a possibilidade de exploração dos recursos naturais são utilizados como objetos de valor para obter capitais e tecnologia.

Governos de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso (1993-2002)

Nos governos seguintes - Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso - os enunciadores foram os Ministros das Relações Exteriores Celso Amorim, Luiz Felipe Lampreia e novamente Celso Lafer. A exceção ocorreu em 2001, quando foi enunciado pelo

⁴ No discurso de 1991 Collor afirmou: “-Não podemos ter um planeta ambientalmente sadio num mundo socialmente injusto.” (Corrêa, 2007, p. 542).

residente Fernando Henrique Cardoso, em solidariedade aos EUA pelo atentado às torres do World Trade Center.

Entre 1993 e 2002 as temáticas ligadas ao meio ambiente não estiveram nos discursos do Brasil na Assembleia Geral da ONU. Essa ausência traz o sentido de que elas foram prioritárias apenas enquanto objeto de valor no período em que o país organizou e sediou a COP-92 (1989-1992). A própria mudança na delegação actancial dos enunciadores - da presidência para os ministros das Relações Exteriores nesse período - sugere um sentido de secundariedade dos temas ambientais para o país e para a comunidade internacional.

A seguir, a análise dos discursos dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva.

Governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010)

Os problemas sociais se tornaram isotopia nos discursos de Lula na Assembleia Geral da ONU. O presidente colocou a fome e a miséria como contrários em relação ao desenvolvimento, tecnologia, ciência e riqueza, mas parte de um mesmo processo, em que os benefícios de um são anulados pela existência do outro.

Nada é tão absurdo e inaceitável quanto à persistência da fome em pleno século XXI, a idade de ouro da ciência e da tecnologia. A cada dia a inteligência humana amplia o horizonte do possível, realizando prodigiosas invenções. E, no entanto, a fome continua e, o que é mais grave, se alastra em várias regiões do planeta (Brasil, 2003).

Lula itera essa isotopia e agrega outros temas sociais aos discursos posteriores, tais como a ausência de paz, o descaso e a omissão que vitimam gerações pela fome e a doença.

Essas iterações têm o efeito de sentido de tornar a fome e a miséria em objetos de valor para fazer-criar na importância e urgência de se propor soluções para os problemas sociais. Simultaneamente, têm o sentido de demonstrar a asserção do Brasil a essas temáticas, objetivadas por Lula com o programa “Fome Zero”, geração de renda e empregos, que anteciparam o atingimento das Metas do Milênio. Em seu discurso de 2007, Lula avança na temática social ao criticar um modelo de capitalismo que provoca desigualdades e compromete o planeta para as gerações futuras. Da mesma forma, inclui o tema da soberania do Brasil sobre a Amazônia associando a proteção ecossistêmica à sustentabilidade e desenvolvimento econômico e social.

Utilizando o tema ambiental, Lula procura modalizar a comunidade internacional para ampliar a pauta de exportações com a inclusão de combustíveis alternativos dos quais o Brasil tem tecnologia e áreas para produção.

O mundo precisa, urgentemente, de uma nova matriz energética. Os biocombustíveis são vitais para construí-la. Eles reduzem significativamente as emissões de gases de efeito estufa. No Brasil, com a utilização crescente e cada vez mais eficaz do etanol, evitou-se, nesses 30 últimos anos, a emissão de 644 milhões de toneladas de CO₂ na atmosfera. (Brasil, 2007)

Ainda pelo caminho de associar temas de interesse econômico às isotopias socioambientais em sua enunciação, Lula insere as Rodadas de Doha, em uma tentativa de modalização para diminuir barreiras protecionistas no âmbito da Organização Mundial de Comércio-OMC. São temáticas de interesse comercial e apenas indiretamente ligadas à questão da fome e da miséria. Da mesma forma, também não têm ligação com ecologia, na medida em que a agricultura de commodities ou da cana para produção de combustíveis provoca elevada degradação ambiental e têm alcance social reduzido (Feix; Miranda; Barros, 2010, p. 608).

O último discurso do segundo mandato de Lula foi enunciado pelo Chanceler Paulo Amorim, em 2010. Nele, faz uma enunciação com camuflagens objetivantes em nome dos sujeitos Brasil e Lula. Sobre os temas ambientais, iterou o convite para a Conferência Rio+20 e ajustamento aos contratos fiduciários estabelecidos nos Objetivos do Milênio.

Governos de Dilma Rousseff (2011-2015)

Em seus seis anos de governo, Dilma Rousseff foi a enunciadora dos discursos do Brasil na abertura dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU. Dilma fez uso de debreagens objetivantes e subjetivantes para falar sobre as políticas públicas em seu governo. Em relação aos temas ambientais, tais discursos apresentaram continuidades e aperfeiçoamentos em relação às temáticas estabelecidas no governo anterior, como veremos a seguir:

a - Inclusão do elemento social associado ao ambiental e inserção da mulher.

Dilma, enquanto destinadora, enuncia a sua sanção às políticas sociais do governo anterior, dando continuidade a elas pelos resultados positivos que apresentaram. Agrega uma nova temática, inserindo a mulher enquanto sujeito na superação das desigualdades sociais.

Em 2012, Dilma enuncia a competência do país para sediar a Rio+20 e negociar avanços nas agendas ambientais dos participantes, particularmente na definição de paradigmas de desenvolvimento sustentável. Destaca o ajustamento do Brasil às metas ambientais negociadas e objetivadas com a diminuição do desmatamento na Amazônia.

b - Responsabilização compartilhada.

Continuaram as tentativas de modalização dos países desenvolvidos iterando a narrativa de base de responsabilização proporcional à agressão ambiental que produzem e nos esforços para sua mitigação.

c - Diminuição do desmatamento na Amazônia

Os discursos de todo o período Dilma iteram as isotopias temáticas da diminuição do desmatamento, agora objetivadas pelos dados Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais-INPE.

d - Uso de energia renovável

O uso intensivo e crescente de energia renovável foi apresentado como objetivação para atender às metas de diminuição de emissão de gases de efeito estufa.

e - Demanda por financiamentos e tecnologia

No governo Dilma essas demandas continuaram e se ampliaram, envolvendo não apenas o Brasil, mas os países em desenvolvimento de uma forma geral.

Essas topologias revelam uma continuidade de objetivos e ações em relação ao governo anterior e traduzem a persistência e o esforço do país em direção a políticas sociais e ambientais sustentáveis.

Governo de Michel Temer (2016-2018)

Em 2016, o presidente Michel Temer, alçado a essa condição pelo impeachment da presidenta Dilma Roussef, faz um pronunciamento dirigido, predominantemente, ao presidente das Nações Unidas, Peter Thomson. Essa participação envolve duas estratégias sutis, mas com significados de busca por legitimação de sua autoridade: a primeira, ao definir

sua participação, formalmente, com o termo “pronunciamento” e não como “discurso”. O pronunciamento tem o sentido de ser a declaração de algo consumado, vinda de alguém com competência e autoridade para o enunciar. O discurso, por sua vez, é uma exposição oral, voltada para argumentação ou demonstração, portanto, um termo que não define, a priori, a autoridade do sujeito que o enuncia. Assim, ao fazer um “pronunciamento”, Temer enuncia também sua autoridade, enquanto presidente, para fazê-lo.

A segunda diz respeito à definição dos destinatários da sua mensagem.

Usualmente os discursos na ONU são dirigidos ao presidente apenas na abertura de cada bloco temático, entretanto, Temer dirige sua enunciação ao presidente da ONU, mesmo no interior do texto. Essa estratégia produz um efeito de debreagem actancial enunciativa que o aproxima da instância máxima da Entidade e o situa na mesma topologia, ou seja, entre presidentes. Desta forma ela produz o efeito de legitimá-lo enquanto presidente do país e como sujeito competente diante dos enunciatários.

Em seu último ano de mandato, Temer utiliza debreagens enuncivas para falar sobre a performance de seu governo no setor ambiental: negociação da Agenda 2030, ratificação do Acordo de Paris e sobre justiça social, em um governo que se notabilizou por políticas restritivas aos interesses trabalhistas e sindicais.

Aparentemente, sentidos de legitimidade e autoridade foram preocupações nos discursos Temer. Para tanto, utilizou estratégias sutis e precisas que criaram aproximações e distanciamentos que se complementam na construção dos efeitos de sentido pretendidos: para as aproximações, Temer usou debreagens enunciativas com verbos de ação e intencionalidade (depositarei, trago, assinarei, entregarei) que criam camuflagens subjetivantes e fazem emergir um sentido de competência modal. Para criar distanciamentos, utilizou verbos na terceira pessoa e debreagens objetivantes para produzirem o sentido de fazer crer na legitimidade do seu mandato.

A seguir, os discursos do governo Jair Bolsonaro.

Governo de Jair Messias Bolsonaro (2019-2022).

Jair Bolsonaro foi o enunciador de quatro discursos em um governo em que a lógica do acidente acabou se tornando uma regularidade. Em todos, deixou marcas grotescas num

regime de presença definido como “bufão” (Landowski, 2002, p. 204), utilizando as aberturas dos trabalhos da Assembleia Geral da ONU como oportunidade para estabelecer uma função fática e estética (Demuru; Fachine, 2022, p. 19) para aproximá-lo e facilitar a modalização dos destinatários que compõem suas bases de apoio.

Segundo Landowski, o político bufão é aquele que adota um regime de visibilidade marcado pela “impertinência e pela grosseria”, utilizando

trocadilhos pírios, vulgaridade deliberada na expressão e na atitude, crueza ou até inconveniência de propósito [...] só reconhece a etiqueta do meio político, e de forma mais geral, as convenções do debate público, na intenção calculada de violá-las (Landowski, 2002, p. 204).

Dado o nosso objetivo, vamos nos deter nos segmentos relacionados ao meio ambiente e sustentabilidade daqueles discursos.

O discurso de 2019, foi enunciado sob a forma de uma camuflagem subjetivante, na primeira pessoa, com pronomes possessivos, emergindo daí um sentido inequívoco de fiador da verdade, de posse e autoritarismo em relação ao Estado. Ao falar de temas ambientais, Bolsonaro não enunciou sobre preservação, mas justificou as agressões ou negligência de seu governo ao meio ambiente utilizando estratégias para produzir o efeito de verdade a partir de uma lógica inexistente, usando informações falsas ou autoverdades em que o efeito de verdade é produzido apenas porque o enunciador afirma que é verdadeiro. Para tanto, menciona as dimensões da Amazônia que, pela vastidão, não precisa ser preservada ou atribui as queimadas naquela região ao clima seco, obra de indígenas ou populações locais.

Os discursos seguintes foram enunciados na primeira ou terceira pessoas e procuraram produzir um efeito de verdade a partir da desinformação e da criação de antissujeitos para defender seu governo de acusações sobre desmatamentos e queimadas na Amazônia. O discurso de 2021 trouxe, inclusive, uma enunciação com texto oficialmente grafado em maiúscula, recurso utilizado como indicativo de gritos destinados a intimidar os destinatários: “- QUAL PAÍS DO MUNDO TEM UMA POLÍTICA DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL COMO A NOSSA?”

Conclusões

Os discursos do Brasil na Assembleia Geral da ONU revelam continuidades e descontinuidades. Entre as continuidades, a primeira isotopia temática é a da responsabilização dos países desenvolvidos pela maior parte dos problemas ambientais que, por sua vez, não aceitam esta modalização e se recusam a estabelecer contratos que possam reduzir sua atividade econômica.

A segunda isotopia decorre da primeira, ou seja, a iteração de discursos com solicitações financeiras ou tecnológicas. Embora os financiamentos sejam necessários aos projetos ambientais, esta associação entre meio ambiente e economia nos discursos sugere acordos de tolerância aos danos ambientais, se mitigados pela via financeira.

A terceira diz respeito à inclusão do homem associado às questões ambientais: pela primeira vez, o homem passou a ser considerado parte da natureza e, portanto, parte de uma “ecologia-mundo” (Moore, 2022, p. 10). Os discursos do presidente Lula evidenciaram essa política de Estado. Entretanto, este tema também foi utilizado como objetivação para modalizações de natureza econômica, como as Rodadas de Doha ou a exportação de etanol, atividade causadora de danos ambientais apenas remotamente ligada à questão social.

A quarta isotopia é a da figurativização de meio ambiente através da Amazônia. Essa concepção produz um apagamento dos demais biomas, que têm menor proteção e sofrem agressões severas.

A quinta é a do sentido da floresta Amazônica objetificada como distante, infinita, exótica (Barros, 2007, p. 131), que dificilmente irá interferir na vida das pessoas. Esse sentido provoca um afastamento da sociedade em relação à sua importância e necessidade de proteção.

Derivada da anterior, temos a isotopia da soberania e competência do país sobre a região amazônica. A estratégia adotada para afirmar a soberania brasileira é baseada na objetivação dos resultados de diminuição do desmatamento e queimadas que apresentam inconsistências, dificultando seu sentido de parecer verdadeiro.

Finalizando, temos a isotopia da produção de energia renovável com sentido de “energia limpa”. Tais formas de energia, embora importantes do ponto de vista econômico,

são agressivas ao meio ambiente por produzirem o desaparecimento ou mudança de ecossistemas, poluição de mananciais, contaminação e emissão de gases.

Os discursos do período Bolsonaro evidenciaram uma intencionalidade de negligenciar ou desfazer estruturas e conquistas socioambientais dos 33 anos anteriores, privilegiando atividades econômicas predatórias ao meio ambiente e aos povos originários.

As isotopias contidas nesses 37 anos de discursos indicam que, apesar de retrocessos pontuais houve um inegável avanço na agenda socioambiental do Brasil, todavia, os sentidos atribuídos ao meio ambiente ainda remetem ao seu uso como objeto de valor em modalizações econômicas e políticas.

REFERÊNCIAS

ARMONY, Victor. Aportes teórico-metodológicos para El estudio de la producción social de Sentido a través del análisis del Discurso presidencial. **Revista Argentina de Sociología**. Año 3 n° 4. p 32-54. Mayo-junio 2005 Buenos Aires-Argentina. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26930403> – Acesso em 23/02/2024.

BARROS, Antonio Teixeira de. Visões do paraíso: o discurso oficial brasileiro sobre ecologia e a exaltação das belezas naturais da Amazônia. **Latinoamerica. Revista de Estudios Latinoamericanos**. México. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.org.mx/pdf/latinoam/n44/2448-6914-latinoam-44-129.pdf> Acesso em 15 mai. 2024.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura da 78ª Assembleia da ONU**. Nova Iorque-EUA. 19 set. 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos-e-pronunciamentos/2023/discurso-do-presidente-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-da-78a-assembleia-da-onu> Acesso em 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do Debate-Geral da 62ª Assembleia-Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 25 set. 2007. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2007/25-09-2007-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-do-debate-geral-da-62a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas/view>. Acesso em: 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do debate geral da 63ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 23 set. 2008. Disponível

em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2008/23-09-2008-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-abertura-do-debate-geral-da-63a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas/view> Acesso em: 12 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2003-2010: Luiz Inácio Lula da Silva). **Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura do debate geral da 64ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 23 set. 2009. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2009/23-09-2009-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-durante-a-abertura-do-debate-geral-da-64a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas> Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Ministro das Relações Exteriores (2010: Celso Amorim). **Discurso do Ministro Celso Amorim na abertura do Debate Geral da 65ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas 2010**. Nova Iorque – EUA. 23 set. 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/discursos-artigos-e-entrevistas/ministro-das-relacoes-exteriores/discursos-mre/celso-amorim/discurso-do-ministro-celso-amorim-na-abertura-do-debate-geral-da-65-sessao-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-york-23-de-setembro-de-2010> Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 66ª Assembleia Geral das Nações Unidas, 2011**. Nova Iorque-EUA. 21 set. 2011. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-66a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua> .Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 67ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 25 set. 2012. Disponível em: <https://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-67a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua> — Biblioteca (presidencia.gov.br) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 68ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 24 set. 2013. Disponível em: <https://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/dilma-rousseff/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-68a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua> — Ministério das Relações Exteriores (www.gov.br) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL. Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 69ª Assembleia Geral das Nações Unidas**. Nova Iorque-EUA. 24 set. 2014. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/discursos/discursos-da-presidenta/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-na-abertura-do-debate-geral-da-69a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-nova-iorque-eua>

[debate-de-alto-nivel-da-69a-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-onu](#) .Acesso em 24 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2011-2016: Dilma Rousseff). **Discurso da Presidenta da República, Dilma Rousseff, na abertura do Debate Geral da 70ª Assembleia Geral das Nações Unidas.** Nova Iorque-EUA. 28 set. 2015. Disponível em: [28-09-2015 - Discurso da presidenta da República, Dilma Rousseff, durante Abertura da 70ª Assembleia-Geral das Nações Unidas - Nova Iorque/EUA — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) . Acesso em: 24 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). **Pronunciamento do Sr. Presidente da República, Michel Temer, durante abertura do Debate Geral da 71ª Assembleia Geral das Nações Unidas.** Nova Iorque-EUA. 20 set. 2016. Disponível em: [20-09-2016-Pronunciamento do senhor Presidente da República, Michel Temer, durante abertura do Debate Geral da 71ª Assembleia Geral das Nações Unidas - Nova York/EUA \(20min19s\) — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) . Acesso em: 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). **Discurso do Sr. Presidente da República, Michel Temer, na Abertura do Debate Geral da 72ª Assembleia Geral da ONU.** Nova Iorque-EUA. 19 set. 2017. Disponível em: [19-09-2017-Discurso do Presidente da República, Michel Temer, na Abertura do Debate Geral da 72ª Sessão da Assembleia Geral da ONU — Biblioteca \(presidencia.gov.br\)](#) Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Michel Temer). Em discurso na ONU, Temer critica unilateralismo e intolerância. **Agência Brasil.** Nova Iorque-EUA. 25 set. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.abc.com.br/internacional/noticia/2018-09/em-discurso-na-onu-temer-critica-unilateralismo-e-intolerancia>. Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro). Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na Assembleia Geral da ONU. **Agência Brasil.** Nova Iorque-EUA. 24/09/2019. Disponível em: <https://bit.ly/3Dtmna9> .Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2019-2022: Jair Messias Bolsonaro). Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na 75ª Assembleia Geral da ONU. **Agência Brasil.** 22/09/2020. Disponível em: <https://bit.ly/3qbcLxI> . Acesso em 25 jul 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Jair Messias Bolsonaro). **Discurso do Sr. Presidente da República, Jair Bolsonaro, na Abertura do Debate Geral da 76ª Assembleia Geral da ONU.** Nova Iorque-EUA. 21 set. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2021/09/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-na-abertura-da-76deg-assembleia-geral-da-onu> . Acesso em 25 jul. 2023.

BRASIL.Presidente (2016-2019: Jair Messias Bolsonaro). **Discurso do Presidente da República, Jair Bolsonaro, na Abertura do Debate Geral da 77ª Sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas - AGNU.** Nova Iorque-EUA. 20 set. 2022.

Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidencia/ex-presidentes/bolsonaro/discursos/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-na-abertura-do-debate-geral-da-77a-sessao-da-assembleia-geral-das-nacoes-unidas-agnu>. Acesso em 25 jul. 2023.

CASARÕES, Guilherme Stolle Paixão e. **As três camadas da política externa do governo Collor: poder, legitimidade e dissonância**. 2011. Dissertação (mestrado) - UNESP/UNICAMP/PUC-SP. 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3XDIzYH>. Acesso em 02 jul. 2023.

CORRÊA, Luiz Felipe de Seixas (Org). O Brasil nas Nações Unidas - 1946-2006. **Fundação Alexandre de Gusmão**. Brasília/DF: FUNAG. 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3poRuQI>. Acesso em 08 mai. 2023.

DEMURU, Paolo; FECHINE, Yvana. **Um bufão no poder. Ensaios sociosemióticos**. Rio de Janeiro/RJ: Confraria do Vento. 2022.

FEIX, Rodrigo Daniel, MIRANDA, Silvia Helena Galvão e BARROS, Geraldo Santana de Camargo. Comércio Internacional, Agricultura e Meio Ambiente: teorias, evidências e controvérsias empíricas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. Vol. 48 nº 3 p. 605-634. Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural-SOBER. Piracicaba/SP: 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3XVq1D5>. Acesso em 15 jul. 2023.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo/SP: Editora Contexto, 2011.

GREIMAS, Algirdas J. **Sobre o sentido II. Ensaios semióticos**. São Paulo/SP: Edusp, 2014.

GREIMAS, Algirdas J.; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo/SP: Contexto, 2018.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo/SP: Educ/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, Eric. **Interações arriscadas**. São Paulo/SP: Estação das Letras e Cores, 2014.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro**. São Paulo/SP: Ed. Perspectiva, 2002.

MOORE, Jason. O surgimento da natureza barata. In MOORE, J.W. (org.) **Antropoceno ou Capitaloceno? Natureza, história e crise do capitalismo**. São Paulo/SP: Elefante, 2022.

MORENO, Derliz Hong Hung; BRZEZINSKI, Maria Lúcia Navarro Lins. O meio ambiente nos discursos presidenciais do Brasil redemocratizado na Assembleia Geral da ONU de 1985 a 2022. **Iguazu Science**, v. 1, n. 1, fev. 2023. Disponível em: <https://iguazu.uniguacu.com.br> Acesso em 22 fev. 2024.

Nações Unidas Brasil. **A ONU e o Meio Ambiente**. Brasília, DF. c2020. Disponível

em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente> . Acesso em 15 mai. 2024.

PARENTI, Christian. Criação de ambiente no Capitaloceno: a ecologia política do Estado. In MOORE, J.W. (org.) **Antropoceno ou Capitaloceno? Natureza, história e a crise do capitalismo**. São Paulo/SP: Elefante, 2022.

PRADO, Débora Figueiredo Barros; MIYAMOTO, Shiguenoli. A política externa do governo José Sarney (1985-1990). **Revista de Economia & Relações Internacionais**. Fundação Armando Álvares Penteado Vol. 8 (16). 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3NwXQWh> . Acesso em 27 jun. 2023.

PUGLIESE, L.; LOURENCETTI, C.; RIBEIRO, M. L. Impactos ambientais na produção do etanol brasileiro: uma breve discussão do campo à indústria. **Revista Brasileira Multidisciplinar**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 142-165, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3rxsBDm> Acesso em: 17 jul. 2023.

QUEIROZ, F. A. Seria a Hileia uma arena de baixo custo na lógica de poder da Guerra Fria? O caso dos Grandes Lagos Amazônicos (1964-1968). **OPSIS**, v. 14, n. Especial, p. 266–286, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/Opsis/article/view/30416>. Acesso em: 15 mai. 2023.

SALLUM JR, Brasílio. Governo Collor: O Reformismo Liberal e a Nova Orientação da Política Externa Brasileira. **Revista Dados**. Vol. 54 no 1, p. 259-288. Rio de Janeiro/RJ: UERJ, 2011 - Disponível em: <https://bit.ly/42XNbd6> .Acesso em 27 jun. 2023.

SILVA, Rosana Louro Ferreira. **O meio ambiente por trás da tela - estudo das concepções de educação ambiental dos filmes da TV escola**. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação. Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3r5p3YI>. Acesso em: 23 mai. 2023.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ANTONIO ROBERTO ROSSI

Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Universidade Paulista (UNIP) e mestre em Comunicação pela mesma universidade. Graduado em História pela Universidade de São Paulo (FFLCH-USP) e pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

E-mail: rossigprs@gmail.com

PAOLO DEMURU

Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna, doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo (USP). Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie e pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosemióticas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

E-mail: paolo.demuru@mackenzie.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v.19, n.1, p. 286-290, jan-jun. 2024

Um olhar para a teoria social sob a perspectiva da Identidade e Diferença

Isadora da Silva PRESTES

Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNICENTRO/Guarapuava. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNESP/Bauru.
E-mail: isadora.prestes@unesp.br

Leonardo Silva MACIEL

Especialista em Diversidade, Inclusão e Cidadania pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis (FAFIPE). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP/Bauru.
E-mail: l.maciel@unesp.br

Enviado em: 15 dez. 2023

Aceito em: 12 jan. 2024

Resenha de: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença** – A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

Para pensarmos a Identidade e a Diferença, a obra que acompanha seu nome, organizada por Tomaz Tadeu Silva, tem muito o que nos dizer. Publicada pela primeira vez no ano de 2005 pela editora Vozes, os ensaios ali desenvolvidos são uma grande referência no campo dos Estudos Culturais. Grossberg (2015, p. 15) afirma que os Estudos Culturais “[...] não transformam contextos em objetos novos fixos e estáveis, mas os tratam como construções sempre abertas, mutáveis e porosas, estratégicas e temporárias” coadunando com os preceitos de identidade e diferença propostos por Woodward, Silva e Hall.

A estrutura do livro é composta por três ensaios, sendo o primeiro escrito pela autora Kathryn Woodward, onde são apresentados os principais conceitos de identidade e diferença, exemplificando-os e correlacionando-os. O segundo capítulo, por sua vez, é de autoria de Tomaz Tadeu da Silva. Nele, o autor aborda que a identidade e a diferença é mais do que um problema social, mas curricular, pedagógico e político. Por fim, o último capítulo é de autoria de Stuart Hall. O autor inicia o capítulo com uma provocação “Quem precisa de identidade?”. Para responder a essa questão, Hall se debruça sob conceitos que serão esmiuçados na terceira seção desta resenha.

Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual

A argumentação de Woodward nos leva a entender que a identidade tem profunda relação com a exclusão, marcada pela diferença, a qual é socialmente construída. Dessa forma, buscar no passado formas de identificação, trazem à tona a percepção de novas identidades. Essa redescoberta é definida por Woodward como a construção da identidade, fortemente caracterizada pelo conflito, pela contestação e até mesmo pela crise de identidade, o que coaduna também com os preceitos de Hall (2006), onde “[...] o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (p. 13). A autora nos leva em uma lúdica exposição sobre as mudanças globais e suas influências nas estruturas políticas e econômicas. Esse campo de disputa elucida a luta pelas questões identitárias e a manutenção das identidades. Woodward aponta ainda que as

identidades são marcadas pelas diferenças tanto por meio de sistemas simbólicos de representação, quanto pelos de exclusão, mas que dependem umas das outras para existir. Nessa perspectiva, ela afirma que a diferença se mostra enquanto distinção do outro, sendo componente para esse sistema de classificação e formada relativamente às outras identidades. Nesse sentido, as identidades são classificadas com marcadores de diferença, onde primeiro se identifica a diferença, para posteriormente gerar identificação. Woodward fecha seu raciocínio voltando-se à subjetividade e a identidade. Para a autora, a subjetividade envolve pensamentos e emoções sejam eles conscientes e inconscientes que refletem nos indivíduos para gerar identificação ou diferenciação de algo ou alguém.

A produção social da identidade e da diferença

O segundo capítulo aponta para a ausência de uma teoria da identidade e da diferença, bem como do seu processo de produção. O organizador da obra nos leva ao debate de que a identidade (cultural e historicamente atribuída) e a diferença, se constituem por meio de um processo de produção simbólica e pelos discursos. Tanto a identidade, quanto a diferença, são impostas e disputadas em um sistema de relação de poder, negociadas em sua definição linguística. No entanto, cabe destacar ainda que, embora os signos carreguem consigo significações imutáveis, as identidades por sua vez, estão em constante transformação. Stuart Hall (2006, p. 13), coaduna com esse ideal, afirmando que “[...] a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” estando em constante processo de evolução e transformação. Silva aponta para a força que as relações de poder emergem sobre a diferenciação, onde dela se faz processo central para a produção da identidade e a diferença, uma vez que são relações sociais. Tanto a identidade e a diferença, “não são definidas, são impostas” (Silva, 2000, p. 81) e, portanto, não vivem harmoniosamente lado a lado, mas disputam espaços. Dessa forma, identidade e diferença são, para o autor, um problema social, pedagógico e curricular. Social pois o encontro com o outro, com a diferença é inevitável, pedagógico e curricular pois mesmo reprimido, o diferente é inevitável. Vemos diferença em tudo, e nesse sentido, ampliamos as concepções de estereótipos, discriminação e violência principalmente sobre maiorias minorizadas (Santos, 2020) pela sociedade. Albuquerque Júnior afirma que “[...] o estereótipo nasce de uma caracterização grosseira e indiscriminada do grupo estranho, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas, em nome de semelhanças superficiais do grupo” (2010, p. 30), o que contribui para a perpetuação de preconceitos.

Quem precisa de identidade?

No terceiro capítulo, Hall direciona sua atenção acerca do multiculturalismo, visando abordar a diversidade cultural como uma pedagogia voltada para a apreciação da diferença. Nesse contexto, a perspectiva da diversidade cultural alinha-se com os princípios delineados por Escosteguy, Schulman e Johnson (2020), os quais apontam “[...] os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia” (p. 7). O título do ensaio questiona o início da discussão, apontando para as divergências conceituais presentes na ciência para a compreensão do termo. O autor se preocupa em trazer reflexões sobre o conceito de “identificação”, traçando um novo caminho em relação as outras duas discussões do livro que dialogavam com a ideia de “diferença” enquanto foco da discussão. Hall não se preocupa em trazer definições e/ou afirmação sobre o que seria a identidade/identificação, mas tensiona o debate para o entendimento que sua contextualização ainda é uma das poucas desenvolvidas na teoria social e cultural, de modo que suas ideias dialogam para o que ele chama de lógica da identidade operada por meio da *différance*. O termo é empregado como um processo de articulação, saturação, não sendo, portanto, uma totalidade, um ideal. Para ele, *différance* é o que torna algo único. Nessa linha, Hall aponta identidade como conceito estratégico e posicional, onde ao aderir uma identidade, é necessária a exclusão de outras. Para além cabe destacar que, não assinala um núcleo estável do eu, o qual pode alterar sua forma de identificação ao longo da vida, passando a se identificar com outras coisas e ver diferença em questões que antes eram comuns a ela e por ela identificáveis e não diferidos. Para o autor, “[...] a identidade é realmente algo formado ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada” (2006, p. 38) Assim, a identidade não é essencialista, singular, mas sim construída ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar e até mesmo se contrapor. Por fim, pode-se afirmar que a leitura do livro é de grande valia para compreender como acontecem, se formam, se disseminam e se relacionam identidades, bem como, identificar a atuação das relações de poder na formação de identidades e de diferenças.

Referências

- ALBUQUERQUE JÚNIOR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2010.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN, Norma; JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.
- GROSSBERG, Lawrence. Lutando com anjos: os estudos culturais em tempos sombrios. **Matrizes**, v. 9, n. 2, p. 13-46, 2015.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- SANTOS, Richard. **Maioria Minorizada: um Dispositivo Analítico de Racialidade**. Rio de Janeiro: Editora Telha, 2020.
- SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BIOGRAFIA DOS AUTORES

ISADORA DA SILVA PRESTES

Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNICENTRO/Guarapuava em 2022. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNESP/Bauru. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais – ComMov.

E-mail de contato: isadora.prestes@unesp.br

LEONARDO SILVA MACIEL

Especialista em Diversidade, Inclusão e Cidadania pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Penápolis (FAFIPE). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP/Bauru.

E-mail de contato: l.maciел@unesp.br



COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA.

ISSN: 2236-8000

v. 19, n. 1, p. 291-295, jan-jun, 2024

Desinformação: caminhos e desafios

Desinformación: caminos y desafíos

Disinformation: paths and challenges

Juliana Leão Borba LINS

Mestranda no Programa de Pós-
Graduação em Design/Universidade de Brasília (UnB)
E-mail: juliana.lins@ifg.edu.br

Ana Carolina Kalume MARANHÃO

Doutora em Comunicação/ Universidade de Brasília/
Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de
Pós-Graduação em Design/ Universidade de Brasília (UnB)
E-mail: kalume@unb.br

JORGE, Thaís de Mendonça (org.). **Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, fake news: a democracia ameaçada**. Brasília-DF: Supremo Tribunal Federal: Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2023. (366 p.) Disponível em: https://www.stf.jus.br/arquivo/cms/campanha/anexo/combate/ebook_desinformacao_o_mal_do_seculo.pdf. Acesso em: 27 mai. 2024.

É possível observar, na atualidade, a facilidade com que informações falsas e controversas ganham especial contorno, principalmente, nos sistemas de redes sociais, território ainda desabitado pela garantia da veracidade informacional, acarretando graves riscos para o jornalismo legítimo e para a sociedade de maneira mais abrangente. Em um verdadeiro debruçar crítico sobre o panorama desinformativo e das informações falsas, nos convida a reflexão a coletânea “Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, *fake news*: a democracia ameaçada”, fruto da parceria entre o Tribunal Superior Federal (STF) e a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), aborda a problemática da desinformação, propondo uma análise contemporânea. Composta por 31 autores distribuídos em 16 artigos e três unidades temáticas, a publicação reúne professores, especialistas e pesquisadores nas áreas de comunicação e legislação. Antes de entrar com maior minuciosidade no livro, não podemos deixar de discorrer sobre três conceitos trazidos à luz diversas vezes dentro da obra: *misinformation*, *disinformation* e *mal-information*. “Jornalismo, *fake news* & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo”, é utilizado diversas vezes ao longo do livro como referência para definir esses três significados. *Misinformation* é a informação incorreta divulgada sem que a pessoa que compartilha saiba se tratar de um erro. *Mal-information* é a informação verdadeira usada para prejudicar. *Disinformation*, divulgação intencional de mentiras para prejudicar algo ou alguém. Com esses apontamentos iniciais adentramos na compilação.

O primeiro capítulo é escrito por Rosa Maria Pires Weber, ministra do Supremo Tribunal Federal (STF), nos anos de 2011 a 2023. Entre as experiências trazidas pela jurista sobre os trabalhos desenvolvidos no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e no STF para combater a desinformação, está a criação pelo TSE do Gabinete Estratégico em 2018, grupo interinstitucional, instituído para responder, o que naquele momento se configurava como algo inédito, que era a larga propagação de conteúdos enganosos sobre a justiça eleitoral brasileira e o sistema de votação. "Processos eleitorais têm sido alvos preferenciais de

campanhas de desinformação ao redor do mundo". (WEBER, 2023, p.25). No segundo artigo, o analista jurídico do Superior Tribunal Federal Jorge Santa Ritta, analisa a confidencialidade da informação, a cultura do sigilo e o dever da transparência, em uma análise que leva em conta a troca de informações entre o Estado e o cidadão. O autor levanta questões sobre ocorrências de desinformação estatal existentes ao longo da história brasileira, realizando uma crítica à censura, segredo, falta de informação intencional e ressalta que sigilo deve ser exceção. No artigo seguinte, as jornalistas Gabriela Guerreiro e Mariana Oliveira atuantes no setor de Comunicação do Superior Tribunal Federal (STF) apresentam: "Ações de comunicação na defesa de direitos fundamentais do ser humano". Abarcando sobre o Programa de Combate à Desinformação (PCD), criado em 2021, pelo STF, com ações de comunicação baseadas no tripé: I- alfabetização midiática, II- contestação de notícias falsas e III- valorização da Corte. No quarto e último texto da primeira unidade, Rodrigo Lobo Canalli, assessor- chefe da Assessoria de Inteligência Artificial do STF, escreve: "Direito fundamental à verdade: uma defesa constitucional da integridade informacional". O especialista explica como a articulação entre tecnologia e comunicação vem transformando as estruturas sociais. Mas pondera sobre a desinformação, apontando-a como uma questão humana e social e não tecnológica, mas que a tecnologia pode ser utilizada para ampliá-la.

A segunda unidade inicia-se com o texto de Luiz Cláudio Martino, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, no qual o autor realiza uma análise crítica das doutrinas militar e civil da informação. Martino aponta sobre as limitações de tais doutrinas e a necessidade de trazer ao debate público outras dimensões comunicacionais. O sexto artigo do livro, de Dione Oliveira Moura e Luciane Agnez, foca nos valores éticos e técnicos jornalísticos nos projetos de *fact-checking*. O sétimo artigo é assinado por Maíra Moraes e aborda a criação do chamado "mercado da verdade" e da problematização da pós-verdade. O próximo texto é de Márcia Marques, sobre letramento em rede. A autora cita Paulo Freire e sua obra aparece como base de fundo reflexiva no processo de ensinar e aprender para a libertação no contexto atual nos campos Comunicacional, Informacional e da Ciência da Computação. Em seguida, Cristine Marquette mais quatro professores e pesquisadores da UnB analisam os resultados das ações de alfabetização midiática realizadas com graduandos de jornalismo da Universidade de Brasília, no capítulo intitulado: "Ensino de jornalismo: a experiência do Observatório Internacional Estudantil da Informação (ObservInfo)".

Os três últimos artigos da segunda parte tratam, o primeiro, do discurso do presidente Jair Bolsonaro na Assembleia- Geral das Nações Unidas, em um texto das professoras da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Kátia Belisario e Elen Gerales, seguido pelo capítulo assinado em conjunto por Thaís de Mendonça Jorge, organizadora do livro, e por Pedro Faray Melo Silva, sobre o papel das bolhas digitais e a plataforma Twitter. Por fim, Liziane Guazina assina em conjunto com quatro pesquisadoras do campo comunicacional, o artigo: “Análise exploratória da comunicação do governo federal a partir de três princípios da comunicação pública”. Os exemplos em estudo foram retirados do período 2018-2022, na gestão do então presidente Jair Bolsonaro.

A terceira e última parte da obra é composta por um conjunto de quatro artigos que versam sobre a refutação de informações incorretas sobre vacinação infantil, as dinâmicas discursivas e seus efeitos na saúde, divulgação de dados errados sobre a vacina contra a Covid-19, e um estudo de caso sobre o canal Saúde sem *Fake News*. Todo o escopo final nos leva a refletir sobre a relação entre Ciência, saúde e informação. Em suma, "Desinformação o mal do século: distorções, inverdades, *fake news*: a democracia ameaçada" se destaca como uma obra fundamental para decifrar as intrincadas dinâmicas da circulação de informações em uma era permeada pelas Tecnologias da Informação e Comunicação, bem como pelas conexões em rede.

REFERÊNCIAS

IRETON, C.; POSETTI, J. (eds.). **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo: Introdução**. Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, 2019.

BIOGRAFIA DAS AUTORAS

JULIANA LEÃO BORBA LINS

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design na Universidade de Brasília (UnB). Bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade de Brasília (UnB)

E-mail: juliana.lins@ifg.edu.br

ANA CAROLINA KALUME MARANHÃO

Doutora em Comunicação/ Universidade de Brasília/ Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade de Brasília (UnB). Integra a equipe de pesquisa do Núcleo de Multimídia e Internet, laboratório ligado à Faculdade de Tecnologia - Departamento de Engenharia Elétrica, da Universidade de Brasília (FT/ENE/UNB), onde desenvolve pesquisas sobre Comunicação, Redes, Tecnologias da Informação e Comunicação e Educação, com ênfase em novas metodologias de aprendizagem.

E-mail: kalume@unb.br *E-mail de contato: email@dominio.com*

"A única forma de combater a desinformação é por meio do jornalismo"

*Entrevista com João Canavilhas,
por Liliane Ito*

Observador curioso dos fenômenos de seu próprio tempo, João Canavilhas é um dos pesquisadores portugueses mais citados no Brasil no campo da Comunicação e Informação. Sua trajetória como investigador e docente contabiliza mais de duas décadas e meia e, ainda assim, ele segue atuando de forma ativa na graduação, articulando pesquisa e ensino em práticas diárias.

Do professor atencioso na graduação ao investigador renomado, com diversos projetos em nível nacional e internacional, Canavilhas considera que suas pesquisas seguiram um curso natural, quando observadas longitudinalmente, e estão sempre atreladas ao novo.

No LabCom, unidade de investigação em Ciências da Comunicação, no qual é diretor de



Imagem: João Pedro Silva

internacionalização, lidera pesquisas que envolvem integrantes de nacionalidades diversas, com o cuidado de oferecer os resultados também em língua portuguesa, já que considera esta uma importante ação para o fortalecimento da pesquisa na área, em nosso idioma.

Nesta entrevista, realizada presencialmente, em 21 de maio de 2024 no seu gabinete de trabalho na Universidade Beira Interior (UBI),

em Covilhã, Canavilhas fala sobre sua relação longa com a pesquisa no Brasil, retoma um de seus conceitos mais conhecidos – o de webjornalismo –, tece reflexões sobre o papel do jornalismo diante do cenário de desinformação e pós-

verdade no mundo todo e discorre sobre o que denomina como modelo de negócio 360 graus para a sustentação econômica do jornalismo profissional, no qual a atuação do Estado é tanto necessária quanto crucial.

Sua trajetória como pesquisador é marcada por parcerias com pesquisadores brasileiros, sejam eles docentes como também estudantes, que vêm fazer doutorado ou pós-doc na Universidade Beira Interior. Como o senhor avalia essa relação longa com o Brasil?

Isso começou já há muitos anos, quando nós da Beira Interior começamos a trabalhar com a Universidade Federal da Bahia. Na altura, ainda se falava pouco em jornalismo na web e, como eles estavam mais à frente na pesquisa sobre este tema no Brasil e nós, em Portugal, estabelecemos então uma parceria muito próxima com a Universidade Federal da Bahia, e na sequência disso passaram por aqui pessoas como a Susana Barbosa, que fez uma parte do doutorado aqui. A Luciana [*Mielniczyk*] também esteve cá naquela altura. Depois, entretanto, nós lançamos também a BOCC [*Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*], que é a maior biblioteca de Ciências da Comunicação em português e isso fez com que houvesse uma grande visibilidade de Portugal no Brasil. A partir daí, naturalmente, as relações foram se alargando a outras universidades... Veio

mais gente fazer doutorado conosco, fomos nós muito mais vezes ao Brasil no âmbito de intercâmbios e de projetos entre os dois lados e, portanto, estabeleceu-se aqui um laço muito forte com investigadores brasileiros. Depois, as pessoas que vinham fazer doutorado acabam por tornar-se professores, investigadores, e durante algum tempo nós mantemos os temas de investigação. No fundo, gerou-se aqui uma espécie de onda nesta ligação entre a Beira Interior e uma série de universidades brasileiras, no início muito ligadas à questão do on-line, mas depois foi alargando para outras áreas. Começamos ali na Bahia, mas a partir de certo momento já fazíamos trabalhos com pessoas de várias partes do Brasil (e quando falamos do Brasil, não estamos propriamente a falar de Portugal que é assim uma coisa pequenina), mas mesmo tendo essa dimensão [*territorial*], como a comunidade é relativamente pequena na área das Ciências da Comunicação, e toda a gente conhece toda a gente, naturalmente fomos procurando outros temas, vem muita gente para cá e o resto dos colegas também foram se envolvendo e criamos aqui um sistema muito interessante que tem dado muitos frutos desde publicações conjuntas,

doutorandos, mestres, pós-doutores, alguns projetos, e esperamos nós que um dia possa também vir a dar um curso entre duas universidades - nós já fazemos as duplas situações, mas seria bom que um dia pudéssemos ter um curso verdadeiramente envolvendo mais universidades, mas que envolvesse também universidades brasileiras em que os alunos passassem o semestre em cada uma das Universidades e no final, o diploma fosse comum - algo parecido com aquilo que é o *Erasmus Mundus* e outros doutoramentos em consórcio que estão a aparecer. Digamos que isso seria o topo desta relação que felizmente tem dado muita produção científica e que depois tem uma consequência também muito interessante, como são pessoas que lá também são professores, os próprios textos [*produzidos em tais intercâmbios de pesquisa*] acabam por serem estudados pelos seus alunos e, portanto, são muito usados. É isso que nós queremos, o nosso sonho sempre foi este: desenvolver esta investigação em comum com os nossos colegas de vários pontos do mundo, particularmente e no meu caso, com quem fala português - porque eu acho que devemos preservar a nossa língua - e não podemos abdicar de uma comunidade com a dimensão da nossa, não por nós, pois como eu disse, nós [*portugueses*] somos poucos, mas o Brasil tem uma comunidade gigante, e portanto, com o número de falantes de português que o Brasil tem, nós não podemos abdicar da nossa língua e, felizmente, temos o Brasil para nos ajudar nesta missão. Portanto, a sequência normal foi nós conseguirmos aumentar o acervo de publicações em

português e colocá-lo num patamar qualitativo muito, muito grande. E isso eu acho que é importante que se diga, porque muitas vezes nós temos como referência aquilo que é o mundo anglo-saxônico, e eu tenho constatado, não poucas vezes, que alguma investigação que aparece escrito em inglês por investigadores do mundo anglo-saxônico vem trazer algo que nós, de Portugal e do Brasil, já dissemos muitos anos antes, só que escrevemos em português e ninguém se deu conta. É bom que nós insistamos e consigamos provar que a investigação que nós fazemos em português é uma investigação que tem a mesma qualidade daquela que é feita em inglês e que, em muitas áreas, até vamos muitos passos à frente, mas infelizmente às vezes não têm a visibilidade que gostaríamos que tivesse.

As literaturas em português e em espanhol são realmente muito mais acessíveis pra nós. Esse é um dos fatores, mas não é obviamente o único que tornou sua pesquisa tão disseminada no Brasil. A meu ver, é realmente a qualidade da produção e a maneira inovadora com a qual o senhor pensou vários conceitos há mais de 20 anos. Por exemplo, o conceito de webjornalismo, que foi muito inovador para a época e até hoje é ensinado em sala de aula. O senhor acredita que o conceito de webjornalismo segue firme e forte depois de todo esse tempo?

Sim, eu acho que sim, o conceito é muito curioso, porque o termo eu acabo por lançá-lo um bocadinho por influência do Brasil. Porque em Portugal quando nós

falamos em jornalismo, muitas vezes, é jornalismo. Nem sempre está muito bem especificado; é sempre jornalismo, às vezes se coloca uma palavra - jornalismo televisivo, jornalismo radiofônico. Enquanto no Brasil está muito bem segmentado: jornalismo de imprensa, jornalismo televisivo, jornalismo radiofônico. Claro, aqui [em Portugal] também está segmentado, mas quando nós trabalhamos em termos de investigação, não estamos demasiado preocupados com o conceito. E foi um bocadinho de olhar para o Brasil que eu pensei “bem, na verdade, nós dizemos jornalismo televisivo e vocês [brasileiros] dizem telejornalismo. Enquanto nós dizemos jornalismo radiofônico, vocês dizem radiojornalismo”. E eu pensei “isto faz sentido. É jornalismo, é verdade, mas é adaptável”. Então, faz sentido porque nós temos um jornalismo novo para um novo meio, que façamos exatamente o mesmo, porque *on-line* tudo era; *ciber* tudo era, então, foi olhando para o caso do Brasil que eu pensei que, se há radiojornalismo e telejornalismo, faz todo sentido haver webjornalismo; e é um bocadinho daí que aparece um conceito, pois a Luciana também usa o mesmo termo, a Susana também, e foi um bocadinho por aí que nós usamos esse conceito, procurando no fundo dizer que, se a web for um meio, então o jornalismo que é feito para aquele meio tem que ter o nome no próprio jornalismo e, portanto, daí que o meu primeiro desafio foi tentar provar que a web era um novo meio, porque se não fosse, caso fosse apenas um suporte, então não faria sentido. Aliás, depois foi isso que aconteceu exatamente

com o jornalismo para dispositivos móveis - se é um meio terá um jornalismo específico, uma linguagem específica. Mas se é apenas um suporte, nem vale a pena discutir isso e, portanto, o percurso foi um bocadinho este: “Ok, se havia uma linguagem, a palavra foi incluída dentro do jornalismo”. No fundo, eu não inventei nada. A investigação tem a ver com isso. Eu não fiz nada de extraordinário - é apenas olhar para a realidade e tentar transpor as coisas e tentar agrupá-las de alguma maneira e, portanto, é uma sequência. Ora bem, [constatou-se] que é um meio e, portanto, tem uma linguagem, então, vamos identificar [as características]. O Marcos [Palacios] já tinha falado na memória, então, fui juntando as características que existiam - a hipertextualidade, a memória, a instantaneidade. No fundo, foi compilar e mostrar “reparem, tudo isto que tem sido dito por estes investigadores são as características deste jornalismo em particular”. Portanto, o processo é relativamente simples e muitas vezes é apenas a emulação daquilo que é a nossa vida real, olhando para um fenómeno - neste caso, um fenómeno midiático.

Um dos maiores desafios, senão o maior, para o jornalismo hoje é a sustentação financeira. Isso, a seu ver, tem mudado um pouco a forma como se faz notícia?

Sim. Mudou tudo no mercado a partir do momento em que falta dinheiro dentro do sistema. Isto é outra discussão, mas, muitas vezes, não queremos olhar para o

jornalismo como negócio, mas o jornalismo é um negócio. Nós podemos amar muito a profissão, podemos ser muito idealistas em relação a ela, mas alguém tem que pagar o “fazer jornalismo”. E o problema é que, a partir do momento em que as notícias passaram a ser oferecidas gratuitamente, todo o modelo que existia até aí, que era um modelo misto de venda de conteúdos mais publicidade começou a esfarelar-se. Ora, nós já sabemos onde está o dinheiro - nas grandes plataformas - e não há maneira de tirar de lá, por mais que tenhamos feito... por mais que essas empresas apoiem o jornalismo, não é suficiente para o jornalismo que nós temos hoje - e é um jornalismo já mais frágil do que tínhamos. Portanto, o que nós temos atualmente são menos meios de comunicação e aqueles que existem, com menos pessoas a trabalhar. E assim não é possível fazer o jornalismo com a mesma qualidade, não é inteligência artificial que vai resolver isto. A inteligência artificial é mais uma ferramenta, obviamente vai ajudar como o computador ajudou no seu tempo. Mas por trás disso tudo vai estar sempre o elemento humano – e se não houver pessoas nas redações, não há jornalismo de qualidade. Agora, o problema é que não há o tal do modelo de negócio. Eu não vejo outra forma de fazer que não seja através da intervenção do estado. O mercado em si não funciona - funciona no caso do *The New York Times*, porque é um meio global; agora tudo o que são meios locais, tudo o que é informação regional, local e mesmo a informação nacional em países com dimensão de Portugal, não funciona. Mesmo com a dimensão de

Espanha e mesmo se nós pensarmos no Brasil, se calhar temos um ou dois grandes meios de comunicação que ainda conseguem ganhar dinheiro, mas que isso não vai durar eternamente. Então, aquilo que eu tenho defendido é um bocadinho o modelo que eu chamo de 360 graus, que é tentar juntar o modelo *freemium*, que é: por um lado as pessoas têm que se habituar a pensar que se pagam tudo também têm que pagar informação. Se pagam Netflix para ver bons filmes, têm que pagar pra boa informação, porque aquilo que estão a ler nas redes sociais não é boa informação. Então, há uma parte que é paga, há uma parte que terá publicidade, mas se calhar temos que ser mais criativos e não fazer a mesma publicidade que fizemos a vida toda. Há outra parte que me parece muito importante e é aí que entra a ideia dos 360 graus e da intervenção estatal. O que eu defendo não é que o governo ou o Estado entregue dinheiro diretamente aos meios de comunicação social, mas sim que crie ferramentas para que o dinheiro chegue lá. Um exemplo: na França, quando os jovens atingem 18 anos, o governo faz é dar-lhe dinheiro para eles assinarem um determinado jornal. O mercado continua a funcionar. Portanto, eles dizem: “Tens aqui um subsídio, imaginemos de 100 euros e isso é um *voucher*, mas só pode se aplicar na assinatura de um jornal”. O mercado funciona a partir deste ponto: aquele jovem vai escolher o jornal ou a revista que mais gostar; portanto, não é o Estado que está a financiar diretamente o jornal A, B ou C. Outra hipótese é tudo o que são operadoras móveis têm que contribuir para o sistema. Eu, quando faço o a assinatura de um de serviço de dados,

não faço para [usar o telefone] celular. Hoje em dia, ninguém usa dados apenas para falar, mas sim para consultar internet e quando na internet, estão nas redes sociais, mas estão também a ler notícias – que quando estão nas redes sociais, estou muitas vezes a ler notícias que outros partilharam; portanto, uma parte do dinheiro devia ser para um fundo de apoio aos meios de comunicação social de cada país. Isso já acontece, por exemplo, nas fotocópias: quando nós tiramos uma fotocópia em Portugal, há uma parte do dinheiro do imposto que nós pagamos que vai para a Sociedade Portuguesa de Autores, porque as pessoas que estão a fotocopiar estão a fazer isso com livros, e, portanto, o autor está a perder dinheiro. A Sociedade Portuguesa de Autores vai redistribuir essa renda aos escritores de acordo com aquilo que são as vendas que eles fazem. Nós deveríamos seguir o mesmo com as assinaturas de pacotes móveis e com as vendas dos dispositivos móveis. No ano passado, venderam-se em Portugal, que é um pequeno país, mais de mil milhões de euros só em dispositivos móveis. Nós estamos a falar de 1% a 2%, não é preciso mais do que isso. O Estado só tinha que dizer “ok, isto custa 500 euros, passa a custar 555 euros”. E esse dinheiro reverte a favor do Fundo de Apoio ao Jornalismo, depois é redistribuído em função das audiências. Então, defendo um conjunto de situações que passariam por estas três medidas: financiar os jovens para que eles comecem a ler, dando um *voucher* para eles assinarem um jornal; quem vende dados móveis, uma parte desse dinheiro, um pequeno imposto iria para esse fundo; e quem

vende dispositivos móveis, uma parte do imposto iria também para esse fundo.

O senhor acredita que o jornalismo pode ser um contraponto no combate à desinformação? Qual seria o nosso papel como profissionais de comunicação e também pesquisadores para combater esse fenômeno que vem corroendo democracias ao redor do mundo?

A única forma de combater a desinformação é por meio do jornalismo, não há outra forma. Mesmo que nós promovamos cursos de literacia midiática (e isso compete a nós, professores), a literacia midiática ensina a distinguir o que é informação do que é desinformação. A partir do momento em que não há jornalismo, já não há nada para distinguir, para que nós possamos ensinar as pessoas a contrastar informação; o contraste significa mostrar a diferença entre ao menos duas coisas, e se uma delas deixar de existir, deixa de haver possibilidade de contrastar. Os fenômenos desinformativos são realmente complicados, difíceis de combater porque quem faz isso também já percebeu que ao fazer abertamente tem os *fact-checkers*, tem uma série de mecanismos que os combatem, então, começam a introduzir-se dentro das redes fechadas. O que torna mais difícil de combatê-lo. Se há um determinado fenômeno que está a ocorrer num espaço fechado onde nenhum de nós consegue entrar, a única maneira é ajudar essas pessoas que estão dentro do espaço a terem uma alternativa onde encontrar

uma fonte que lhes diga “não, a terra não é plana. É redonda”, e isso tem que ser feito cá fora, através de um determinado sistema. Portanto, o grande combatente da desinformação será sempre o jornalismo.

Porque mesmo para um cidadão vulgar que esteja muito envolvido na sua comunidade, quando ele percebe que alguém está a desinformar, mesmo que ele tenha muitos argumentos, ele precisa ter uma munição - a bala - ele pode ter a arma, que é a sua preparação, mas falta-lhe a bala para disparar, e essa bala é o jornalismo.

Suas pesquisas parecem evoluir, de maneira longitudinal, conforme indagações particulares, como as relacionadas a uma certa sociologia profissional dos jornalistas, mas também conforme fenômenos emergentes no campo jornalístico, como o jornalismo para dispositivos móveis e a produção jornalística integrada a ferramentas de inteligência artificial. O senhor enxerga assim também? O que o motiva a fazer pesquisa?

Basicamente, se calhar é uma característica pessoal, mas que também tem a ver com o [lado] profissional: nós estamos sempre muito atentos ao que é novo. Sempre que aparece um fenômeno novo, fico muito curioso em relação àquilo e pode ser apenas uma tecnologia (por isso tenho uma coleção, lá em casa, de tecnologias). Algumas falharam porque sempre que aparece uma coisa nova, eu gosto de ter para ver como é que funciona, e depois

num segundo momento procuro ver como é que aquilo pode ser adaptado ao jornalismo. Portanto, no fundo é um bocadinho arriscado e às vezes até frustrante. Por acaso não me dediquei em demasia a algumas coisas como o Google Glass, por exemplo. Ou seja, acontece com muita gente que se dedicou a estudar aquele fenômeno e quando deram por eles, tinha acabado.

Basicamente o que fiz foi um bocadinho movido pela curiosidade, sempre que vejo uma coisa nova, procuro perceber de que forma é que aquilo pode influenciar e, depois, numa segunda fase, a ideia: tentar perceber algo visto mais de longe. Como estávamos a falar: comecei com a web, depois a questão do jornalismo móvel e depois a necessidade de uma visão mais ecossistêmica. Entretanto, vem a inteligência artificial e voltamos a afunilar. Mas agora já começam a surgir outras questões. Quer dizer, já não é tão interessante ver se o algoritmo escreve melhor ou se calhar pior, como é que ele ajuda ao jornalista ou não. Agora, já estão me interessando outras coisas, como tentar contrastar, em termos de profissão, da sociologia da profissão, qual é a diferença entre uma coisa e outra?

Tudo bem, uma inteligência artificial hoje em dia faz muito do que um jornalista faz, mas agora vamos passar para o outro lado. Digamos que o motor de tudo aquilo que acontece é a fonte e as fontes falam aos jornalistas - uma pessoa fala com uma pessoa. Não há nenhum político que ligue para um *voicemail* e grave: “Tenho aqui uma informação. Sei que és uma inteligência artificial e vou dizer-te aqui três coisas que

ninguém sabe". Ninguém faz isso. Do outro lado quer que se tenha um ser humano, uma pessoa com quem possa dialogar, que vai garantir a confidencialidade e que sabe que o outro está sujeito a um código ético que vai garantir essa confidencialidade que não existe quando se fala para um computador - não sabem onde é que aquilo vai parar, nem quem vai aceder. Neste momento, me parece interessante estudar a relação entre o jornalismo, os jornalistas e suas fontes.

Qual conselho o senhor daria a um pesquisador na área da comunicação em início de carreira, uma pessoa que acabou de entrar no mestrado? E para um estudante de jornalismo?

Para um investigador, em início de carreira, eu diria para estar atento à sociedade em si, e não fazer aquilo que os outros já fazem. Eu digo sempre aos alunos de doutoramento: "não vale a pena vocês irem investigar um fenómeno que já há muita gente a investigar", porque as outras pessoas já têm as vantagens de saber muito sobre aquilo e você será apenas mais um. Procurem fenómenos novos, mesmo que exista pouca publicação, e muitas vezes acontece isso, eles estão a fazer um trabalho e dizem "ah, não há nada escrito sobre isto", e eu digo "claro! É por isso que estás a escrever o que tens aqui, é buscar teorias e procurar ter uma visão diferente daquilo". Portanto, eu diria para um para um jovem

investigador: originalidade e criatividade. E claro, muito trabalho!

E para um jovem jornalista, aplica-se um bocadinho do mesmo. Quando vais iniciar sua carreira, eu diria sobretudo, criatividade, que é aquilo que distingue os homens das máquinas, e é sobretudo aquilo que distingue um jornalista de outro qualquer. Se nós aplicarmos friamente as teorias que nos estão ensinadas e as técnicas de redação, as pessoas vão ser todas iguais porque seguem todas a mesma técnica; mas depois há aquele [*nesta hora, o entrevistado estala os dedos*] 'pequeno nada' pessoal. E é isso que eu realmente lhes digo: "vocês têm que pôr algo de vosso na vossa notícia". Isto não é notícia do Antônio, do Manoel ou do Joaquim. O assunto é o mesmo, mas vocês têm que ter uma abordagem em particular do assunto. Há muitas formas de plantar a mesma história se vocês ouvirem a história da Carochinha, não sei se no Brasil lá é a história da Carochinha... Se vocês ouvirem do avô materno, ela é contada de uma maneira. Mas se ouvirem do avô paterno, é de outra maneira. O final é exatamente igual, mas um deu mais ênfase a certos pormenores e o outro, em outros pormenores. É isso que é o estilo de cada um.

É isso que eu digo - não queiram ser iguais aos outros. Na verdade, a nossa existência é ser diferente do outro para ter uma marca própria. Só isso. Mais nada de especial.

Liliane de Lucena Ito

Doutora em Comunicação pelo PPGCom Unesp, é docente permanente do mesmo programa de pós-graduação, e professora do curso de Jornalismo da Unesp de Bauru (SP). *Visiting researcher* na Universidade Beira Interior (UBI/Covilhã, Portugal) e pós-doutoranda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP).

E-mail: liliane.ito@unesp.br