



Ri zo ma

Midiatização, Cultura, Narrativas
V. 8 / N° 1 (2020)
ISSN: 2318-406X

 **Sumários.org**
Sumários de Revistas Brasileiras

 **Google**
Scholar

 **latindex**

 **DOAJ** DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS


Crossref

 **Diadorim**


CAPES
.periodicos

R627 Rizoma: midiatização, cultura e narrativas [recurso eletrônico] / Departamento de Comunicação Social, Universidade de Santa Cruz do Sul. – Vol. 1, n. 1 (abr. 2013)- . Dados eletrônicos. – Santa Cruz do Sul : EDUNISC, 2013- .

Semestral

Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/index>

Vol. 8, n. 1 (outubro. 2020)

e-ISSN 2318-406X

1. Comunicação – Periódicos. 2. Comunicação de massa – Periódicos.
3. Mídia digital - Periódicos. 4. Jornalismo – Periódicos I. Universidade de Santa Cruz do Sul. Departamento de Comunicação Social.

CDD: 302.205

Catálogo: Bibliotecária Edi Focking CRB10/1197

Expediente

Rizoma – Mídia-tização, Cultura e Narrativas

Revista do Departamento de Comunicação Social - Universidade de Santa Cruz do Sul - RS

EDITORA CHEFE

Fabiana Piccinin

CONSELHO CONSULTIVO

Adriano Duarte Rodrigues – Universidade Nova de Lisboa - Portugal

Alberto Efendy Maldonado – Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil

Ana Carolina Escosteguy – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Brasil

Antônio Fausto Neto – Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil

Christa Berger Kuschick - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil

Cristiane Freitas Gutfreind – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Brasil

Dione Oliveira Moura – Universidade de Brasília - Brasil

Elias Machado Gonçalves – Universidade Federal de Santa Catarina - Brasil

Eugênia Maria Mariano da Rocha Barichello – Universidade Federal de Santa Maria - Brasil

Fernando Resende – Universidade Federal Fluminense - Brasil

Francois Jacques Jost – Universidade Sorbonne Nouvelle, Paris III - França

Jesús Galindo Cáceres – Benemérita Universidade Autónoma de Puebla – México

Jiane Adriana Bonin - Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil

João Carlos Correia – Universidade da Beira Interior - Portugal

John Pavlik – Universidade do Estado de Nova Jersey – Estados Unidos

José Luiz Braga – Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Brasil

Jorge Pedro Sousa – Universidade Fernando Pessoa - Portugal

Luiz Gonzaga Motta – Universidade de Brasília - Brasil

Marcia Franz Amaral – Universidade Federal de Santa Maria - Brasil

Marcia Benetti – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Brasil

ADMINISTRADOR DO PORTAL PERIÓDICOS UNISC

Jorge Luiz Schimidt

DIAGRAMAÇÃO

Daiana Stockey Carpes – daiacarpes@hotmail.com

PROJETO VISUAL (logotipo e capa): Laudir Jaeger e Ana Carolina Becker

REVISÃO ORTOGRÁFICA: Felipe Kopp

BOLSISTA: Julia Abich

PARECERISTAS AD HOC 2020

Ana Daniel Souza de Souza Gillone, FIAM FAAM
Ana Paula Rosa, UNISINOS
Ângela Cristina Trevisan Felippi, UNISC
Antônio Brasil, UFSC
Carlos Gerbase, PUC (RS)
Christina Ferraz Musse, UFJF
Demétrio de Azeredo Soster, UNISC
Emílio Daniel Bernini, UBA (Argentina)
Eunice Terezinha Piazza Gai, UNISC
Fabiana Quatrin Piccinin, UNISC
Josmar Reyes, UNISINOS
Juremir Machado da Silva, PUC(RS)
Luiza Lusvarghi, USP
Márcia Franz Amaral, UFSM
Marcos Fábio Matos, UFMA
Marta Scherer, UFC
Natalia Christofolletti Barrenha, UNICAMP
Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira, UFCA
Román Pablo Setton, El Salvador (Espanha)
Rosângela Fachel, UFPel
Sérgio Gadini, UEPG
Viviane Borelli, UFSM

Sumário

Editorial <i>Fabiana Piccinin</i>	7
DOSSIÊ - FAKE NEWS E COVID	
Propagação do vírus, disseminação do ódio: circulação dos afetos nas fake news sobre a covid-19 <i>Heloisa Prates Pereira, Vinicius Prates</i>	10
Lógicas acontecimentais no espalhamento de Fake news no Whatsapp <i>Eloisa Klein</i>	26
“Bolsonaro tem razão”: um parasita intracelular obrigatório <i>Ana Tázia Patricio de Melo Cardoso, Patricia Rilliane Gomes da Silva, Alexsandro Galeno Araújo Dantas</i>	49
Denegação, gramática paranoica e fake news: produção e veiculação de sentidos em tempos de pandemia <i>Geane Valesca da Cunha Klein, Admilton José de Oliveira</i>	65
Ciência e disputa de narrativas: a construção da “farsa da Covid-19” <i>Ada Cristina Machado Silveira, Aline R. Dalmolin, Carlise Schneider Rudnick, Joseline Pippi</i>	89
Orientalismo em tempos de pandemia: discursos sobre a China no jornalismo brasileiro <i>Krystal Cortez Luz Urbano, Mayara Soares Lopes Pinto de Araujo, Maria Elizabeth Pinto de Melo</i>	106
Coronavírus fake news in Russia: specificity and criteria for detection <i>Olga Demushina, Yulia Semikina</i>	123
Digital Contact Tracing: The Medium is the Message <i>David Joseph Gunkel</i>	136

Sumário

News Literacy: um antídoto contra a desinformação diante da pandemia da Covid-19	146
<i>Beatriz Becker, Heitor Machado, Igor Waltz, Beatriz Santos, Andréia Lago</i>	
Quem cuida de quem cuida? As redes sociais em tempos de combate à pandemia da COVID-19 contra as fake news. O caso do Instagram e do Whatsapp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí	165
<i>Orlando Maurício de Carvalho Berti</i>	
Fake News no contexto da pandemia de COVID-19: considerações a partir da cultura política	185
<i>Sofia Isabel Vizcarra Castillo, Débora de Oliveira Santos, Henrique Carlos de Oliveira de Castro</i>	
ENTREVISTA	
Entrevista com Luiz Artur Ferraretto e Fernando Morgado, autores do e-book Covid-19 e Comunicação: Um guia prático para enfrentar a crise (NER UFRGS, 2020)	205
<i>Flávio Antônio Camargo Porcello</i>	
Metáforas, narrativas e proliferação de espécies midiáticas durante a pandemia de 2020: uma conversa com Carlos A. Scolari	217
<i>Fernanda Pires</i>	
RESENHA	
Os Engenheiros do Caos	228
<i>Fagner Torres de França, Lilian Carla Muneiro</i>	

Editorial

Caros leitores:

É com grande satisfação que a Revista Rizoma lança seu primeiro volume de 2020, propondo reflexões importantes sobre o tema da pandemia, resultante da propagação do vírus COVID 19, que afetou decisivamente nossas vidas, forçando reorganizações operacionais e existenciais, bem como prognósticos que indicam caminhos possíveis a partir da crise sanitária. Neste sentido, estamos muito orgulhosos de trazer no V. 8/ N. 1, artigos, entrevistas e resenha referentes às investigações mais atuais sobre o tema da pandemia em seus contextos e desdobramentos midiáticos, conforme o foco da revista, voltado para os estudos das narrativas, da midiatização e da cultura.

Assim, a Revista, ao sistematizar nesta edição esse conjunto de pesquisa e debates, ocupa especialmente neste momento, este lugar estratégico de repositório, dando visibilidade e permitindo o compartilhamento sobre o que já vem sendo investigado a respeito, reafirmando a ciência como propulsora do avanço do conhecimento, fundamental para a qualificação da vida em sociedade. Para oportunizar a publicação destes trabalhos, praticamente conduzidos em simultaneidade à instauração da crise, inclusive midiática, gerada pelos efeitos da COVID 19, optamos por dilatar os prazos de entrega dos artigos para esta edição, atrasando por decorrência a própria publicação da revista. A decisão editorial esteve fundamentada na ideia de que o custo, neste caso, valeria o benefício de trazer a você, leitor, textos bastante recentes de renomados pesquisadores, ainda que isto pudesse significar, como de fato aconteceu, a chegada da revista um mês depois da data originalmente prevista.

A primeira parte da publicação que está estruturada a partir do dossiê “Fake News e Covid 19”, reúne 10 artigos de pesquisadores de diversas universidades do mundo, ocupados em investigar o fenômeno das informações falsas relacionadas à pandemia, constituindo-se sobretudo como um problema midiático e de saúde. Em “Propagação do vírus, disseminação do ódio: circulação dos afetos nas Fake News sobre a covid-19”, os autores Heloisa Prates Pereira e Vinicius Prates examinam como as informações falsas a respeito da doença integram os mecanismos de incentivo à cultura do ódio, tão recorrentes no circuito comunicacional contemporâneo. A questão da desinformação, especialmente em grupos de aplicativos de mensagem instantânea como Whatsapp, geram acontecimentos articulados por muita confusão, sentidos conspiratórios e fatalistas



Fabiana Piccinin¹

¹ Jornalista, professora e pesquisadora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em Letras (UNISC). Vice-líder do GENALIM (CNPQ), integrante do GAIA (CNPQ), do Grupo Pesquisa World Values Survey (UFRGS-CNPQ). Faz parte da Rede Pesquisa sobre Narrativas Midiáticas e da Rede de Telejornalismo (SBPjor) e da US International Exchange Alumni. Editora da Rizoma. fabia@unisc.br

que acabam incidindo nas pretensas regulações da ordem pública, como mostra Eloisa Klein, no artigo “Lógicas acontecimentais no espalhamento de Fake News no Whatsapp”.

Na sequência, o artigo ““Bolsonaro tem razão”: um parasita intracelular obrigatório”, de Ana Tázia Patricio de Melo Cardoso, Patricia Rilliane Gomes da Silva e Alexsandro Galeno Araújo Dantas, mostra como uma liderança política, ao não reconhecer a importância da doença, estimula os grupos de apoiadores, a partir do Whatsapp, a dar um sentido ou conotação outra à epidemia, diferente das recomendações defendidas pela OMS (Organização Mundial da Saúde). Também é tema das recomendações da OMS o vídeo analisado no artigo “Produção e veiculação de sentidos em ambientes digitais em tempos de pandemia: a questão das Fake News”, de autoria de Geane Valesca da Cunha Klein e Admilton José de Oliveira. O texto trata das supostas máscaras infectadas, trazidas da China para o Brasil, problematizando as condições de produção das Fake News na cena enunciativa e no seu contexto de distribuição. Num sentido similar, uma discussão importante sobre o valor de verdade embasa o artigo “Ciência e disputa de narrativas: a construção da “farsa da Covid-19”” de Ada Cristina Machado Silveira, Aline R. Dalmolin, Carlise Schneider Rudnick e Joseline Pippi que analisam o documentário *Plandemic*, conhecido por promover o que denomina a “farsa da Covid-19”, constituindo-se como um momento significativo no cenário de disputa de narrativas sobre o vírus.

Em “Orientalismo em tempos de pandemia: discursos sobre a China no jornalismo brasileiro”, Krystal Cortez Luz Urbano, Mayara Soares Lopes Pinto de Araujo e Maria Elizabeth Pinto de Melo analisam como a representação da China é construída no Brasil em razão da pandemia da COVID 19, a partir de uma análise qualitativa de uma série de matérias jornalísticas. As narrativas falsas sobre o vírus também são tema do artigo apresentado pelas pesquisadoras Olga Demushina e Yulia Semikina. No texto “Coronavírus Fake News in Russia: specificity and criteria for detection”, as autoras analisam o fenômeno russo de distribuição desse tipo de informação, observando a recorrência de técnicas agressivas de divulgação e o incentivo para que os leitores compartilhem as postagens a respeito.

No artigo “Digital Contact Tracing: The Medium is the Message”, o pesquisador David Joseph Gunkel apresenta um estudo sobre as mensagens socializadas nos dispositivos digitais, buscando monitorar como essas tecnologias podem ser empregadas no auxílio ao tratamento e prevenção da pandemia global, considerando que oferecem junto às potencialidades, também alguns perigos, nesse processo. Já Beatriz Becker, Heitor Machado, Igor Waltz, Beatriz Santos e Andréia Lago propõem no artigo “News Literacy: um antídoto contra a desin-

formação diante da pandemia da Covid-19”, uma discussão importante sobre a educação midiática nos Curso de Jornalismo, como antídoto para lidar com as Fake News de modo geral, mas especialmente em temas importantes e considerados de saúde pública como o caso da pandemia. No mesmo sentido, uma reflexão sobre o combate à desinformação é proposta no artigo “Quem cuida de quem cuida? As redes sociais em tempos de combate à pandemia da COVID-19 contra as Fake News”, do pesquisador Orlando Maurício de Carvalho Berti. Ele analisa o contra movimento nas redes sociais como Instagram e aplicativos de mensagem instantânea no combate às informações falsas.

Na seção entrevista, no primeiro texto, o professor Flavio Porcello entrevista os professores Luiz Artur Ferraretto e Fernando Morgado, autores do e-book “Covid-19 e Comunicação: Um guia prático para enfrentar a crise” (NER UFRGS, 2020). Nessa conversa, discutem sobre o perigo dos falsos especialistas tornarem-se fontes para os jornalistas, bem como a necessidade de identificar as Fake News a fim de tratar a informação a respeito da epidemia com ética e responsabilidade profissional. Conforme os autores, o material baseia-se nas recomendações da Organização Mundial da Saúde para o combate à pandemia. Na segunda entrevista, a pesquisadora Fernanda Pires entrevista o professor e pesquisador Carlos Scolari, coordenador do grupo de pesquisa MEDIUM da Universitat Pompeu Fabra, na Espanha. Entre as ideias apresentadas por Scolari está a da “busca del relato perdido”, em que reflete sobre a demanda por histórias referentes à COVID-19, resultante da necessidade do Homo Sapiens por narrativas que deem sentido ao seu mundo caótico, especialmente neste momento de tanta incerteza.

Por fim, a edição traz a resenha do livro “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”, de Giuliano da Empoli. O livro problematiza como é feito o manejo dos algoritmos, interpretando e interferindo nos desejos e sentimentos dos internautas, a partir dos dados produzidos na rede.

Com este conjunto de textos voltados ao escrutínio das questões da pandemia e das informações falsas a ela associadas, a Revista Rizoma deseja a todos excelente leitura e o melhor aproveitamento das reflexões. Que possam ser fonte para outras ideias, análises, debates, pesquisas, artigos, enfim, em direção ao cumprimento desse desenho generoso a que se propõe a investigação científica, em que cada pesquisador vem trazer a sua contribuição para a promoção do avanço maior do conhecimento.

Fabiana Piccinin

Editora da Revista Rizoma

Propagação do vírus, disseminação do ódio

Circulação dos afetos nas fake news sobre a Covid-19



Heloisa Prates Pereira¹
Vinicius Prates

Resumo: Neste artigo, analisamos 86 textos sobre a Covid-19 revisados por um website especializado em fake news. Verificamos suas tematizações e figurativizações, em busca dos circuitos de afetos engendrados pelas postagens, com base em autores da teoria comunicacional da circulação e da semiótica tensiva. Concluímos que tal circulação instaura o rompimento do contrato fiduciário simulacral oferecido pelos tradicionais actantes das democracias liberais, num trajeto que vai da frustração à agressividade.

Palavras-chave: fake news; Covid-19; circulação do afeto; semiótica tensiva.

1 Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP); pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura – CENCIB (COS/PUC-SP).

2 Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP); professor e pesquisador do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie (CCL-UPM); coordenador adjunto do grupo de pesquisa 1 Dia 7 Dias (COS/PUC-SP).

Propagación del virus, propagación del odio Circulación de afectos en noticias falsas sobre Covid-19

Resumen: En este artículo, analizamos 86 textos sobre Covid-19 revisados por un sitio web especializado en noticias falsas. Verificamos sus tematizaciones y figurativizaciones, en busca del circuito de afectos engendrado por los mensajes, basados en autores de la teoría comunicacional de la circulación y de la semiótica tensiva. Concluimos que la circulación de noticias falsas rompe el contrato fiduciario simulacral ofrecido por los actores tradicionales de las democracias liberales, en un camino que va desde la frustración hasta la agresividad.

Palabras clave: noticias falsas; Covid-19; circulación de los afectos; semiótica tensiva

Spread of the virus, spread of hatred Circulation of affections in fake news about Covid-19

Abstract: In this paper we analyze 86 texts about Covid-19, checked by a website specialized in fake news. We investigate their thematizations and figurativizations, in search of the circuit of affections engendered

by the posts. The study is based on authors of the communicational theory of circulation and of the tensive semiotics. We conclude that this circulation breaks the simulacral fiduciary contract proposed by the traditional actors from liberal democracies, in a path from frustration to aggressiveness.

Keywords: fake news; Covid-19; circulation of affection; tensive semiotics

3 Dados pesquisados nos websites oficiais da Organização Mundial de Saúde (OMS); do jornal norte-americano *Financial Times* e dos portais noticiosos UOL e G1 na última semana de maio de 2020.

1 Introdução

No primeiro dia de abril de 2020, o mundo contava perto de 50 mil mortos pela Covid-19, enquanto no Brasil havia 244 mortes atribuídas ao novo coronavírus, de acordo com levantamento das secretarias estaduais de saúde. Ao final do mesmo mês, a situação havia se agravado substancialmente. No mundo eram 240 mil mortos e, no Brasil, já chegavam a 6.253, um aumento de 2.562% no período. Os dados a respeito dos contágios eram considerados imprecisos pelas autoridades sanitárias, que acreditavam em subnotificações expressivas³.

Naquele momento, informações falsas sobre a Covid-19 se disseminavam quase tão rápido quanto o vírus causador da moléstia. No dia 27 de maio, quando as mortes no Brasil chegavam a 25 mil, as principais notícias na mídia tradicional informavam sobre uma operação da Polícia Federal que realizou mandados de busca e apreensão por determinação do ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, em endereços relacionados a suspeitos de produção e compartilhamento de notícias falsas (BOGHOSSIAN; FABRINI; TEIXEIRA, 2020). Este fato não indica necessariamente que há ligação entre o chamado “Gabinete do Ódio”, como foi apelidado o suposto esquema de produção de fake news atrelado ao Planalto, e as notícias falsas a respeito da Covid-19, mas essa sincronia permite entender como este assunto se tornou importante para a sociedade brasileira, ao ponto de atrair as atenções de agentes públicos e de veículos de grande circulação, dividindo-as com a maior crise sanitária dos últimos cem anos.

As chamadas fake news vão além de notícias maliciosas em websites. Também circulam como vídeos e arquivos de áudio em grupos fechados de sites de redes sociais. Elas podem incluir desde uma narrativa totalmente ficcional até informações capciosas dentro de um texto (PEREIRA; PRATES, 2020). Essas “notícias”, em uma época de grande risco à saúde pública, podem frustrar medidas de prevenção e agravar o quadro da pandemia, aumentando potencialmente o número de contaminações e de mortes.

O fenômeno das fake news, na dimensão que se apresenta, está estreitamente relacionado à atual configuração do capitalismo comunicacional (PRADO; PRATES, 2017), no qual os fluxos contínuos propiciados pelas redes sociotécnicas instauram um processo de circulação que rompe com o esquema das mídias de massa, dispostas, anteriormente, entre os polos da emissão e da recepção. Fausto Neto (2019) entende da seguinte maneira o papel das redes em face dos meios tradicionais de comunicação:

Descrevem características de uma matriz que pode enfraquecer o trabalho de estruturas (simbólicas) intermediárias, como assim são reconhecidos os chamados meios tradicionais de comunicação. O universo das redes sociais aparece como um cenário que arquiteta novas formas de interação, submetendo os campos sociais a novas condições de interfaces e de interpenetração, através de estratégias de contato (FAUSTO NETO, 2019, online).

Dessa forma, a comunicação em fluxo não forma um circuito simples, fechado, mas continuamente direcionado adiante, como diz José Luiz Braga (2012, p. 49). Para o autor, depois de apropriar-se dos sentidos, os agentes que tradicionalmente eram apenas “receptores” na época de domínio dos meios massivos agora voltam a colocar em circulação as respostas; porém, não mais em direção ao destinador original, mas inserindo-as em circulação no espaço social, em processos diferenciados e difusos. Pelo entrecruzamento cultural dos múltiplos circuitos, as ideias, imagens, posições podem se contrapor, se reforçar, arrefecer ou retornar: “O ‘retorno’ que consideramos relevante, neste nível, é do circuito ampliado e não a volta imediata ao ponto de partida” (BRAGA, 2012, p. 49. Tradução nossa).

É preciso ainda aceder que o fim do oligopólio dos meios de comunicação empresariais de massa não significou o fim dos agentes de intermediação, mas que, como diz ainda Fausto Neto (2019, online), “[...] as interações deixam de ser dinamizadas pela instância dos mass media, aponta-se a manifestação de outras práticas de intermediação”. Justamente esse circuito ampliado, essa configuração de fragmentação e difusão dos conteúdos que se entrecruzam em circuitos de homologação ou antagonismos, de reconhecimento ou recusa e, portanto, de produção de sentidos, é o bioma que propiciou a evolução das fake news.

Entendemos ainda que outro fator contribui para a proliferação de notícias falsas, ao mesmo tempo em que delas se retroalimenta: a polarização política, que fecha um “circuito do ódio” (PRADO; PRATES, 2019a). Para pensarmos nesses termos, remontamos às Jornadas de Junho de 2013, que entendemos como *evento*, no sentido de Badiou (1994; 2009) e Žižek (2014). Ali, houve um ponto zero, a

partir do qual, com o decorrer do tempo, desdobraram-se fidelidades políticas em direção a posições antagonistas. Nesse processo de, por assim dizer, decaimento do evento em direção aos sentidos, criaram-se vivos antagonismos que hoje opõem a sociedade brasileira internamente. Na *Semiótica das paixões*, Greimas e Fontanille (1993) descrevem esse processo, de uma maneira que acreditamos que pode ser aplicada ao caso brasileiro, nos seguintes termos:

Segundo a lógica das “forças”, ao máximo de tensão corresponderia – i.e: daria conta de ou se explicaria por – a ausência total de articulações. A aparição das “posições” característica das articulações do conteúdo requereria, ao contrário, redistribuição e divisão das “forças” (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 23-24).

No momento zero, o evento irrompe com o máximo de tensão e o mínimo de legibilidade, e ninguém sabe exatamente se o caso trata dos 20 centavos, do fim do patriarcado opressor e antiecológico, de um novo AI-5, ou mesmo do retorno dos Orleans e Bragança ao trono imperial do Brasil. A partir de então, as articulações distribuem as posições de sujeito. Para permanecer no campo da semiótica tensiva, agora com Fontanille e Zilbelberg (2001), é possível haver dois regimes de valência, o princípio da exclusão e o princípio da participação, que convocam valores dois a dois:

O regime da exclusão tem por operador a triagem e, se o processo atinge seu termo, leva à confrontação contensiva do *exclusivo* e do *excluído* e, para as culturas e as semióticas que são dirigidas por esse regime, à confrontação do “puro” e do “impuro”. O regime de participação tem por operador a mistura e produz a confrontação distensiva do *igual* e do *desigual*: no caso da igualdade, as grandezas são intercambiáveis, enquanto no da desigualdade, as grandezas se opõem como “superior” e “inferior” (FONTANILLE; ZILBELBERG, 2001, p. 28-29. Itálicos dos autores).

Interessa-nos particularmente o regime da exclusão que, segundo os mesmos autores, tem por operador a disjunção, ou seja, uma relação “ou... ou” (FONTANILLE; ZILBELBERG, 2001, p. 27), porque entendemos ser este o prevalente numa situação de polarização política. Um processo durativo de colocação em discurso de enunciados pejorativos cria, como antagonistas inconciliáveis, o Outro inimigo que deve ser afastado ou eliminado, ao mesmo tempo em que reforça as identificações de pertencimento, isto é, do Mesmo (PRADO; PRATES, 2019b). Foi nesse regime de exclusão cada vez mais acentuada que, a partir de Junho de 2013, o Brasil passou por diversas ondas de protestos, duas eleições acirradas, a prisão de dois ex-presidentes, recessões econômicas... Iniciado o mandato de Jair Bolsonaro, não sobreveio uma pacificação, mas desdobraram-se violentos embates discursivos em incontáveis frentes.

É preciso, portanto, falar das fake news durante a epidemia de Covid-19 colocada neste contexto, no qual há a superprodução semiótica de conteúdos a circular numa sociedade altamente polarizada. A circulação dos enunciados a respeito da doença convocam os sujeitos que já estão dispostos por uma protomodalização tensiva e homogeneizante, que Greimas e Fontanille (1993, p. 71) chamam de “excedente modal regente”. Neste caso específico, as articulações modais que direcionam um programa narrativo ao afeto do ódio (como veremos nos estudos de caso) são dependentes de, a montante, no nível da tensividade fórica, existir sujeitos tensivos dispostos, pelo ambiente de polarização, a responder a estas convocações. É esta disposição prévia que faz com que hipotéticas modalizações internas incompatíveis no programa narrativo apareçam como simples transições paradoxais, e não como impeditivas fraturas. Assim, articula-se, por exemplo, o “não poder” e o “querer”, que resultam em “obstinação”, com o segundo termo sobredeterminando o primeiro. Greimas e Fontanille (1993) resumem assim as etapas especialmente solicitadas pela teoria das paixões:

[...] no nível da tensividade fórica, o *sentir e o devir*; no nível semionarrativo os *dispositivos modais e a sintaxe intermodal* que os dinamiza; no nível discursivo, as *disposições e a aspectualização* que as rege, na maioria das vezes temporalizada, mas não exclusivamente; quanto à enunciação, ela procede por reembreagem sobre o sujeito tensivo e delimita, assim, no discurso, os simulacros passionais (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 73. Itálicos dos autores).

Portanto, é na enunciação onde se dá a reembreagem, que o enunciador cria o simulacro que o remete, por assim dizer, à tensividade fórica, a um *sentir* que põe em andamento as manifestações de um sujeito apaixonado. Na circulação de sentidos da crise sanitária, os actantes do discurso delimitam, assim, o simulacro passional do ódio, pela reembreagem sobre o sujeito tensivo protomodalizado.

Ao chegarmos nesse ponto, é tentador concordar com Maingueneau, para quem: “O interdiscurso tem precedência sobre o discurso. Isso significa propor que a unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos” (MAINGUENEAU, 2005, p. 21). Entendemos assim – ainda segundo os termos do autor, grafados adiante em itálico (idem, p. 35) – que os textos que disputam sentidos no *espaço discursivo* específico, aberto pela crise sanitária, provêm de enunciadorees que os produzem reembreados no *campo discursivo* mais amplo, isto é, da arena política brasileira; esta, por sua vez, polarizada por um percurso durativo de pejoração recíproca entre seus actantes, reduzidos às posições irreconciliáveis de sujeito e antissujeito.

2 *Spin doctors* ou mentirosos?

Como dissemos acima, entendemos com Fausto Neto (2019) que os meios tradicionais de comunicação tiveram amainada a sua capacidade de intermediação, que passa a ser assujeitada a uma série de novos actantes no sistema da circulação. No entanto, eles ainda gozam do protagonismo incoativo, de colocação em movimento de programas que, a partir de então, serão manipulados pelos analistas simbólicos dos polos antagonistas. Esses *spin doctors* – dicionarizados como especialistas “responsáveis por garantir que outras pessoas interpretem um evento de um ponto de vista específico” (MERRIAN-WEBSTER, 2020, online. Tradução nossa) – atuam para adaptar os “fatos” que vão se sucedendo, e que são expressos pela mídia tradicional, como as notícias políticas, criminais, culturais e assim por diante, à sua plataforma discursiva. Foi o que aconteceu, por exemplo, com a *breaknews* do atentado sofrido pelo então candidato do PSL à Presidência da República, Jair Bolsonaro, durante a campanha de 2018, em que foi vítima de uma facada. O “fato” surgiu na mídia tradicional e, em poucos minutos, circulava com sentidos rearranjados e adaptados às conveniências das intenções políticas de lados opostos da disputa eleitoral (PRADO; PRATES, 2019c).

Justamente essas releituras estão um passo antes das fake news. Em tese, os analistas simbólicos, ou *spin doctors*, não criam “fatos”, mas adaptam as intervenções pontualizantes enunciadas pelas mídias tradicionais à duratividade do programa de base que estabelece uma axiologia entre mesmidade e alteridade. Orientam, assim, os sentidos em direção a um circuito de afetos, mas isso ainda não é ultrapassar um umbral. É o que fazem, por exemplo, websites de conteúdos políticos considerados engajados, e que até mesmo se autodeclaram pertencentes a um lado do espectro político, de esquerda ou de direita, como *Brasil 247* ou *O Antagonista*, respectivamente (CALDEIRA, 2020).

Como então, a partir das premissas apresentadas até agora, diferenciar o trabalho de adaptação dos *spin doctors* da criação de fake news? No primeiro caso, postulamos que para a criação do simulacro passional, que é dependente de um trajeto reverso, de uma reembregem da enunciação sobre o sujeito tensivo, o destinador preserva os actantes (humanos e não humanos) do programa narrativo, mesmo alterando a sintaxe intermodal. No segundo caso, a falsidade é produzida por inserções ou subtrações maliciosas de actantes no nível semionarrativo, de forma a se criar um atalho, um curto-circuito entre os “fatos” pontualizantes apresentados pela grande mídia e a plataforma discursiva. Nesse trajeto, ambos buscam eliminar as arestas e incompatibilidades entre as notícias e as expectativas do

sujeito da tensividade fórica, protomodalizado, por vias diferentes, os *spin doctors*, no limite último, mas ainda dentro do contrato fiduciário (a “verdade” é preservada, apesar de ressignificada); os produtores de fake news, para além dele, porque sobredeterminam o *saber não ser* e, portanto, *dever não fazer*, inscrito na instância “superegóica” do contrato, por um *querer fazer crer* e *poder fazer crer*, que produzem um *tort* entre o sujeito do estado e sujeito da ação.

4 Dados pesquisados nos websites oficiais da Organização Mundial de Saúde (OMS); do jornal norte-americano *Financial Times* e dos portais noticiosos UOL e G1 na última semana de maio de 2020.

3 Temas e figuras das fake news

Mais adiante voltaremos a algumas considerações teóricas, especificamente sobre a paixão do ódio que, como diz Greimas (2014), está ligada à frustração de esperanças e direitos. Mas, antes disso, passaremos à análise do *corpus*, buscando descrever como o enunciador constrói os temas e figuras nos textos. Avaliamos 86 conteúdos revisados pelo Boatos.org. O website é um coletivo de *fact-checking* fundado em 2013. Foram consideradas todas as notícias sobre Covid-19 do mês de abril, como vimos anteriormente, um momento-chave na evolução da crise sanitária no Brasil.

O trabalho de checagem de fatos tornou-se, na era da circulação, um dos mais relevantes do jornalismo, já que visa confrontar as versões espalhadas pela rede com checagens e contraprovas. São procedimentos técnicos recomendados aos profissionais da imprensa pelos manuais de redação e cursos de graduação da carreira. Segundo o Portal Imprensa (2020, online): “A checagem de fatos representa a retomada ao conceito mais básico do jornalismo: a apuração”. O mesmo website relaciona em ordem alfabética numa lista as dez principais agências de fact-checking do Brasil, na qual está incluída o Boatos.org. O coletivo foi escolhido para esta pesquisa por ter criado uma editoria específica para a checagem de notícias sobre a Covid-19. Em sua página, o editor do blog assim define o trabalho do grupo: “Este espaço foi criado justamente para compilar algumas destas mentiras que são contadas online. A intenção com o boatos.org é justamente prestar um serviço para o usuário da internet” (MATSUKI, 2020, online).

Vejam, então, coligidos por assuntos, em ordem decrescente, quais foram as tematizações e figurativizações das fake news⁴, para adiante analisarmos os afetos nelas envolvidos:

a) Falsa Ciência (17 notícias): a principal tematização dos produtores de fake news a respeito do novo coronavírus foi a divulgação de pesquisas científicas a respeito do vírus que provoca a Covid-19, suas formas de reprodução, possíveis drogas ou procedimentos de cura

e assim por diante. Foram falsas reportagens que de alguma forma emularam o estilo do jornalismo científico, citando fontes médicas ou universitárias. Algumas delas ofereciam receitas caseiras, referindo-as como testadas, como nos seguintes casos: “Beber água de 15 em 15 minutos previne o novo coronavírus” (05/04/2020); “Mistura de alho, açafrão e limão previne e cura o coronavírus” (08/04/2020). Também há casos nos quais instituições prestigiosas são colocadas em evidência para provocar no enunciário a expectativa da validação científica, como em: “Hospital John [sic.] Hopkins publicou lista de 19 dicas sobre a Covid-19 (coronavírus)” (05/04/2020). Coligimos sob esta rubrica as falsas notícias que tematizavam a cloroquina, droga que foi recomendada pelo Ministério da Saúde pouco depois da demissão do segundo ministro a enfrentar a pandemia. Foram três casos, todos eles referindo-se de forma positiva ao medicamento, como em “FDA autorizou uso da hidroxicloroquina em todos os pacientes com Covid-19 nos EUA” (09/04/2020).

b) Contra a China (14 notícias): a potência asiática é a segunda tematização mais frequente nas fake news arroladas. Ela é sempre figurativizada como Outro malévolo, por duas vertentes principais: a) No primeiro caso, a China criou especificamente e de forma intencional o vírus em laboratório, e agiu deliberadamente para espalhá-lo pelo mundo. Concede-se eventualmente que a culpa não seja intencional, mas por desleixo e omissão. Podem-se citar, neste caso, as seguintes notícias: “Washington Post confirma que infecção por coronavírus surgiu no laboratório de Wuhan” (20/04/2020); “Máscaras da China compradas por Mandetta estão contaminadas com Coronavírus” (17/04/2020). Por vezes, o país divide a “culpa”, como neste caso: “Hackers descobrem que Bill Gates, OMS e laboratório de Wuhan criaram o coronavírus a partir do HIV” (23/04/2020). b) No segundo caso, que é complementar ao anterior, aparece o motivo pelo qual a China estaria provocando a pandemia: vantagens comerciais que a tornariam uma potência hegemônica. Pode ser observada, nas seguintes publicações, esta figurativização de um país ganancioso, solerte, capaz de cometer atrocidades pela sua posição geopolítica: “China compra empresa aérea Azul durante pandemia do novo coronavírus” (08/04/2020) e “Pirelli, Volvo e Syngenta foram vendidas para a China durante a pandemia do coronavírus” (10/04/2020). Somadas, estas vertentes convocam o enunciário a aderir à tese de que a pandemia ocorre por culpa da China, e que para ela ter assim procedido, matando centenas de milhares de pessoas no mundo todo, há motivos argentários: buscar vantagens comerciais e tornar-se a potência comercial hegemônica no planeta.

c) Contra isolamento (12 notícias): neste caso, por meio de dados falsos, os textos buscam posicionar o enunciatório contra o isolamento social, também por duas vertentes: ou porque a medida não é efetiva e pode até mesmo ser contraproducente, ou porque é autoritária. a) No primeiro caso, temos textos como estes: “Prefeito de Curitiba diz que não mandou fechar nada e, mesmo assim, cidade tem zero mortes” (19/04/2020); “OMS muda discurso e admite que isolamento aumenta contaminação da Covid-19” (19/04/2020). b) Já no segundo caso, pode-se mencionar: “Dono de lava jato de Maringá é morto pela Guarda Civil por não respeitar quarentena do coronavírus” (09/04/2020); “PM de SP obedece ordens de Doria e agride idoso que saiu na rua na quarentena” (16/04/2020). Percebe-se, nestes dois últimos exemplos, como o enunciador busca figurativizar as autoridades locais como ditatoriais, chegando ao ponto de associá-las à violência física contra um idoso ou mesmo ao assassinato de um empresário, um sujeito aderido à mesmidade do programa de base da direita do espectro político, por uma transgressão menor, desrespeito à quarentena.

d) Contra os governadores (8 notícias): há oito postagens contra governadores de estados, sendo que duas são contra Camilo Santana (PT-CE), duas contra João Doria (PSDB-SP), uma contra Wilson Witzel (PSC-RJ), uma contra João Doria e Wilson Witzel, uma contra Helder Barbalho (MDB-PA) e uma contra Rui Costa (PT-BA). Em todos estes casos, trata-se de governadores que se posicionaram durante a crise da Covid-19 contra o Governo Federal. Além dos adversários tradicionais, políticos do PT, governadores que tinham em alguma medida se aliado num primeiro momento a Bolsonaro são figurativizados como mentirosos, cínicos ou oportunistas. No caso do governador da Bahia: “Rui Costa, governador da Bahia, pede que prefeita de Porto Seguro invente 200 casos de coronavírus” (29/04/2020). Contra o governador do Ceará: “Governo do Ceará desativa leitos de hospital para receber mais recursos federais, mostra vídeo” (21/04/2020). Contra o governador do Pará: “Governador do Pará, Helder Barbalho, vai colocar presos para vigiar população em quarentena” (12/04/2020). Barbalho, neste caso, é mostrado como um aliado de “bandidos”, que afligem o “cidadão de bem”. João Doria, especialmente, é figurativizado como debochado e festeiro, como nos seguintes casos: “João Doria participa de festa em Araçatuba (SP) durante quarentena do coronavírus” (20/04/2020); por intermédio de sua família, “Filho de João Doria dá festa de aniversário com 200 pessoas durante quarentena do coronavírus” (12/04/2020).

e) Negação da existência da pandemia ou de sua gravidade (6 notícias): neste grupo estão postagens verificadas pelo Boatos.org que negam que a pandemia do novo coronavírus esteja ocorrendo,

ou pelo menos tentam convencer o enunciário, apelando a falsos dados, de que ela não é de fato perigosa. Neste caso encontram-se textos como: “Tabela do Datasus mostra mortes ocorridas em 2020 e aponta que Covid-19 não é grave” (15/04/2020); “Caixões vazios estão sendo utilizados em enterros coletivos de Manaus (AM)” (23/04/2020); “Número de mortes diárias por Covid-19 caiu por causa de investigação de Nelson Teich e Sérgio Moro” (23/04/2020); “Médico da UPA de Belém coloca Covid-19 como causa da morte de vítima de pneumonia” (13/04/2020); “Enfermeira Sandra M. Guerra foi demitida por postar vídeo de UTI vazia na Bahia” (23/04/2020). O enunciador questiona a gravidade ou existência de um problema de saúde pública, negando o que estava sendo mostrado nos meios de comunicação tradicionais, através de uma estratégica denúncia de procedimentos falsos. Assim, políticos, agentes de saúde, imprensa “mentem” sobre a pandemia, e são “desmascarados” pelas “notícias verdadeiras”, segundo o enunciador das fake news. Subentende-se que há, segundo o enunciador, uma conspiração de todos esses actantes; eles buscam inflacionar dados, propiciar imagens midiáticas e manchetes, para criar pânico na população por interesses escusos.

f) Falsas promoções (6 notícias): o website reconheceu nesse período a falsidade de seis notícias que tratam de promoções que garantem prêmios ou vantagens para quem compartilhar determinada notícia. O objetivo pressuposto desse tipo de fake news é aumentar a velocidade de circulação de determinados conteúdos. São casos como: “Brasil sem Miséria e governo dão cesta básica para quem compartilhar link no WhatsApp” (29/04/2020); ou “Petrobras dá três meses de combustível grátis para quem compartilhar link no WhatsApp” (29/04/2020).

g) Contra o PT (3 notícias): o Partido dos Trabalhadores (PT) aparece de maneira genérica (não vinculado aos seus governadores, que adicionamos a outra rubrica), como antissujeito insidioso, pronto a engendrar tramas contra Bolsonaro, fazendo com que a gravidade da pandemia seja maximizada, como em: “PT manda enterrar caixões vazios para dar golpe em Bolsonaro” (25/04/2020), ou então, como uma malta de assassinos frios, assim figurativizados: “Médico petista matou 11 pacientes em pesquisa para desacreditar a eficácia da cloroquina” (18/20/20). Para finalizar, uma figurativização mais contida, dentro do âmbito da política tradicional, mas que busca mostrar o partido tentando obter vantagem em meio à crise: “Haddad diz que Lula na presidência é a solução da crise do coronavírus” (09/20/20).

h) Sobre o auxílio emergencial (3 notícias): três notícias publicadas no período buscam confundir o enunciatório com falsas informações a respeito do auxílio emergencial, a saber: “Governo cancela pagamento do auxílio emergencial de R\$ 600 porque está sem dinheiro” (23/04/2020); “Caixa bloqueou Auxílio Emergencial de 187 mil pessoas que compraram eletrônicos após receber benefício” (30/04/2020); “Auxílio Emergencial está atrasado porque 170 milhões de brasileiros tentaram se inscrever no APP” (30/04/2020). Ao contrário dos demais vistos até agora, este grupo é tendencialmente negativo ao governo central, que está distribuindo o auxílio, e a ele é associado, ainda que seu valor final tenha sido criado pelo poder legislativo.

i) Outros (17 notícias): os 17 posts restantes lidam com temas variados. Destes, cremos que dois deles possam ser interessantes para a análise mais detalhada. O primeiro tenta criar uma falsa sanção positiva de um importante órgão internacional, o Banco Mundial, a respeito da atuação do governo brasileiro durante a pandemia: “Banco Mundial escolhe Brasil como melhor país no combate ao coronavírus” (11/04/2020). O segundo é o único no qual o presidente Bolsonaro é figurativizado de forma negativa, como tendo mentido a respeito de uma hipotética contaminação pelo vírus da Covid-19, da seguinte forma: “General Heleno diz que Bolsonaro teve coronavírus em post no Twitter” (28/04/2020). Nesse caso, foi preciso convocar a figura de um militar de alto escalão, o chefe do Gabinete de Segurança Institucional, para atuar como destinado a negar a sanção positiva ao protagonista Bolsonaro.

Vamos observar que o simulacro criado pelas fake news é o de um contrato de comunicação entre um enunciador que “revela a verdade” escondida pela mídia tradicional, e um enunciatório, um sujeito da espera, que da posição de vítima do engano por parte de um antiadjuvante malicioso, passa à posição do saber. Como dissemos, nem sempre isto é posto no texto, mas na maior parte dos casos é pressuposto (DUCROT, 1987). O enunciado é constituído a partir de um jogo espectral com a mídia: assim, o que está pressuposto no contrato de comunicação é que o jornalismo tradicional desinforma, ele “produz fake news”. Para efetivar-se o simulacro, os textos apelam às técnicas jornalísticas, criando manchetes, lides, citando “fontes” científicas e autoridades, de formas compatíveis com o preconizado pelos manuais de redação.

Com base no que vimos até agora, podemos afirmar que nas notícias falsas verificadas pelo Boatos.org predominam enunciados que buscam se enquadrar no programa discursivo de base da direita

bolsonarista. Há algumas neutras no jogo político, e três delas são potencialmente prejudiciais, já que falam a respeito de dificuldades no pagamento de ajuda emergencial. A elas, soma-se mais uma, sobre a suposta falsidade de Bolsonaro ao dizer-se não contaminado pela doença. Analisemos, portanto, a massa de textos que indicam terem sido produzidos por um enunciador governista.

Como afirmamos, além de haver pressuposto o descrédito da instituição da imprensa, cuja credibilidade e independência são índices da qualidade das democracias liberais, grande parte das tematizações postas no texto solapa as bases conceituais da pesquisa científica. Esta necessariamente passa por etapas, que começam em hipóteses, seguem por provas e contraprovas, publicações e aceitação pelos pares. As fake news parasitam esta ordem, emulando o discurso da ciência, em última instância, causando confusão a respeito dos resultados das pesquisas e, portanto, do próprio arcabouço no qual elas são geradas.

Sobre a relação entre os países, salvando-se menções de exceção, sobrepõe-se o tema da China, cujo governo é figurativizado como Outro malévolo. Esta abordagem é totalmente compatível com as premissas de uma política internacional bolsonarista que criou um alinhamento automático com os Estados Unidos do governo Trump, em disputas cada vez mais acerbadas com os asiáticos. Eventuais problemas no combate à pandemia, mostrados na mídia tradicional, são ressignificados pelas fake news sob a perspectiva da criação de um inimigo externo, “verdadeiro responsável pela crise”.

O enunciador das fake news é contrário às políticas de isolamento e aos governadores que as adotaram. Para se posicionar dessa maneira, por vezes precisa negar a gravidade da doença ou sua própria existência e, dessa forma, os que buscam maximizá-la – como se os políticos que ocupam cargos nos estados ou aqueles ligados ao PT quisessem apenas um pretexto para prejudicar Bolsonaro, mesmo que para isso tenham que apelar a atos escabrosos, como enterrar caixões vazios ou assassinar pessoas.

As tematizações dizem respeito a instituições tradicionalmente associadas ao funcionamento da ordem democrática liberal, que são figurativizadas como o Outro malévolo. Como vimos, pressupostamente a imprensa não tem credibilidade, mas também não a tem políticos de oposição, médicos, cientistas, universidades, representantes em geral da ciência. Todos estes actantes estariam mancomunados para fazer a população desconhecer a verdade e sofrer.

4 Contrato fiduciário, frustração, descontentamento, agressividade

Vamos ver a partir de agora o desdobramento do circuito dos afetos⁵. É possível depreender, a partir do exposto acima, que o enunciatório da fake news é convocado a crer no rompimento de um contrato fiduciário. Que contrato é este? O da existência de uma esfera pública, no sentido de Habermas (2014), na qual a troca comunicacional cria uma intersubjetividade onde se produzem “verdades”. Nas sociedades liberais democráticas, esse espaço de interincompreensão regrada, para falar como Maingueneau (2005), é cristalizado em instituições⁶. No caso brasileiro, é possível precisar o momento histórico no qual o contrato da democracia liberal foi proposto, a saber, o período de redemocratização, do qual resultou a “Constituição Cidadã” de 1988. E justamente a imprensa, a política partidária, as universidades, as organizações, que deveriam garantir a existência do contrato original, são figurativizadas como enganadoras pelo enunciador das fake news. O “cidadão de bem”⁷ – vamos chamá-lo assim, em homologação aos enunciados da direita – sente-se enganado por aqueles que deveriam demonstrar boas intenções para participar da troca linguageira na esfera pública.

O enunciatório, assim, frustra-se porque, como diz Greimas (2014, p. 235), está privado de um bem ou de uma vantagem com os quais acreditava poder contar, mas por intermédio de outro sujeito. Em outras palavras, o sujeito da espera manifesta um *querer-ser* que depende do sujeito da ação; este sujeito da espera, portanto, atribui ao sujeito da ação um *dever-fazer*, colocá-lo em conjunção com um objeto de valor. Frise-se que não é necessário que, de fato, outrem lhe tenha prometido algo: “Trata-se da construção de simulacros, desses objetos imaginários que o sujeito projeta para fora de si e que, mesmo sem ter qualquer fundamento intersubjetivo, determinam, de maneira eficaz, o comportamento intersubjetivo considerado como tal” (GREIMAS, 2014, p. 238).

O próximo passo nesse sistema é o descontentamento com o outro e consigo mesmo, descrito da seguinte forma pelo autor franco-polonês:

À insatisfação que surge após a não atribuição do objeto de valor se soma eventualmente outra espécie de mal estar, decorrente de comportamento do sujeito de fazer, que é interpretado como não conforme a espera. Como esse comportamento, que aos olhos do sujeito da espera fiduciária está modalizado por um dever-fazer, não se realiza, o crer do sujeito de estado se revela de súbito injustificado. A decepção que resulta daí é uma crise de confiança de um duplo ponto de vista, não somente porque o sujeito 2 frustrou a confiança que tinha sido depositada nele, mas também – e talvez sobretudo – porque o sujeito 1 pode se culpar pela confiança mal depositada. [...] Essas duas formas de disforia, em conjunto, são

5 Este termo é investigado de maneira profunda por Vladimir Safatle (2015).

6 Como, no entanto, já adverte o próprio Habermas, nesse processo de institucionalização há um necessário decaimento do *Lebenswelt*, de forma que o arcabouço institucional das democracias liberais está sempre à borda de negar as premissas nas quais se funda e, assim, provocar frustração.

7 Tenhamos clareza neste ponto. Podemos concordar, por exemplo, com Jessé de Souza (2019), ou Christian Dunker (2015), que falam em “elite do atraso” ou “sujeito condominializado”, referindo-se a este grupo político, que de fato não estaria interessado no aprofundamento da esfera pública, antes pelo contrário. No entanto, quando analisamos os afetos circulantes nos contratos de comunicação, trata-se de uma relação simulacral, ou seja, de um enunciador e um enunciatório que têm existência semiótica nos textos.

provocadas pela “frustração” e constituem, segundo os dicionários, o “vivo descontentamento” que conduz à explosão da *cólera* (GREIMAS, 2014, p. 241).

A benevolência que caracteriza as relações intersubjetivas confiantes cede lugar à malevolência, que regerá as novas relações, como se as relações contratuais tivessem sido substituídas por relações polêmicas. O ódio pode derivar em cólera, uma exacerbação que domina o sujeito, ou num programa narrativo mais organizado, de vingança, que tornará o sujeito de espera frustrado em sujeito de ação, para infringir o mal e, assim, devolver o dano anteriormente causado.

5 Considerações finais

Num ambiente de polarização, os enunciadores das fake news realizam o trabalho semiótico de adaptar os “fatos”, pontualizantes, à plataforma discursiva dos polos, durativa, notadamente o da direita política, como vimos. Ao desacreditarem as instituições da democracia liberal, erigidas a partir da redemocratização do Brasil, as fake news convocam um sujeito protomodalizado a crer no rompimento do contrato fiduciário. Criam assim um circuito de frustração, insatisfação e ódio, que pode levar a explosões de cólera ou programas narrativos de vingança. O ódio, contudo, não é dirigido de maneira direta e discreta ao sujeito da ação: partidos políticos, instituições científicas, universitárias, imprensa, que pressupostamente deveriam garantir o contrato, são responsáveis pela frustração do sujeito da espera. O sistema de circulação faz com que a cólera desordenada ou a vingança bem arranjada sigam adiante, difratando-se e pervadindo espaços discursivos, criando um circuito ampliado de ódio que engolfa, assim, a sociedade brasileira.

Referências

BADIOU, A. **Para uma nova teoria do sujeito**: conferências brasileiras. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

_____. **São Paulo**: a fundação do universalismo. São Paulo: Boitempo, 2009.

BOGHOSSIAN, B.; FABRINI, FÁBIO, F.; TEIXEIRA, M. Decisão do Supremo cita ‘gabinete do ódio’ do Planalto e indica possível associação criminosa. In: **Folha de S. Paulo**. Número 33.292; 27/05/2020. São Paulo: Folha da Manhã S/A, 2020.

BRAGA, J.L. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, M.; FAUSTO NETO, A. (Orgs.). **Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

CALDEIRA, Raul. **Polarização nas eleições de 2018: análise discursiva dos portais de notícia *Brasil 247* e *O Antagonista***. Dissertação de mestrado. Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação em Semiótica, PUC-SP, São Paulo, 2020.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

DUNKER, C. **Mal-estar, sofrimento e sintoma: uma psicopatologia do Brasil entre muros**. São Paulo: Boitempo, 2015.

FAUSTO NETO, A. Política entre ações comunicativas e Circulações Disruptivas. In: **Rizoma**. v. 7, n. 2. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2019. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma>. Acesso em: 25 set 2020.

FONTANILLE, J. ZILBELBERG, C. **Tensão e significação**. São Paulo: Discurso Editorial/Humanitas, 2001.

GREIMAS, A. J. Sobre a cólera. In: **Sobre o sentido II: ensaios semióticos**. São Paulo: Edusp, 2014.

GREIMAS, A. J.; FONTANILLE, J. **Semiótica das paixões**. São Paulo: Ática, 1993.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Unesp, 2014.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar, 2005.

MATSUKI, E. Sobre o Boatos.org. In: **Boatos.org**. Disponível em: <<https://www.boatos.org/sobre>>. Pesquisa realizada em 15/05/2020. Online, 2020.

MERRIAN-WEBSTER. Spin doctor. In: **Merriam-Webster Dictionary**. Disponível em <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/spin%20doctor>>. Pesquisa realizada em 19/05/2020. Springfield (Massachusetts-EUA): G. & C. Merriam Company, 2020. PEREIRA, H. P. ; PRATES, V. Fake profiles: the laugh, the derision,

the reverse. In: CORREIA, J.C. ; GRADIM, A; MORAIS, R. (Orgs.). **Pathologies and dysfunctions of democracy in the media context**. Covilhã (Portugal): Labcom Communication & Arts, 2020.

PORTAL IMPRENSA. **10+ da comunicação**: fact-checking no Brasil. Disponível em <<http://portalimprensa.com.br/imprensa+educacao/conteudo/82115/10++da+comunicacao+fact+checking+no+brasil>>. Pesquisa realizada em 17/05/2020. São Paulo: Imprensa Editorial LTDA, 2020.

PRADO, J. L. A.; PRATES, V. (Orgs.) **Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

PRADO, J. L. A.; PRATES, V. O afastamento de Dilma Rousseff: afetos e discursos em disputa na política. In: **Famecos**. V. 26, n. 2. Porto Alegre: PUC-RS, 2019a.

_____. O significante “povo brasileiro” na crise política do *impeachment* de Dilma Rousseff. In: GUAZINA, L; PRIOR, H.; ARAÚJO, B. **(Des)construindo uma queda**: a mídia e o impeachment de Dilma Rousseff. Florianópolis: Insular, 2019b

_____. Regimes passionais do MBL na eleição presidencial de 2018. In: **Anais do XXVIII Encontro Compós**: Porto Alegre: PUC-RS, 2019c.

SAFATLE, V. O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Cosacnaify, 2015.

SOUZA, J. **A elite do atraso**: da escravidão a Bolsonaro. Edição revista e ampliada. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

ŽIŽEK, S. **Event**: a philosophical journey through a concept. Londres: Penguin Books, 2014.

Lógicas comunicacionais da circulação de fake news sobre Covid-19 no WhatsApp

Eloisa Klein ¹

Resumo: O texto analisa lógicas comunicacionais presentes em conteúdos falsos e desinformação sobre o coronavírus e a pandemia de Covid-19, disseminados em um grupo de profissionais da saúde, com coleta de dados efetuada entre março e maio de 2020. Para tanto, é desenvolvida uma discussão conceitual sobre fake news e desinformação, bem como a respeito dos modos de circulação e produção de acontecimentos contemporâneos. Analisamos a ocorrência de ondas de dissipação de conteúdos falsos que criam circuitos de acontecimentalização efêmeros, com padrão de orientação de ação, simulação do jornalismo e recriação de audiência fora da mídia. A associação entre os conceitos de fake news e desinformação permite contemplar circuitos correlatos, como confusão, fatalismo e ordenação da ação pública.

Palavras-chave: Fake news; Coronavírus; Desinformação; WhatsApp.

¹ Professora da Universidade Federal do Pampa. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Graduada em jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijui).

Lógicas comunicacionales de la circulación de fake news sobre Covid-19 en WhatsApp

Resumen: El texto analiza operaciones de comunicación presentes en contenido falso y desinformación sobre el coronavirus y la pandemia del covid-19, difundidas en un grupo de profesionales de la salud, con recolección de datos realizada entre marzo y mayo de 2020. Por ello, el trabajo presenta una discusión conceptual sobre noticias falsas y desinformación, así como formas de circulación y producción de eventos contemporáneos. Se analiza la ocurrencia de olas de difusión de contenidos falsos que crean circuitos efímeros de eventualización, con un patrón de orientación a la acción, simulación del periodismo y la recreación de una audiencia fuera de los medios. La asociación entre los conceptos de fake news y desinformación nos permite contemplar circuitos relacionados como la confusión, el fatalismo y la ordenanza de acción pública.

Palabras clave: Fake news; Coronavirus; Desinformación; WhatsApp.

Communicational logics of the fake news circulation about Covid-19 on WhatsApp

2 Quem é Aleksandr Kogan, o professor por trás do escândalo da Cambridge Analytic, 2018.

Abstract: The text analyzes communication operations present in false content and misinformation about the coronavirus and the covid-19 pandemic, disseminated in a group of health professionals, with data collection carried out between March and May, 2020. Therefore, the paper presents a conceptual discussion about fake news and misinformation, as well as ways of circulation and production of contemporary events. The occurrence of waves of dissemination of false content that create ephemeral eventalization circuits, with a pattern of action orientation, simulation of journalism and the recreation of an audience outside the media is analysed. The association between the concepts of fake news and misinformation allows us to contemplate related circuits such as confusion, fatalism and public action ordinance.

Keywords: Fake news; Coronavirus; Misinformation; Whatsapp.

1 Introdução

A discussão sobre a disseminação de conteúdos falsos, ou fake news, foi ampliada desde a descoberta das ações da *Cambridge Analytica* na eleição de Trump, nos Estados Unidos, e no Brexit. A empresa construiu perfis psicológicos de usuários, baseada em páginas curtidas no Facebook e um questionário, que permitiu acesso aos dados de 700 mil pessoas². De acordo com o perfil dos usuários, a empresa passou a designar conteúdos, falsos e verdadeiros, sobre assuntos com os quais as pessoas se sentiam vinculadas ou temas dos quais tinham medo.

Desde a denúncia de tais operações por um ex-funcionário da *Cambridge Analytica*, várias ações para contenção de espalhamento de fake news foram perpetradas pelo Facebook, Twitter e Google. Tais medidas não abrangeram o WhatsApp, que serviu para circulação em larga escala de conteúdos falsos, discurso de ódio e propaganda por disparos de mensagens nas eleições presidenciais do Brasil e da Índia. Depois disso, o WhatsApp limitou o número de contatos que poderiam receber mensagens de um mesmo emissor. Porém, estudos indicam que grupos continuaram agindo como multiplicadores de conteúdos (RESENDE et al., 2019).

A discussão pública sobre fake news tomou novo vigor quando, tão rapidamente quanto o espalhamento do coronavírus, começaram a se espalhar boatos sobre surgimento do vírus, curas caseiras, remédios milagrosos, mortos a mais ou a menos – e conspirações políticas. Iniciou-se um debate internacional que tinha em conta o fato de que,

além de ajudar a eleger políticos duvidosos, as fake news eram uma ameaça real à vida dos seres humanos.

Neste texto, analisamos lógicas comunicacionais presentes em conteúdos falsos e desinformação acerca do coronavírus e da pandemia de Covid-19 recebidos em um grupo do WhatsApp composto por profissionais da saúde do Rio Grande do Norte. Apesar do crivo de entrada ser a formação na área da saúde, há uma intensa reverberação de conteúdos falsos, particularmente entre os meses de março e abril de 2020.

Como tratamos de uma análise focada no presente, realizamos um estudo de publicações jornalísticas sobre a Covid-19 e dos circuitos de desinformação a ela associados. Tal dimensão aciona a perspectiva do jornalismo como um dos modos de conhecimento sobre a realidade, pautado em uma imediatividade que “é o ponto de chegada, o resultado de todo um processo técnico e racional que envolve uma reprodução simbólica” (GENRO FILHO, 1987, p. 58-59). Neste processo, o jornalismo pode “revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar”, em parte porque “não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais” (MEDITSCH, 1997, p. 3).

Tecemos reflexões sobre o conceito de fake news e suas relações com circuitos contemporâneos de acontecimentalização, para então efetuar a análise de um conjunto de materiais recebidos pelo WhatsApp. Não estivemos nos grupos sem autorização, obtivemos material que não revela a identidade, a partir de um informante que é membro do grupo. O grupo dos profissionais da saúde tem membros majoritariamente vinculados à cidade de Natal, no Rio Grande do Norte. Foi solicitado que o informante enviasse qualquer conteúdo de autenticidade não confirmada sobre coronavírus que recebesse nos grupos. Foi considerado o período de 15 de março a 5 de maio.

2 Perspectivas acerca do conceito de fake news e desinformação

Embora o termo fake news seja contestado por sites especializados em checagem jornalística e órgãos internacionais que tentam regular a matéria, é preciso admitir que este termo se tornou de amplo uso popular. Madeleine de Cock Buning (VALENTE, 2019), diretora do grupo de especialistas em desinformação da Comissão Europeia, analisa que “desinformação” é um termo mais adequado, já que com o passar dos anos, o termo fake news foi apropriado por pessoas que querem desqualificar qualquer coisa fora de seu campo ideológico. O termo “desinformação” passou a ser adotado por empresas de

checagem, como a Lupa (INSTITUTO MILLENIUM, 2020), que analisa as estratégias políticas presentes em tais conteúdos. O termo também passou a ser empregado por empresas de mídia e jornalismo, como Bermúdez (2020), que destaca a necessidade de controlar o compartilhamento, e Estadão (2020), que classifica o momento como “infodemia de desinformação”, fazendo um paralelo com o termo da área da saúde “pandemia”, conforme proposto pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

Apesar da tentativa dos órgãos de regulação em substituir o termo fake news por “desinformação”, esta palavra remete, no Brasil, para outro sentido, que é a falta de conhecimento sobre um tema ou mesmo a ignorância. Embora os dicionários oficiais também tratem de desinformação como o ato de desinformar ou espalhar coisas falsas intencionalmente, o sentido de ignorância é mais usual para a palavra desinformação, como é possível observar ao realizar uma busca pelo termo “desinformado” entre as postagens públicas do Facebook: “Só desinformado ou criminoso para votar em alguém assim!”, “Pessoal desinformado leiam, por favor”, “Só fica desinformado quem quer”. Por isso, ao buscar por postagens relacionadas ao termo “desinformação” no Facebook e no Twitter, geralmente é possível encontrar empresas jornalísticas e pesquisadores. Deste modo, embora mantenhamos a designação “desinformação”, iremos usá-la associadamente a fake news ou conteúdos falsos, pois entendemos que é preciso qualificar o uso do termo.

Allcott, Gentzkow e Yu (2018) compararam postagens consideradas falsas no Facebook e outros sites e detectaram uma redução de fake news após as medidas adotadas para restringir este tipo de conteúdo. Os autores analisam o fato de que as percepções equivocadas e a desinformação são um problema histórico, quando considerados os processos políticos, mas observam que o uso de fake news para fins de convencimento se tornou alarmante a partir das eleições presidenciais dos Estados Unidos, em 2016.

Tandoc Jr, Lim e Ling (2017) elaboraram uma tipologia de definições acadêmicas sobre o termo fake news. Os pesquisadores mencionam que 75% das pessoas podem confundir acontecimentos com fake news e, embora muitos não façam nada com tais conteúdos, algumas pessoas acabam executando ações, como escolher um candidato para votar.

Uma das conotações dadas ao termo advém das empresas jornalísticas, que qualificavam fake news como conteúdos que copiavam o formato de notícia e apresentavam informações não verificadas e produzidas fora do campo profissional (TANDOC JR; LIM; LING, 2017). Outra conotação do termo tem em conta a intenção de criar desinformação, pois geralmente os autores estão cientes de que

as informações não são verificadas ou verídicas. Um grande número de pessoas clica em manchetes chamativas, embora fantasiosas, e isso faz com que o site que as emite receba um grande número de visitantes e possa gerar grandes quantias em publicidade. Além disso, há o fator de correspondência ideológica, que faz com que pessoas promovam as ideias das quais gostem e tirem crédito das ideias que não gostam.

Outra conotação de fake news empregada no passado levava em consideração a ideia de paródia de jornalismo. Para ilustrar este aspecto, Tandoc Jr, Lim e Ling (2017) retomam o caso da transmissão de Orson Welles, que quis narrar uma fictícia invasão de extraterrestres como entretenimento, mas adotou a forma de uma transmissão radiofônica ao vivo. A partir deste exemplo, podemos pensar que a linguagem do produto predominou sobre a razoabilidade de veracidade do conteúdo. Apenas se assumiu que uma transmissão ao vivo deveria remeter a fatos. A significativa ocorrência de materiais que simulam o jornalismo ou a reportagem do real, dentre os conteúdos falsos, evoca a noção de que a forma é constituidora de sentidos. Textos que parecem manchetes, que simulam linguagem objetiva para tratar de fatos, que trazem citações entre aspas são automaticamente tomados como “verdadeiros”.

As mídias sociais criam a possibilidade de que pessoas comuns que evidenciam eventos ou fatos reportem sobre tais situações. Assim, em alguma medida se tornam como testemunhas que a partir de suas publicações, acessam diretamente suas audiências, sem ter que passar pelo jornalismo. Tandoc Jr, Lim e Ling (2017) consideram que quando pessoas escrevem em 140 caracteres, um modelo expandido de manchete, também assumem parcialmente as lógicas do texto jornalístico, efeito que se amplia quando se trata de autoridades ou celebridades escrevendo às suas audiências.

Manuel Chaparro (1996) analisa que há uma assimilação da linguagem jornalística, que é replicada por instituições e agentes públicos – um processo que se amplia quando tais fontes, ao invés de tentar agendar o jornalismo por meio de eventos e releases, criam sua própria comunicação. Assim, embora se tente criar parâmetros para definir o que seria um conteúdo falso e sua diferença com o verdadeiro, há limites colocados pela experiência cotidiana e secular com a mídia, que atribui sentido verdadeiro ao formato noticioso ou ao que é dito por testemunhas de eventos e falas de autoridades. Assim, o que é referendado por uma pessoa próxima, um ídolo ou líder, tende a ser enquadrado como verdadeiro.

Nas mídias sociais, a legitimação de um conteúdo também pode acontecer através da valorização via ranqueamento (o que mais se curte, comenta ou compartilha) e pela sensação de maioria, quando muitas pessoas falam sobre algum tema (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017). A circulação de fake news em grande quantidade proporciona

monetização, que advém da visitação de sites a partir das manchetes chamativas, que gera exibição de anúncios automáticos. Por causa disso, um grupo de ativistas reunidos sob o título *Sleeping Giants* passou a atuar com o objetivo de pressionar empresas a retirar anúncios de sites contendo fake news³. “O McDonald’s, a Claro e a Decathlon, dentre outras empresas, confirmaram por meio de seus perfis oficiais no Twitter terem retirado seus anúncios veiculados em sites de notícias falsas graças ao Sleeping Giants Brasil”⁴. Os ativistas escolhem um site que publica regularmente conteúdos falsos e iniciam uma campanha para que empresas retirem anúncios (PIRES, 2020). Nos primeiros dias de atuação no Brasil, *Sleeping Giants* buscaram o cancelamento de anúncios no site Jornal da Cidade Online, “reiteradamente denunciado por agências de checagem pela propagação de notícias falsas”⁵.

As pressões de usuários e países levaram empresas que gerenciam sites de mídias sociais a buscar ações para controle de propagação de fake news. Twitter e Facebook adotaram a política de apagar conteúdos falsos. No WhatsApp, o controle da circulação de fake news não tem diretrizes claras. Em análise de grupos com link de acesso durante a greve dos caminhoneiros e as eleições presidenciais de 2018, Resende et al. (2019) coletaram milhares de postagens, nas quais observaram a predominância do conteúdo visual, que garante expressivos compartilhamentos. No período eleitoral, 36,2% das imagens com conteúdo factual continham desinformação, 53,2% continham conteúdo enganoso e inconclusivo e “apenas 10,6% foram verificadas como verdadeiras” (RESENDE et al., 2019, p. 7). Para chegar a estas conclusões, os autores compararam os conteúdos com análises de empresas de checagem de fatos. Naquele período, observou-se que as imagens apareciam primeiro na web e depois no WhatsApp, sendo que apenas 6% do conteúdo aparecia primeiro no aplicativo. Seguindo a análise, é possível pensar que o controle de circulação de conteúdos falsos na internet possa resultar em menor disseminação de fake news no WhatsApp.

A empresa responsável pelo WhatsApp sustenta que o aplicativo não tem por objetivo a formação de audiências (SPAGNUOLO, 2019). Porém, em alguns momentos, se identifica que estratégias de usuários ultrapassam as fronteiras colocadas pela limitação de membros. É o que acontece quando se observa o caso dos “disparos em massa” para “base de usuários” (CAMPOS MELLO, 2018), prática que foi restringida após problemas na eleição do Brasil e de linchamentos na Índia. Outra forma de garantir alcance a milhares de pessoas é a administração de redes de grupos (KLEIN, 2019), quando um núcleo administrativo garante o recebimento e repasse de conteúdos para membros de vários grupos quase ao mesmo tempo. A prática é experimentada de forma espontânea por comunidades, mas também é

3 É um caso de ativismo anônimo pautado pela crítica ao uso econômico da informação, com ação em 2020. Desde maio de 2020, o grupo também passou a atuar no Brasil.

4 ATIVISTAS QUE DENUNCIAM PUBLICIDADE EM SITES EXTREMISTAS CHEGAM AO BRASIL, 2020, online.

5 Ibidem, online.

orquestrada por empresas. A articulação de audiências garante ampla circulação, sem que haja uma visibilidade pública e consequente discussão sobre características e ética dos conteúdos.

3 Disseminação de fake news na pandemia de Covid-19

A Covid-19, causada pelo coronavírus, foi declarada uma pandemia em 11 de março de 2020, pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Até 25 de junho⁶, mais de 9,4 milhões de pessoas tiveram confirmação da doença, com 484.155 mortes (OPAS BRASIL, 2020). O primeiro surto aconteceu em Wuhan, na China. A cidade e a província foram fechadas e quatro hospitais foram construídos em poucos dias, com o intuito de evitar que o vírus saísse do território chinês. Porém, ainda em janeiro, casos começaram a aparecer em vários países do mundo, despertando igualmente uma intensa cobertura midiática.

O coronavírus é de uma família de vírus conhecida desde 1937 entre seres humanos (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020) e pode causar sintomas leves, como os de um resfriado, até sintomas graves, como insuficiência renal e respiratória, ou parada cardíaca. Com o avanço do número de casos, eventos com concentração pública passaram a ser cancelados, aulas suspensas e até atividades comerciais foram interrompidas (BIERNATH, 2020). Tais ações também foram implementadas em 2009, com o surto de H1N1, contudo já existia uma vacina para H1N1, que foi disponibilizada pelos governos no mundo todo, reduzindo as medidas de contenção da circulação pública. Na pandemia de Covid-19, não havia qualquer vacina a ser disponibilizada durante o período de circulação do vírus. Sem vacina, a principal forma de reduzir a propagação do vírus foi a restrição da circulação social.

A China fechou o território de Wuhan, onde o surto começou, por 76 dias. Na Itália, segundo epicentro da crise, houve quarentena nacional por dois meses⁷. No Reino Unido, foi criada uma escala de níveis de afetação pelo vírus, de 1 a 5 e, quanto mais baixa, maior o relaxamento da quarentena, que ficou estendida até junho de 2020 (MIGUEL, 2020). Nos Estados Unidos, os entes federados criaram regulações específicas, mas os estados mais populosos, como Nova Iorque e Califórnia, tiveram quarentenas restritivas. Porém, a ausência de resposta coesa do governo federal e a inexistência de um sistema de saúde pública levaram o país a registrar cem mil mortes até maio de 2020 (BBC NEWS, 2020).

O Brasil seguiu uma linha similar aos Estados Unidos, sem uma ação unificada e com medidas tomadas por governos estaduais competindo com declarações públicas do presidente da República, que

6 Data de fechamento do trabalho. Neste período, o Brasil e a América Latina constituíam-se como epicentro da crise global, com número de casos em linha ascendente. Países europeus e estados chineses voltavam às políticas de quarentena. Não havia previsão de disponibilização de vacina até esta data.

7 APÓS DOIS MESES DE QUARENTENA NACIONAL, ITÁLIA INICIA RELAXAMENTO, 2020

por se opor à restrição da circulação, atacou governadores, prefeitos e até ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) (CHAIB; TEIXEIRA, 2020). Com isso, o Congresso chegou a iniciar a discussão de um Projeto de Emenda Constitucional que garanta que governos estaduais e prefeituras de capitais tenham direito de tomar decisões sobre casos urgentes de saúde pública, por formação de maioria absoluta (CHAIB; TEIXEIRA, 2020).

Em uma pesquisa de matriz histórica, Biernath (2020) resgatou um folheto de 1918, sobre a gripe espanhola, que avisava aos brasileiros para evitarem concentrações públicas, visitas, fadiga por exercícios e também informava para redobramos hábitos de higiene e adotarem descanso, caso sentissem sintomas de resfriado. Tais recomendações levavam em conta o fato de que a transmissão ocorre de pessoa para pessoa, através de partículas expelidas por infectados. Contemporaneamente, se sabe que objetos que tenham sido atingidos por tais partículas também são fontes de contágio (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). Assim, com um menor contato físico entre pessoas, se reduz o número de infectados. Porém, a redução da circulação pública causa resistência, devido ao desaquecimento da economia. Essa resistência criou, em 2020, uma linha discursiva que tenta pautar um novo paradigma técnico, com a ideia de forçar uma “imunização comunitária” para acabar a epidemia de Covid-19, ou seja, deixar todo mundo se contaminar, como acontecia antes da existência de vacinas.

A historiadora Christiane Maria Cruz de Souza (apud BIERNATH, 2020) considera que há uma cronologia similar nas ações realizadas durante pandemias já vividas: primeiro, as autoridades negam; depois, se espalham dicas de supostas curas, como limão, alho e até cachaça; então, as pessoas praticam desobediência civil das regras impostas. A negação da existência da pandemia está na base de discursos estigmatizados, como a nomenclatura de “gripe espanhola” para uma doença cujo foco inicial não surgiu na Espanha, ou a tentativa de chamar o coronavírus de “vírus chinês”.

Desde janeiro de 2020, quando se descobriu que a epidemia de infecção respiratória na China era causada por coronavírus e que havia uma potencialidade de crise global, houve grande disseminação de conteúdos falsos sobre o assunto. A partir de um aplicativo de denúncia de conteúdos falsos, a Fiocruz (2020) analisou os tipos de fake news que circularam no Brasil de março a maio. Na primeira fase, 20% das fake news eram sobre “métodos caseiros para prevenir o contágio da Covid-19, 5,7% se referem a golpes bancários, 5% fazem menção a golpes sobre arrecadações para instituição de pesquisa e 4,3% se referem ao novo coronavírus como estratégia política”. Na segunda fase, de 11 de abril a 13 de maio, dentre as fake news, “24,6% afirmam ser a doença uma estratégia política, 10,1% ensinam métodos caseiros

para prevenir o contágio do novo coronavírus, 10,1% defendem o uso da cloroquina e hidroxicloroquina sem comprovação de eficácia científica e 7,2% são contra o distanciamento social” (FIOCRUZ, 2020, online). O tipo de assunto permite perceber que o discurso de autoridades políticas tem um forte impacto na reverberação de conteúdos falsos.

A expansão de conteúdos falsos foi tanta que empresas jornalísticas intensificaram a cobertura midiática contra as fake news. O site de sátira jornalística *Sensacionalista* criou o grupo de Facebook chamado *Caça Fake*, em que convoca seus seguidores e fãs para ações de denúncia e derrubada de conteúdos falsificados na plataforma. Todos os dias, o administrador, ligado ao Sensacionalista, altera a postagem principal do grupo, convocando os membros para a ação: “Conseguiu remover uma hoje, 29/05? Cole o print aqui para atualizarmos o placar. Já removemos 341 posts” (SENSACIONALISTA; CAÇA AO FAKE, 2020). O grupo pode ser pensado como uma iniciativa de jornalismo cidadão, que aciona seus múltiplos públicos para exercerem papéis de cidadania em defesa da esfera pública (MERRITT, 1997).

Nas mídias sociais, até mesmo o presidente brasileiro teve postagens apagadas. “Após o Twitter, o Facebook também decidiu apagar publicação do presidente Jair Bolsonaro de suas plataformas, por entender que cria ‘desinformação’ que pode ‘causar danos reais às pessoas’” (MARQUES, 2020, online). A publicação em questão se tratava de um vídeo em que o presidente causava aglomeração e não tomava cuidados para evitar disseminação do coronavírus. Outras empresas, como Google e Microsoft, também assinaram acordo para “combater fraudes e desinformação sobre o novo coronavírus” (MARQUES, 2020, online).

Embora o Twitter e o Facebook anunciem medidas restritivas de circulação de fake news, as ações implementadas pelo WhatsApp (da mesma empresa do Facebook) são escassas e menos eficazes. No começo de maio, a empresa anunciou um bot para combater fake news (FABRO, 2020), que compara resultados de 80 organizações de checagem de fatos, que funcionam em 74 países. Testamos o aplicativo no dia 29 de maio e ainda não havia a versão em português, anunciada no lançamento. O chat funciona pelo reconhecimento de números e símbolos digitados pelo usuário. Assim, toda a iniciativa para encontrar uma notícia falsa depende do usuário, ou seja, não acontece automaticamente pela plataforma.

4 Fake news compartilhadas em grupo de WhatsApp

José Luiz Braga (2018, p. 40) sinaliza que “o esforço produtivo para circular se faz na conformação da escuta prevista ou pretendida”, o que resulta na produção de contrafluxos, a partir de respostas e interações que, em mídias sociais, ficam registradas de vários modos nas plataformas digitais. Braga (2018) entende que se cria uma dimensão diferente da conversação em presença (que implica um mecanismo de ida e volta entre os participantes). As condições de registro e as interfaces sociais e digitais se encadeiam, causando um “fluxo contínuo, sempre adiante” (BRAGA, 2018, p. 40), que impede que se observem claramente pontos de partida e de chegada, ou papéis tão distintos, como os de emissores e receptores.

A indistinção de papéis e etapas transforma os regimes de acontecimentalização. Na projeção dos eventos na internet, se misturam manifestações diretas das pessoas com registros aleatórios de sua navegação, registros de preferências pessoais, experiências cotidianas com *affordances* de plataformas digitais, como o uso da hashtag, cuja apropriação pelos usuários está na base da geração de correntes de mobilização. Tais informações não estão necessariamente presentes na fala dos indivíduos, mas igualmente fazem parte da produção de eventos e reverberações na internet. Ao tratar de acontecimentos que se mesclam com as lógicas das redes sociais, com organização em rede, narrativas elaboradas pelos participantes, discussão pública instantânea, Henn (2013) classifica a ocorrência de “ciberacontecimentos”, que acabam retornando ao jornalismo, pela intensa reverberação nas redes.

Notamos que os circuitos ao redor das fake news não necessariamente precisam atingir uma forma totalmente distinta dos demais eventos sociais, como seriam grandes ciberacontecimentos, como as manifestações de junho de 2013, iniciadas a partir de protestos por melhor transporte público, no Brasil (HENN, 2013). Por estarem diretamente ligadas com as experiências individuais das pessoas, as lógicas acontecimentais podem ocorrer em escala micro e ter impacto para públicos de nicho, ainda que não sejam imediatamente percebidas por outros públicos na mesma sociedade. É o que observamos em grupos do WhatsApp, plataforma que se tornou central na disseminação de informações e também de conteúdos falsos. Daí a pertinência em observar ações de usuários e tipos de conteúdos neste domínio.

Para a construção da análise, contamos com a contribuição de um informante, membro de um grupo, no WhatsApp, composto por profissionais da saúde, que nos remeteu todos os conteúdos que relacionavam a pandemia a ações e diretrizes políticas do governo brasileiro. Os materiais eram emitidos no grupo por três membros, sendo que um deles era mais ativo. Em algumas circunstâncias,

especialmente em casos de falas polêmicas do presidente, havia algum debate entre os membros (apenas nestes casos recebemos mostras de diálogos). Porém, desconsideramos as falas dos membros. O foco da análise são os conteúdos compartilhados e a forma como se correlacionam a circuitos de fake news e desinformação. A coleta foi feita entre 15 de março e 5 de maio. Há uma correspondência entre os pronunciamentos, as entrevistas, as lives do presidente, as redes de boatos envolvendo deputados da base governista e as ondas de dissipação de conteúdos no grupo de WhatsApp observado.

Vídeos, áudios, links e comentários são postados de acordo com o assunto reverberado por uma onda de conteúdos, que contempla tópicos de humor. É o caso de um vídeo que consiste na justaposição de uma fotografia de um ator com sua família, em uma grande piscina, com um áudio de uma pessoa que desabafa, em tom humorado, sobre as diferenças entre a quarentena dos ricos e dos pobres, que precisam fazer comida, lavar roupa, limpar casa e conter crianças o tempo todo. O conteúdo não é postado como brincadeira, mas com uma descrição que remete à onda de postagens sobre a abertura das atividades comerciais: “E esse vídeo abaixo vc vai saber porque temos que voltar a trabalhar mas claro tomando todos os cuidados”. Na circulação geral de conteúdos, existem aqueles que figuram com função primeira de humor, como memes, um deles comparando o formato do coronavírus ao de uma planta brasileira conhecida pelo nome de “mamona”. O conteúdo de humor é minoritário na amostra.

É curioso que, dentre os links postados, apareça uma única vez um link para a Tribuna do Norte, RN, sobre a desistência do governo estadual em fazer propaganda, e um link para um vídeo explicando o que seria o “isolamento vertical”, postado pela BBC Brasil, em seu canal no YouTube. Nos dois casos, a seleção de notícias converge com a posição política de quem posta, isto é, pró-Bolsonaro e contra Fátima Bezerra, governadora do RN, do PT, partido de oposição a Bolsonaro. Há também um link que direciona para o Estadão, porém na seção de opinião, com texto intitulado “comunavírus”, com postagem falando em “vírus chinês” e ícone da bandeira da China. Há um link para artigo de opinião no *The New York Times*, com comentário em português sobre mudança de postura de Trump. Todos os outros links são de canais e páginas de indivíduos e grupos não necessariamente vinculados ao jornalismo ou produção pública.

Observa-se uma ascensão de blogs e sites que misturam informação factual com opinião pessoal. Há links para blogs locais e até para página de bombeiros SP (tratando do avanço de governos conservadores). O blog de Isamel Sousa publica: “governadora do RN agora concorda com Bolsonaro e sinaliza reabertura das atividades econômicas”. O tom é similar ao “Blog do BG”. A afirmação carrega

falseamentos, ao projetar a intenção ou pensamento de uma pessoa que não são manifestos por ações e falas. Situação similar ocorre com link para outro blog, que remete a uma síntese de fala do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, de que existe necessidade de um movimento popular, além de um motivo legal, para a realização de um impeachment. O texto do compartilhamento classifica o ex-presidente como “altamente envolvido com as trevas”, o que o desqualifica. A opinião do interpretante remete à intenção/imaginação: “o medo da manifestação que ficou conhecida como ‘o Dia do Fodase’, tem deixado os inimigos políticos do presidente [Bolsonaro] aterrorizados”.

A assinatura mistura: a) a desinformação e o falseamento das posições de pessoas com pensamentos divergentes (diretamente ligados à noção de fake news), b) opinião que se coloca como verdade sobre o mundo, c) e uma organização militante, convocatória, com adição de assuntos religiosos. “Esquerda comunista/globalista recua mais uma vez diante da nação brasileira... diante do povo de Deus”. Também se constrói uma posição moralmente boa e correta para o falante, além da menção a fatos que não aconteceram.

Alguns conteúdos aparecem em diferentes formatos, como um vídeo que contém uma entrevista feita por Datena a um profissional que trata o uso da hidroxicloroquina em uma paciente de 72 anos como “esperança”, “notícia boa” a ser comemorada. O conteúdo é depois replicado em outro vídeo, de um canal que trata do uso do medicamento em 500 pacientes, pela empresa *Prevent Senior*. O vídeo é compartilhado com a dica: “caso sintam os sintomas, enviem esse vídeo ao seu médico e peçam que ele faça a prescrição imediata, isso pode salvar a sua vida!”. Adiciona que “adotar o remédio de forma tardia não adianta mais, 50% dos pacientes que são [dão] entrada na UTI vão a óbito”. A afirmação da administração medicamentosa em fases precoces está presente em áudios e vídeos atribuídos a médicos, que chegaram a este mesmo circuito de WhatsApp.

Na amostra analisada, está presente a ideia de texto-imagem. Esta ideia também pode ser observada em outros circuitos de difusão informativa no WhatsApp (KLEIN, 2020). Dois destes materiais remetem a *cards*, folhetos digitais criados por assessorias, uma do deputado Eduardo Bolsonaro, outra do deputado General Girão. A primeira postagem diz: “Presidência da câmara impede votação que destinaria fundão eleitoral (R\$ 2 bilhões) e fundo partidário para combater o coronavírus”. A primeira conecta-se com uma onda de conteúdos que também ancora falas generalistas sobre “políticos” e “partidos”, sendo interessante notar que apesar de emitidas por políticos, estes parecem não se considerar como tais. Embora a referida proposta realmente não tenha sido votada, o post não explica que

houve um argumento técnico na decisão da mesa. A segunda postagem diz que há um “golpe armado” e que o “PT quer cassação da chapa Bolsonaro/Mourão para forçar nova eleição para presidente e vice”, embora isso seja uma conjectura, sem base em ações ou falas públicas.

Há registros de frases de impacto com forma visual: “A tendência é o Covid-19 matar mais CNPJ do que CPF!! Triste realidade”; “Já pode chamar de mitocloroquina ou ainda tá cedo?”. Os conteúdos estão conectados a ondas acontecimentais formadas pela correlação de opiniões políticas, fake news e desinformação: o fechamento de empresas como culpa de governadores que impuseram quarentenas e a recomendação política do uso de um medicamento.

Há cinco fotografias de tela (*screen shots*) de posts no Twitter, que já circulam editados, podendo igualmente fazer parte de um amplo ciclo de compartilhamentos. Um deles defende o pronunciamento do presidente Bolsonaro contra a quarentena e diz que as pessoas o interpretaram mal. Outro se refere ao uso de medicação. Há mais um que defende pronunciamento e adiciona um componente de ataque à China presente em outras posições públicas dos presidentes do Brasil e dos Estados Unidos: “Well, como dizia Bolsonaro: a China não quer comprar do Brasil, quer comprar o Brasil”. E, ao fim do período de coleta, outra fotografia de tela de tweet questiona a lealdade do ex-ministro Sérgio Moro.

Há um conjunto de materiais que podem ser pensados como mensagem de texto para o WhatsApp, em geral não se encontram publicados em outras plataformas, não remetem a conteúdo visual ou audiovisual externo, não são apresentados links. O conteúdo tende a ser opinativo, embora haja remissão a contexto e, por vezes, aos dados. É o que ocorre em relação à crítica ao emprego de verba para propaganda pelo governo do RN. Esta crítica contém dados de publicação oficial, mas também uma interpretação equivocada: a propaganda seria feita para divulgar ações de enfrentamento ao Covid-19, mas é tratada na mensagem como uma propaganda promocional do governo. Observa-se que o falseamento pode se apresentar de forma tênue, a partir de modalidades de opinião e interpretação expressas em críticas.

Há uma maior ocorrência de conteúdos totalmente falsos neste tipo de material. “Dias Toffoli presidente do STF, Rodrigo Maia presidente da Câmara e Davi Alcolumbre e os chefes de partidos de esquerda entre eles PSDB com Aécio Neves e PT e PCdo B e Psol, se reuniram e fizeram um pacto com alguns governadores como João Doria de Sp e Wilson Witzel do RJ entre outros”. Nota-se que o PSDB é apresentado como partido de esquerda, sendo que nunca se colocou deste modo na cena política do país. Aparece a rejeição à Câmara e ao STF, a partir de uma relação entre partidos e pessoas que não é expressa em evidências concretas. Em outra mensagem, é feita uma

acusação de que o coronavírus foi buscado pela esquerda para resolver a perda de eleições no mundo. “Depois que Trump ganhou a eleição no ano de 2016, George Soros foi na mídia e disse: ‘Trump é a pedra no sapato para nova ordem mundial’”. Outro trecho: “Com a ação em curso um novo espaço será aberto para a esquerda assumir o controle, colocando um socialista ou comunista a frente do país, firmando assim um plano global que está em curso”. A declaração de George Soros nunca existiu, bem como não existe uma frente formada para ascensão do comunismo no Brasil.

O teor agressivo é repetido em boa parte destas mensagens. Em um longo trecho que classifica quem cumpre o distanciamento social como hipócrita, observa-se a acusação: “#hipocritas além de FALIR o PAIS vamos todos morrer seus idiotas.. sem dinheiro vc fica sem remédio sem comida”. Outro texto, também como crítica a quem cumpre distanciamento social, repete o tom: “Me irrita essa frase ‘estamos no mesmo barco’. Não, não estamos. Não seja ridículo. Estamos na mesma tempestade, mas não no mesmo barco”. Tais textos colocam em oposição pessoas que fazem *home-office versus* pessoas que catam lixo. Em outros materiais, tal oposição é feita entre pobres e atores da Globo. O teor crítico das oposições cria uma ideia de defesa das pessoas com maior vulnerabilidade, que seriam favorecidas com o fim da quarentena. Não há, nestes textos, uma indicação de interferência do governo para reparação da situação destas pessoas vulneráveis.

O teor militante está igualmente presente em convocatórias para a ação do leitor, com mensagens nacionalistas unidas a trechos bíblicos. É pertinente notar que convocam a construção de uma audiência à parte do circuito midiático, tomado como oponente. “Vai ter uma live no YouTube hj as 20:30h do jornalista Oswaldo Eustáquio, vai ter revelações muito importante é vai ser justamente na HORA que o Moro vai ser entrevistado na Globo, vamos derrubar essa audiência dela e acompanhar essa live... se tiver interesse, repasse pra o maior números de pessoas” (dia 26/04). O alarme para espalhamento é claro: “BOMBA!!! DIVULGUE”. O mais curioso deles ensina a burlar envios massivos no WhatsApp e termina com a frase: “REPASSEM ESSAS INSTRUÇÕES PARA QUE TODOS APRENDAM A FORMA DE SAIR DESSA CENSURA IMPOSTA PELO WHATSAPP”.

Há insinuações que parecem extrapolar os limites da razoabilidade e até legalidade, como nos seguintes trechos, de diferentes postagens: “Adélio ligado a PCC e PSDB? Fraude nas eleições? Investigar algo do Doria na lava covid?????????”; “MINISTRO DO STF ALEXANDRE DE MORAES É UM DOS PIORES CRIMINOSOS DO BRASIL”; “Entendem agora porque que o Alexandre de Moraes não quer que o Bolsonaro nomeie o chefe geral da Polícia Federal? Por que senão a segunda maior fonte de lavagem de dinheiro do PCC e do Foro de São

Paulo vai secar”. A mais perigosa das insinuações ameaça membros do judiciário: “O pt e seus associados estão utilizando sua última bala: o stf. Para eles, o CAPITÃO tem a ‘BALA DE PRATA’”.

Na amostra, foram coletados dois áudios cujos autores se designam como médicos. No primeiro, o falante diz que não tem casos graves onde trabalha e critica que crianças estejam em casa: “Sabe que zero a dois anos a chance de morte é de um em mil, esses tinham que estar na rua, para quê? Para se contaminar e criar resistência. Não estão, tão tudo trancafiado. Não pode se comparar com Europa. Brasil é um país grande, país quente e não vai acontecer o que estão falando”. Este áudio se inicia com uma referência direta ao pronunciamento presidencial de 24 de março, ao qual é favorável, além de dizer que a mídia só se importa porque a doença começou com ricos, que se fosse com pobres, como a H1N1, a imprensa não iria fazer cobertura. É interessante notar que não há dados ou referências, mas apenas a preferência pessoal que, no entanto, é sustentada como perícia, pela atribuição do título profissional.

O segundo áudio, também atribuído a um médico, desaconselha o uso de máscara, pois o contágio em massa seria necessário para gerar “imunização comunitária”. Além disso, afirma que os doentes seriam tratados com medicações conhecidas, referidas por seus nomes: “se essas drogas forem usadas de forma competente, por uma equipe de saúde treinada e ainda no início dos sintomas, na prática teríamos reduções nas internações e formas graves da doença”. Tais conteúdos geram um efeito de prova, de confirmação da realidade, quando em realidade são preferências e opiniões individuais expressas pelas pessoas.

Os vídeos são os materiais mais representativos na amostra, totalizando 30 conteúdos. Uma das categorias de vídeo é o relato de experiência pessoal. Uma marca destes vídeos é a apresentação da profissão: torneiro mecânico, motorista, vendedor de praia, apresentador de programa. O torneiro mecânico fala sobre quem vai brigar pelos filhos deles e da preocupação com a “vida financeira, porque tudo está parado”. O vendedor de praia fala do litoral vazio e dos restaurantes fechados. O motorista fala da BR vazia e da dificuldade em achar comida, salienta que se os caminhões não circularem, médicos e enfermeiros também não vão ter como comer. Todos estes se colocam contra a mídia. Há uma repetição da ideia de apartidarismo. O apresentador de programa aparece como analista político e se coloca como “lulista”, diz que votaria no ex-presidente Lula, se ele concorresse, mas defende a fala do atual presidente, Bolsonaro, afirmando que seria capaz de salvar o país da imposição de quarentena por governadores.

Os vídeos de médicos configuram uma categoria à parte, sendo

mesclada a experiência pessoal com a expertise nestes vídeos. Uma médica ordena parar de ver notícias sobre Covid-19 e “serenar”, pois “o mundo não está acabando”. Outro profissional de saúde trata de seu currículo e diz que não se envolve com política: “É preciso tomar decisões e destravar o país. Vão morrer pessoas? Vão. As pessoas dos grupos de risco realmente vão estar mais expostas, verdade. Mas e quantas pessoas também vão morrer de fome?”. O vídeo termina com crítica a governadores e deputados. Em todos os vídeos de médicos, eles aparecem vestindo jalecos, às vezes, bordados com abreviaturas que remetem à palavra doutor/doutora seguida de nome. Em praticamente todos eles ocorre uma comum relativização da doença.

Outra categoria de vídeos contempla políticos que são apresentados como peritos. Um é o médico Osmar Terra, outro é o governador de Santa Catarina. Osmar Terra lista seu currículo como gestor, para definir seu próprio lugar como autoridade. “As pessoas que estiverem doentes têm que ficar confinadas, mas o restante da população tem que levar a vida mais normal possível. Isso não vai alterar uma pessoa que vai ficar doente, que vai morrer”. O governador de Santa Catarina é apresentado, por quem posta, como alguém que atenua, mas confirma o que Bolsonaro apresentou no pronunciamento. Por fim, há um deputado que apresenta um projeto para usar o recurso de fundo eleitoral para construir leitos, pois “a maioria das mortes não se dá por agravamento da doença simplesmente, mas pela ausência de leitos de UTI”. O deputado fala gritando, sem pausas, ataca o que chama de “os políticos” e “os partidos” e parece não se ver como um deles, mesmo quando usa pronome na primeira pessoa do plural.

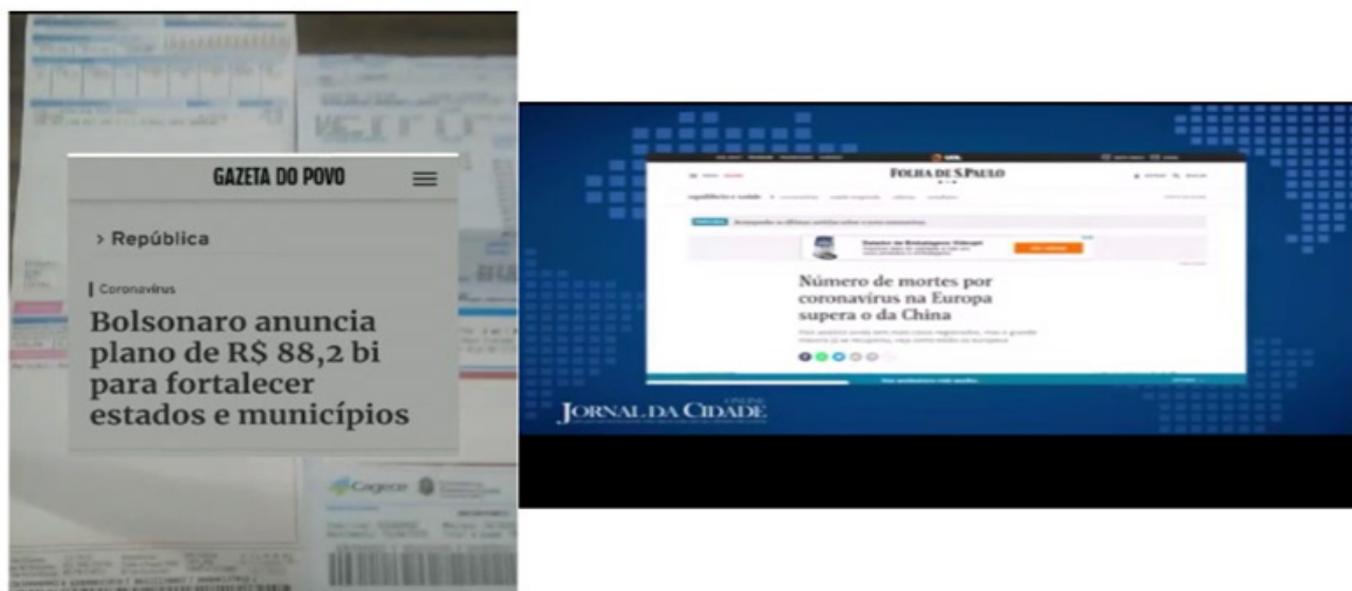
Outra categoria de vídeos envolve montagens de conteúdos midiáticos e recortes de trechos de programas televisivos. Os recortes operam como um modo de construção de perspectiva, de orientação política. Um dos recortes mostra uma conversa entusiástica do apresentador Datena com o profissional do *Prevent Seniors*. Na ocasião da entrevista, a mãe do dono da companhia estava sendo tratada com o medicamento alvo da propaganda do presidente brasileiro e, segundo o profissional entrevistado, apresentava melhora. “Datena, a gente começa a literalmente criar uma esperança aí para o país e para todo mundo que precisa tratar estes pacientes”. O nome do remédio é repetido várias vezes, sendo que o apresentador finge não saber falar corretamente, para ser corrigido e, assim, falar o nome mais uma vez.

Uma montagem apareceu três vezes, em diferentes formatos, apresentando um compilado de matérias sobre H1N1, realizadas na cobertura feita em 2009, entrecortadas com fala de Lula dizendo que o vírus parecia não ser da escala prevista e que o Brasil estava adotando medidas para se proteger. Tais vídeos circularam nas semanas seguintes ao pronunciamento do atual presidente em que

ele chama a Covid-19 de “gripezinha”. Há uma tentativa de atenuar as críticas a Bolsonaro, comparando com a fala de Lula, sem que haja uma contextualização das variantes entre as epidemias, como a existência, à época, de vacina para H1N1. Outro grupo de montagens confronta a cobertura midiática com falas de médicos que defendem o fim da quarentena.

Uma montagem em vídeo simula as características do jornalismo profissional para um conteúdo falso, que vincula o vírus a uma tentativa de dominação comunista, sustenta que a China está preocupada em garantir o aborto no meio da pandemia e que o país aparelhou a Organização Mundial da Saúde. Além de a abertura ser feita com uma pessoa que ocupa o lugar de repórter (função atribuída por caracteres), o vídeo é entrecortado por fotografia de tela de publicações da mídia sobre a Covid (com sites reconhecidos, como El País e BBC, sobre casos em Wuhan e dúvidas sobre a doença), sendo que os últimos slides não são de mídias reconhecidas e mencionam defesa do aborto. A junção de conteúdos diferentes é feita com um tom de alerta, de aviso. Similar estratégia de edição é feita por uma pessoa que reclama ter que pagar contas de água e luz, quando os governos receberam ajuda federal.

Imagem 1: Imagem de tela de dois vídeos que usam estratégia similar de edição



Fonte: Gazeta do Povo e Folha de S. Paulo

Em abril, uma onda de vídeos foi marcada pelo caráter denunciante, com pessoas indo a hospitais com câmera aberta, entrando em prontos atendimentos e dizendo que “não tem ninguém”, não

existe pandemia. Os vídeos simulam narração e tomadas feitas por reportagens televisivas, como aparecimento do narrador como repórter, texto explicativo acompanhando as imagens, uso de diferentes planos (geral, para dar noção do local, conjunto, para mostrar ambientes fechados e relação entre pessoas e objetos, médios para enquadrar pessoas). Há uma simulação de produtos jornalísticos, embora apenas se limite ao testemunho individual.

Imagem 2: Fotografia de tela de dois vídeos que buscavam provar que hospitais estavam vazios (rostos ocultados pela autora)



Fonte: redes sociais

Tais conteúdos circulam intensamente em 9 de abril, com lives públicas, e podem ser contextualizados a partir do “dia do jejum”, em 5 de abril, quando evangélicos jejuaram para promover o dia de cura da doença e o presidente Bolsonaro ordenou que estados fizessem plano de abertura do comércio. Também foi a semana de pagamentos do auxílio emergencial, que gerou filas em frente às agências da Caixa Econômica Federal. Houve ainda uma nova live do presidente, em 8 de abril, minimizando os impactos da pandemia no país. Os quatro vídeos denuncistas têm narradores homens, que falam de forma exaltada. Um deles se declara como promotor e humilha a policial que tomava conta da entrada do hospital – e o colocou para fora diversas vezes. As agressões verbais, bem como o vídeo, só terminam quando um homem vestido como funcionário do hospital se aproxima na direção de quem gravava.

A existência de materiais derivados de colaboração dispersa denota, ainda, similitude a projetos de mídia alternativa, como a Mídia Ninja, no Brasil, que realiza cobertura de grandes eventos públicos a partir da ação midiativista de participantes. Esta audiência dispersa

conclamada pelos chamamentos das mensagens de WhatsApp, pelos vídeos e áudios, se mostra ativa nestes vídeos. Ela também se revela ativa pelo constante repasse de tais materiais em alguns agrupamentos sociais mais amplos, como o grupo de WhatsApp onde os materiais aqui analisados foram postados.

5 Considerações finais

Há um modo de acontecimentalização próprio dos conteúdos falsos acerca dos eventos e das problemáticas sociais, que passa ao largo das instituições consagradas, como a ciência, a medicina, os órgãos internacionais, as instituições republicanas que seguem os padrões internacionais – e que são fontes preferenciais do jornalismo. Assim, observa-se que não há predileção pelo jornalismo institucionalizado e não há uma narrativa coesa, mas flutuações constantes nas perspectivas lançadas sobre eventos, falas, rumores e até sobre fatos.

Materiais distintos (imagens, vídeos, áudios, mensagens próprias para o WhatsApp) remetem a tópicos comuns. Vários conteúdos criticam governadores, dizem ser pessoas fora da política, mencionam fechamento do comércio como destruição da economia, recomendam remédios, pregam contaminação coletiva. Os materiais não são emitidos de modo aleatório, existe uma relação com cadeias de assuntos presentes em mídias sociais. No caso analisado, observamos as ondas de conteúdos ligados à crítica a governadores (após pronunciamento de Bolsonaro), o uso de remédios (após vídeos de Bolsonaro e entrevistas de Trump), a investigação de hospitais “vazios” (após questionamento do número de mortes e da não reabertura do comércio requerida pelo presidente).

A flutuação constante desafia as lógicas institucionalizantes. Não há repetição por um espaço de tempo suficiente para se criar uma sedimentação. Os circuitos se formam e se desfazem em temporalidades acontecimentais de ordem imediata, sem se apegarem às práticas sociais institucionalizantes e sem costurar narrativas próprias. Antes, se engajam em fragmentos de grandes narrativas, que vieram antes deles e irão prosseguir depois. Tais fragmentos remetem a emoções que são revividas a partir de comportamentos repetidos ao se tratar de tais narrativas estruturais, como a grande nação, o homem valente e o salvador. Porém, a emoção é parte da acontecimentalização efêmera. Se faz e se desfaz. Não se buscam parâmetros próprios, mas uma flutuação por fragmentos que se colam em várias correntes, simultaneamente.

Por fim, é importante ressaltar que é essencial vincular as noções de fake news e desinformação, posto que os conteúdos propriamente

falsos se relacionam a outros modos de condução da discussão pública, como a confusão, a radicalização e a postura temperamental, a ordenação de ações pela insinuação de fatalismos, a reverberação de trechos de falas que soam interessantes à formação de uma onda discursiva.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H; GENTZKOW, M; YU, C. **Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media**. Research an Politics. vol. 6 (2). Abr-Jun, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2053168019848554>. Acesso em: 25 set 2020.

APÓS DOIS MESES DE QUARENTENA NACIONAL, ITÁLIA INICIA RELAXAMENTO. Veja, 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/italia-inicia-nesta-segunda-relaxamento-da-quarentena-nacional/>. Acesso em: 25 set 2020.

ATIVISTAS QUE DENUNCIAM PUBLICIDADE EM SITES EXTREMISTAS CHEGAM AO BRASIL, Veja, 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/ativistas-que-denunciam-publicidade-em-sites-extremistas-chegam-ao-brasil/>. Acesso em: 25 set 2020.

BBC NEWS. **Coronavírus nos EUA: 3 mudanças drásticas** causadas pela pandemia no país que chegou a 100 mil mortos. UOL Economia, 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2020/05/28/coronavirus-nos-eua-tres-mudancas-drasticas-causadas-pela-pandemia-no-pais-que-chegou-a-100-mil-mortos.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 25 set 2020.

BERMÚDEZ, Ana Carla. **Precisamos aprender a não compartilhar desinformação**. UOL, 2020. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/02/10/desinformacao-leitor-tambem-tem-quer-responsabilidade-diz-especialista.htm>. Acesso em: 25 set 2020.

BIERNATH, André. **Coronavírus: o que podemos aprender com ele?** Veja Saúde, 2020. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/medicina/coronavirus-o-que-podemos-aprender>. Acesso em: 25 set 2020.

_____, André. **Quais as semelhanças entre a Covid-19 e outras pandemias do passado?** Veja Saúde, 2020. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/blog/tunel-do-tempo/semelhancas-covid-pandemias-passado/>. Acesso em: 25 set 2020.

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campus sociais**. Mediação & Miatização. Salvador: EDUFBA, 31-52, 2012. 403, 2012 . Disponível em: http://www1.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111302.pdf. Acesso em: 25 set 2020. PUC Minas, 2018.

CAMPOS MELLO, Patrícia. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp**. Folha de S. Paulo, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 25 set 2020.

CHAIB, Julia; TEIXEIRA, Matheus. **Ameaças de Bolsonaro a governadores e prefeitos mobilizam Supremo e Congresso**. Folha de S. Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/ameacas-de-bolsonaro-a-governadores-e-prefeitos-mobilizam-supremo-e-congresso.shtml>. Acesso em: 25 set 2020.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo na fonte. In: DINES, Alberto; MAURIN, Mauro (org.). **Jornalismo brasileiro: No caminho das transformações**. Brasília, Banco do Brasil, 1996, p. 132-154.

QUEM É ALEKSANDR KOGAN, O PROFESSOR POR TRÁS DO ESCÂNDALO DA CAMBRIDGE ANALYTICA. Época Negócios, 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/04/quem-e-aleksandr-kogan-o-professor-por-tras-doescandalo-da-cambridge-analytica.html>. Acesso em: jan 2019.

ESTADÃO. A Infodemia da desinformação. Estadão, 2020. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/a-infodemia-da-desinformacao/>. Acesso em: 25 set 2020.

FABRO, Clara. **WhatsApp anuncia bot para combater fake news sobre Covid-19**. TechTudo G1, 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/05/whatsapp-anuncia-bot-para-combater-fake-news-sobre-covid-19.ghtml>. Acesso em: 25 set 2020.

FIOCRUZ. **Estudo identifica principais fake news relacionadas à Covid-19**. Informe Ensp, 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-identifica-principais-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em: 25 set 2020.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma Teoria Marxista do Jornalismo**. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

HENN, Ronaldo Cesar. **Apontamentos sobre o ciberacontecimento: o caso Amanda Tood**. Encontro Anual da Compós, 22., 2013, Salvador. Disponível em: http://compos.org.br/data/biblioteca_2068.pdf. Acesso em: 25 set 2020.

INSTITUTO MILLENIUM. **A desinformação passou a ser usada como estratégia política**. Exame, 2020. Disponível em: <https://exame.com/blog/instituto-millennium/a-desinformacao-passou-a-ser-usada-como-estrategia-politica/>. Acesso em: 25 set 2020.

KLEIN, Eloisa. **A propagação do texto-imagem no contexto de efemeridade e emoção em grupos de conversa no Whatsapp**. VIII Colóquio Semiótica das Mídias, 2019. Disponível em: https://www.ciseco.org.br/images/coloquio/csm8/CSM8_EloisaKlein.pdf. Acesso em: 25 set 2020.

MARQUES, José. **Depois do Twitter, Facebook e Instagram também apagam post de Bolsonaro**. Folha de S. Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/depois-do-twitter-facebook-tambem-apaga-post-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 25 set 2020.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo como forma de conhecimento?** Conferência proferida nos cursos de verão da Arrábida, Portugal, setembro de 1997. BOCC. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditscheduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em: mai 2020.

MERRITT, Davis. **Public journalism and public life: why telling the news is not enough**. 2nd. ed. United States of America: Lawrence Erlbaum Associates, 1997. 151p.

MIGUEL, Rafa. **Reino Unido prorroga quarentena até junho e anuncia regras a viajantes que entrarem no país por via aérea**. El País. Londres, 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-05-10/reino-unido-impor-quarentena-aos-viajantes-que-entrarem-no-pais-por-via-aerea.html>. Acesso em: 25 set 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **O que é a Covid-19**. Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em: 25 set 2020.

OPAS BRASIL. **Folha informativa Covid-19**. Organização Pan-Americana da Saúde – Brasil, 2020. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875. Acesso: 25 set 2020.

PIRES, Breiller. **Com crescimento acelerado, Sleeping Giants irrita tropa de choque bolsonarista e Governo**. El País, 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-23/com-crescimento-recorde-sleeping-giants-irrita-tropa-de-choque-bolsonarista-dentro-e-fora-do-governo.html>. Acesso em: 25 set 2020.

RESENDE, Gustavo; MELO, Philipe; SOUSA, Hugo; MESSIAS, Johnatan; VASCONCELOS, Marisa; ALMEIDA, Jussara; BENEVENUTO, Fabrício. **(Mis)Information Dissemination in WhatsApp: Gathering, Analyzing and Countermeasures**. International World Wide Web Conference Committee, 2019. San Francisco: ACM Press, p. 1–11, 2019. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3313688>. Acesso em: 25 set 2020.

SPAGNUOLO, Sérgio. **Whatsapp as a tool for news: lessons from Brazil's 2018 election**. Relatório de mídia. Junho, 2019. Disponível em: <https://www.icfj.org/sites/default/files/2019-06/WhatsApp%20as%20a%20tool%20for%20news.pdf>. Acesso em: 25 set 2020.

TANDOC JR, Edson C; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “fake news”. A typology of scholarly definitions. **Digital journalism**. Londres, Reino Unido: Routledge, Taylor & Francis group, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions. Acesso em: 25 set 2020.

VALENTE, Jonas. **Especialista diz que não há “solução mágica” para combater fake news**. Agência Brasil, 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-07/especialista-diz-que-nao-ha-solucao-magica-para-combater-fake-news>. Acesso em: 25 set 2020.

“Bolsonaro tem razão”: um parasita intracelular obrigatório

Resumo: Este artigo apresenta um estudo feito no grupo de WhatsApp intitulado Direita do Rio Grande do Norte, cujo objetivo foi investigar como as subjetividades desenvolvidas neste aplicativo condicionam o modo de perceber os acontecimentos. Com enfoque no fato de o presidente Jair Bolsonaro se posicionar na contramão das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e não reconhecer a gravidade relativa à pandemia da Covid-19, investiga-se como os seus apoiadores propagam e interpretam essas informações, bem como isso se relaciona com o processo de desinformação e circulação de conteúdos falsos no WhatsApp.

Palavras-chave: Desinformação. Fake news. Gabriel Tarde. WhatsApp.

Bolsonaro tiene razón”: un parásito intracelular obligatorio

Resumen: Este artículo presenta un estudio realizado en el grupo de WhatsApp titulado Direita do Rio Grande do Norte, cuyo objetivo era investigar cómo las subjetividades desarrolladas en esta aplicación condicionan la forma de percibir los eventos. Con un enfoque en el hecho de que el presidente Jair Bolsonaro posicionarse en la dirección opuesta de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y no reconocer la gravedad relacionada con la pandemia de Covid-19, investiga cómo sus partidarios propagan e interpretan esta información, así como se relaciona con el proceso de desinformación y circulación del contenido falso en WhatsApp.

Palabras clave: Desinformación. Fake news. Gabriel Tarde. WhatsApp.



Ana Tázia Patricio de Melo
Cardoso¹
Patricia Rilliane Gomes da
Silva²
Alexsandro Galeno Araújo
Dantas³

1 Doutora e mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte UFRN. Possui Especialização em Arte-Multimídia pela Universidade do Amazonas e Especialização em Práticas Pedagógicas no Ensino Superior pela Universidade Potiguar. Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFRN. Professora de graduação e pós-graduação há mais de 20 anos e pesquisadora do grupo Marginália - Grupo de Pesquisa Transdisciplinar em Cultura, Comunicação e Arte - UFRN, cadastrado no CNPq. Tem publicações (artigos, livro, capítulos de livros, Anais) por editoras nacionais e internacionais.

2 Graduada (2015) e mestre (2019) em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Atualmente é doutoranda e bolsista (CAPES) pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN. Pesquisadora do Grupo Marginália (Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura). Possui interesse pelos temas da Complexidade, comunicação, mídias digitais e movimentos sociais.

3 Possui graduação em Geografia Licenciatura pela Universidade

“Bolsonaro is right”: a mandatory intracellular parasite

Abstract: This article presents a study carried out in a WhatsApp group entitled Direita do Rio Grande do Norte, whose objective was to investigate how the subjectivities developed in this application condition the way of perceiving events. With a focus on the fact that President Jair Bolsonaro stands against the recommendations of the World Health Organization (WHO) and does not recognize the gravity related to the Covid-19 pandemic, the study investigates how his supporters spread and interpret this information, as well as how it is related to the disinformation process and dissemination fake content on WhatsApp.

Keywords: Disinformation. Fake news. Gabriel Tarde. WhatsApp.

1 Introdução

Em meados de janeiro de 2020, o Brasil foi tomado por uma enxurrada de desinformações acerca de uma nova doença vinda do continente asiático, com muitos casos já notificados na China, a Covid-19. Dessa forma, a pandemia se tornou o foco de todos os suportes de difusão de informação, instaurando um clima de preocupação e, sobretudo, de desorientação, denominado de *infodemia*⁴, pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Sob tal enfoque, este estudo toca em uma questão comunicacional de nosso tempo político e midiático: o processo de desinformação e circulação de conteúdos falsos no mundo digital, em especial, no WhatsApp.

Resultado de uma pesquisa mais ampla do grupo Marginália⁵, este artigo objetiva colaborar com o enfrentamento a este sombrio momento de ataque ao conhecimento. Nessa esteira, destacamos o fato de o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro (sem partido), posicionar-se na contramão das recomendações da OMS e não reconhecer a gravidade relativa à pandemia de Covid-19, causada pelo novo coronavírus – uma vez que afirmou ser apenas uma “gripezinha”, contraria o isolamento social e acusa a mídia tradicional de provocar pânico na população, exagerando nas notícias sobre a doença. Assim, pode-se dizer que Bolsonaro é o representante, no Brasil, do que está na moda chamar de pós-verdade.

Com a candidatura do presidente estadunidense Donald Trump, 2016 é apontado como o ano no qual se lançou a era da pós-verdade de forma definitiva (D’ANCONA, 2018). No Brasil, durante as eleições de 2018, os sintomas desse processo ainda eram bem confusos. Diante da sede por informação, nos afogamos

Federal do Rio Grande do Norte (1989), mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (1996) e doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002). Pós-Doutorado na Universidade de São Paulo (2015) Atualmente é professor do Instituto Humanitas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Coordenador do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da mesma instituição e Presidente da Cooperativa Cultural Universitária. Tem experiência na área de Sociologia, com ênfase em Sociologia, atuando principalmente nos seguintes temas: sociologia do digital, sociedade e literatura, cultura e complexidade.

4 Trata-se do excesso de informações que dificulta a compreensão e a diferenciação entre o que é confiável ou não.

5 Esse grupo de pesquisa é vinculado a dois programas de pós-graduação da UFRN: Estudos da Mídia e Ciências Sociais. Os pesquisadores que constituem o Grupo de Estudos Marginália têm sua trajetória acadêmica marcada por incursões transdisciplinares desde sua formação até sua atuação em grupos de pesquisa precedentes, que envolveram sempre investigações que buscavam religar cultura, comunicação, arte e filosofia. Uma grande parte dos pesquisadores é originária do Grecom - Grupo de Estudos da Complexidade, criado em 1993, que tem por objetivo desenvolver pesquisas na perspectiva da complexidade.

na corrente torrencial do mar digital, sem condições de explicar e digerir os acontecimentos das eleições presidenciais. Todavia, enquanto pesquisadores, fomos todos desafiados a sustentar os fatos e, principalmente, a defender a legitimidade da narrativa científica, que tremeu na base da pós-verdade.

Nesse processo, o papel do WhatsApp se destacou na abertura de novos possíveis⁶. Sendo uma das plataformas mais usadas (junto com o YouTube, Facebook e o Instagram), é, também, a menos transparente, em termos de mensuração, por sua característica de criptografia das mensagens. Além disso, esse aplicativo estabelece uma conexão desintermediada entre os seus usuários, que, no Brasil, somam mais de 130 milhões⁷, atualmente, com números crescentes⁸. Dito isso, compreende-se que o súbito contágio de desinformações, na verdade, não é tão súbito assim, é sorrateiro e adentra pelos canais obscuros e pouco iluminados das microrrelações, ou, no caso que interessa aqui, do WhatsApp.

Por esse aplicativo, foi possível adaptar, ou inovar, a partir do que Tarde (2005) denomina de agente mais poderoso da imitação, da propagação dos sentimentos, das ideias e dos modos de ação: a conversação. Como pudemos observar na fala do diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, na Conferência de Segurança de Munique: “Não estamos lutando apenas contra uma epidemia; estamos lutando contra uma *infodemia*” – publicada em matéria da Revista ComCiência (CANTO, 2020). Nessa perspectiva, analisamos o grupo de WhatsApp chamado Direita do Rio Grande do Norte, constituído por apoiadores do presidente Jair Bolsonaro e, conseqüentemente, apoiadores de seu posicionamento quanto à pandemia de Covid-19.

Assim, foi necessário partir, junto com eles, do princípio de que o presidente Jair Bolsonaro é um bom presidente, tão bom que merecia ser chamado de mito, sempre designado como excessivamente sincero e, corajosamente, lutando pelo Brasil. De modo geral, as mensagens apresentam um tom de denúncia, assumindo um viés de indignação e busca de justiça em um país imerso na corrupção e na mentira. Lá, é notório que o mundo se divide em dois: o dos comunistas e da mentira, de um lado, e o dos patriotas com coragem para trazer a verdade, de outro (eles).

Trata-se de uma batalha. Eles, “guerreiros da nação”, são lúcidos. Tomados pelo sentimento moral, estão lutando pelo justo e pelo amor ao país, por isso emocionam-se diante das palavras do presidente. Longe do dissenso, no grupo reina um espírito de harmonia, de “estar do lado certo”. Paz que acaba ao menor sinal de controvérsia, mas, heroicamente, eles estão prontos para defender e salvar os valores cristãos do cidadão de bem e da nação. O “excesso de verdade” do presidente explica o fato de ele estar sozinho e

6 Gabriel Tarde (2003) propõe a reformulação do conceito de mônadas, ou seja, não mais como universos fechados em si mesmos, mas, ao contrário, dando possibilidades de abrir portas e janelas para poder existir uma real comunicação entre elas, num solo de pura imanência. A sua proposta de neomonadologia está na impenetrabilidade das mônadas: elas são exteriores umas às outras, levando a admitir uma vigorosa interpenetração dessas forças heterogêneas que formam o mundo.

7 O WhatsApp tornou-se um aplicativo muito popular pelo mundo, com mais de dois bilhões de usuários ativos atualmente.

8 No Brasil, 79% da população usa internet fixa ou móvel (IBGE, 2019).

sendo atacado. Dessa forma, é preciso estar sempre alerta, porque é uma guerra, e eles estão do lado de “Deus e da verdade contra o comunismo”. Nesse sentido, ter uma opinião se torna um imperativo de pertencimento ao grupo, e essa opinião pode ser sintetizada da seguinte forma: “Bolsonaro tem razão”.

2 Metodologia

A metodologia deste artigo dialoga com a compreensão de que a internet pode ser, ao mesmo tempo, objeto de pesquisa, local de pesquisa e instrumento de pesquisa, ao passo que é aquilo que se estuda, ambiente onde a pesquisa é realizada e pode ser a ferramenta para coleta de dados sobre o tema estudado (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2015). Dito isso, nosso estudo apresenta uma abordagem mista, quantitativa e qualitativa, com foco em dados empíricos, bem como na análise do fenômeno em estudo, por meio de ferramentas computacionais, pois acreditamos que toda uma nova área de trabalho vem sendo construída, no limite de diferentes áreas antes mais divididas (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2018).

2.1 Coleta e caracterização de dados

Os dados foram coletados em um grupo de WhatsApp intitulado Direita do Rio Grande do Norte, no qual entramos por meio de um link de acesso. Usando um smartphone, selecionamos apenas as postagens relacionadas à pandemia de Covid-19, entre os dias 23 de abril e 02 de maio de 2020. Para legitimar os dados, as mensagens foram separadas em categorias (Tabela 1) que faziam referência à pandemia, ou, mesmo que não tratassem diretamente, estavam acompanhadas da seguinte expressão: #nãofiqueemcasa e #Bolsonarotemrazão (Imagem 1(c)), hashtags usadas para expressar contrariedade ao isolamento social recomendado pela OMS no enfrentamento do novo coronavírus.

Tabela 1: Distribuição de mensagens por categoria

Texto	Imagens	Áudios	Vídeos	Links
39	63	10	53	87

Fonte: autoria própria

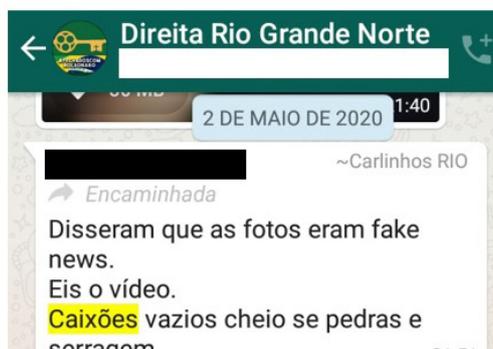
9 Os números de telefone dos usuários do grupo foram ocultados para preservar suas identidades.

Imagem 1: Fake news dos caixões enterrados vazios no Amazonas

Denuncia gravíssima. No amazônia. Caixões vazios . Só pra causar pânico na população com número alto de óbito por covid-19.



(a)



(b)



(c)

Fonte: Grupo de WhatsApp Direita do Rio Grande do Norte⁹

Na postagem da Imagem 1(a), a intenção foi sugerir que os enterros de pessoas mortas pelo coronavírus são falsos e os caixões são enterrados vazios no Amazonas. Já na postagem da Imagem 1(b), temos um texto e um vídeo que mostram a abertura de um caixão vazio, reforçando a fake news compartilhada, e, na Imagem 1(c), a *#BolsonaroTemRazao* sintetiza o fluxo de ideias retroalimentadas no grupo.

Os textos, áudios, imagens e vídeos, de modo geral, sustentam que a pandemia é usada como meio de gerar pânico na população e, sobretudo, derrubar o governo do presidente Jair Bolsonaro. Eles são corroborados por links, que encaminham para outras páginas na internet com mais textos, vídeos ou imagens alinhados com essa perspectiva (Tabela 2).

Tabela 2: Destino dos links (URLs e domínios)

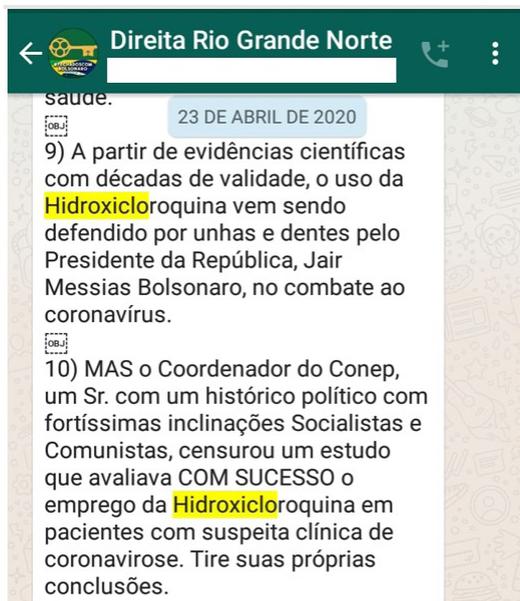
URLs e domínios	Quantidade
Dunapress.org	63
YouTube	15
Facebook	8
Jornaldacidadeonline.com.br	2
TikTok.com	2
Globo.com	2
Jovempan	2
@vidadestra	2
#fechadocombolsonaro	1
GazetadoOeste.com.br	1
TVPampa	1
Congresso em foco – Uol	1
Portal da transparência	1
Wikipédia	1
Twitter	1
Blog Robson Pires	1
Diário Oficial da União	1
Bombeirosdf	1
MBLnews	1

Fonte: autoria própria

2.2 Natureza política do grupo

Por meio dessas categorias citadas acima, criadas considerando o conteúdo das mensagens com temáticas relacionadas à Covid-19, conseguimos estudar as interações a partir da sua dimensão ideológica e estratégica. Observamos um caráter de experimentação tecnopolítica, ou seja, a pretensão de produzir acontecimentos focados nas sensibilidades, para, então, produzir outros acontecimentos, engendrando um ciclo contínuo que se retroalimenta. Desse modo, torna-se muito difícil apontar diferenças entre o que é *misinformation* e *disinformation*, quer dizer, respectivamente, entre desinformação e um conteúdo deliberadamente falso (Imagem 2), conforme já apontava Wardle (2017).

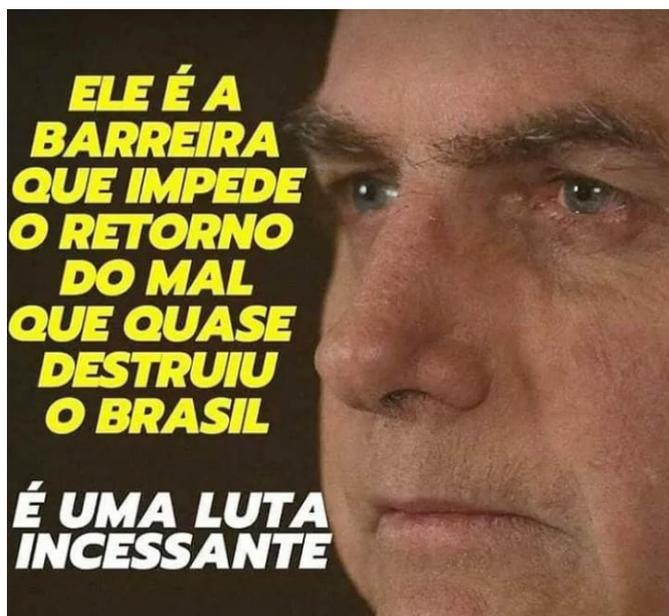
Imagem 2: Mensagem ressaltando a eficácia da hidroxicloroquina no tratamento da Covid-19



Fonte: Grupo de WhatsApp Direita do Rio Grande do Norte

Este fluxo infodêmico – o isolamento social não é eficaz, a hidroxicloroquina é um medicamento viável contra a Covid-19, o número de mortos pela doença é forjado e outras concepções, nesse sentido – compõe um engajamento do tipo afetivo, que aproxima Bolsonaro dos seus seguidores através do sentimento de devoção e admiração (Imagem 3).

Imagem 3: Post realçando a admiração e empenho na luta política e ideológica de Bolsonaro

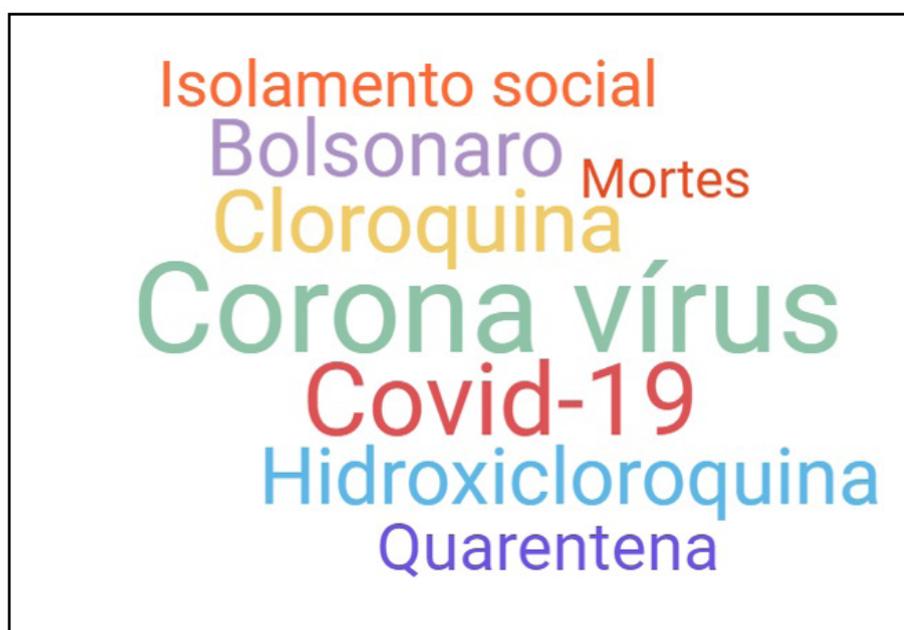


Fonte: Grupo de WhatsApp Direita do Rio Grande do Norte

Fenômeno até bem comum nas comunicações em rede, as micromotivações afetivas são estimuladas diariamente. Uma dinâmica de democratização da informação que se espalha e é percebida na criação de *storytellings* pessoais e de um vocabulário (Figura 1) próprio na corrida por engajamento.

10 A contagem das palavras foi realizada pelas autoras, com base no período de 23 de abril a 02 de maio de 2020

Figura 1: *Wordcloud* do vocabulário mais pronunciado pelos usuários do grupo público Direita do Rio Grande do Norte, do WhatsApp, no período de 23 de abril a 02 de maio



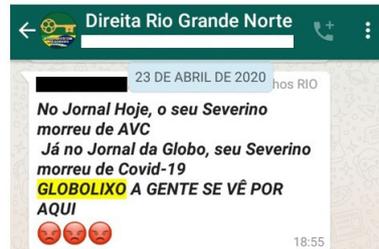
Fonte: autoria própria (*Wordcloud* desenvolvido com o Infogram)¹⁰.

Ressaltamos o empenho desses movimentos-rede em fazerem parte da produção de acontecimentos e de narrativas, uma vez que transversalizam estéticas e discursos voltados para efeitos políticos (CARDOSO, 2018). De forma geral, o grupo monitorado serve para produzir respostas às notícias que foram publicadas pela imprensa, uma espécie de reação, ou resposta, sintetizada na expressão *#Globalixo* (Imagem 4).

Imagem 4: Mensagem demonstrando indignação contra a Rede Globo com relação à pandemia



(a)



(b)

Fonte: Grupo de WhatsApp Direita do Rio Grande do Norte

A Imagem 4(a) mostra um repórter da Rede Globo sendo abordado de surpresa, ao vivo, por uma mulher que grita “Globo lixo”, indicando, assim, a rede de contágio de indignação contra a emissora nas ruas. Constatamos vários compartilhamentos dessa expressão no grupo, conforme fica demonstrado na Imagem 4(b). Aqui, nos apropriamos das palavras de Tarde (2005, p. 6-7): “coisa estranha, os homens que assim se empolgam, que transmitem uns aos outros a sugestão vinda de cima, esses homens não se tocam, não se veem: estão sentados, cada um em sua casa, lendo o mesmo jornal, e dispersos num vasto território”.

Basta trocar “lendo o mesmo jornal” por “com um smartphone na mão”, “nos mesmos grupos de WhatsApp” ou “seguindo o presidente Bolsonaro nas redes sociais”, para termos uma surpreendente descrição do grupo Direita do Rio Grande do Norte. É importante salientar ainda que, ao fazer a classificação utilizando o DDD de cada usuário, observamos que o do criador do grupo é de São Paulo. Mesmo com alguns DDDs de outros estados, o grupo foi classificado como local, pois a maioria de seus membros, mais de 50%, era do Rio Grande do Norte.

3 Sugestão por proximidade no digital

A sugestão por proximidade física constitui a forma elementar e grosseira de contágio, como explica Gabriel Tarde (2005), mas uma evolução mental e social inerente ao desenvolvimento comunicacional permite um contágio sem contato, puramente abstrato. Logo, sem o contraste abrupto do real materializado, sem esse confronto necessário, desenvolvemos ações e sentimentos que constituem novos paradigmas para o real. Tais paradigmas se mostram inseparáveis das redes cibernéticas que propiciam a comunicação a distância e um engajamento dos indivíduos.

Estão cada um em sua casa ou em outro lugar, fisicamente separados, mas unidos espiritualmente, cuja coesão consiste na convicção de que compartilham a mesma ideia. Nesse aspecto, o universo digital se sobressai. O grupo Direita do Rio Grande do Norte era significativamente alimentado por *links* que direcionam para *blogs* e redes sociais que se articulam justamente para causarem essa sensação de saber ou crer que fazemos parte de um público muito grande. Nesse sentido, as mensagens vêm sempre acompanhadas de “espalhem”, “compartilhem”, “bomba”, etc.

Segundo Tarde (2005), o desinteresse é súbito quando notamos que somos os únicos a ler. Assim, nossa curiosidade se prende à ilusão inconsciente de que nossos sentimentos são comuns a muitos outros espíritos. Notoriamente, o grupo Direita do Rio Grande do Norte é um espaço capaz de criar esse sentimento, não com *likes*, *deslikes* ou quantidade de seguidores, como em outras redes sociais digitais, mas, especialmente, no sentido de repercutir, ecoar, reenviar, refletir, repetir, reproduzir, redizer, reiterar, à medida que se canaliza para outros grupos, ou mesmo no privado.

No referido grupo, basicamente todas as postagens são encaminhadas, ou seja, foram simplesmente propagadas como cópia fiel à forma como foram recebidas. Isso significa que não foram produzidas pelo perfil que publicou lá. Ademais, de 67 participantes, no máximo cinco perfis movimentavam o grupo com postagens, muitas vezes repetidas. As interações mais espontâneas e com mais participação, leia-se, as mensagens não encaminhadas ocorreram, unicamente, diante do menor sinal de dissenso. Uma verdadeira comunhão de ideias, de vínculos sensíveis, pois a sugestão-imitação (TARDE, 2005) de tais ideias não é mais a imprensa tradicional, mas, sim, um conjunto de meios fragmentados.

Basta colocar, minimamente, em questão o meme de sucesso entre os bolsonaristas: “Bolsonaro tem razão”, para esses vínculos se desestabilizarem e iniciarem ataques. Com destaque para a Globo, esses ataques podem ser resumidos na expressão “Globo lixo”, usada repetidas vezes para afirmar que a emissora usa a pandemia de Covid-19 para destruir o presidente, aliás, para afirmar que não há pandemia. Dessa forma, a imprensa mente, forja dados sobre o novo coronavírus e causa pânico na sociedade. Contudo, é importante ressaltar que, para eles, a imprensa não mente porque traz informações que não condizem com a realidade objetiva, em essência; a imprensa mente porque não reitera o “Bolsonaro tem razão”.

4 Um parasita intracelular

Classificado como parasita intracelular obrigatório, o vírus realiza o que faz de melhor: cópias de si mesmo. Eles só conseguem subsistir e se multiplicar dentro das células de seus hospedeiros. Dito isso, após a invasão, o importante é fazer com que o maquinário da célula infectada passe a usar o material genético viral. Isso é possível porque as células infectadas usam o genoma viral como “receita”, bem como usariam seu próprio DNA para produzir as moléculas que necessitam. Em outras palavras, o vírus, depois de adentrar nas células do hospedeiro, faz com que elas trabalhem para ele (LOPES, 2020).

A chamada *infodemia* segue a mesma lógica. A propagação de uma informação depende da sugestão de imitação ao indivíduo, apropria-se deste, e o usa para reproduzir-se. Nesse processo de contágio, a percepção de que isso é segredo compreende uma dimensão fundamental: o germe. A possibilidade de sermos os primeiros a contar uma novidade a alguém estabelece uma microrrelação poderosa, que se articula transversalmente à noção de público e privado. E, portanto, pode ser o disparo necessário ao mistério do contágio. Este, quando acionado, estabelece uma rede que transporta uma ideia, gestada nas microrrelações.

Ressaltamos que o WhatsApp dá acesso principal aos perfis individualizados, diferentemente de outras plataformas digitais populares, como o Facebook ou Instagram, que oferecem como acesso principal as publicações abertas a todos, e, assim, não pode ser segredo, porque é público, o que causa distanciamento. Neste momento de desinformação e informações falsas, o WhatsApp oferece o meio mais eficiente para ecoar essas mensagens, que recebemos em grupos, como o Direita do Rio Grande do Norte, em outros grupos (sejam de política ou não) ou até mesmo em conversas privadas com amigos e familiares, os quais queremos alertar ou mostrar uma informação bombástica.

5 Desordem informativa

As reflexões que aqui propomos apontam para um formato de ação comunicativa que vem se manifestando no decorrer da pandemia de Covid-19 (e de outros acontecimentos), por meio da produção e da disseminação de notícias falsas. Tal formato resulta de uma adaptação subjetiva com o WhatsApp. Nela, é possível acessar o indivíduo sem dissolvê-lo em um público, mas, ao mesmo tempo, esse indivíduo desmaterializa-se, no consumo estético do digital em frente a uma tela, de tal modo que é possível observá-lo sem constrangimento, pois ele está experienciando uma informação. Basta observar ao redor para

notar que as pessoas estão tão concentradas no celular que nem mesmo percebem nossa presença.

Essa experiência é chamada de pós-verdade e descrevê-la implica em, também, experimentar o fluxo de sensações, crenças e desejos que influenciam os acontecimentos, nos quais, como descreve Christian Dunker (2017, p. 11), “a verdade é apenas mais uma participante do jogo, sem privilégios ou prerrogativas”. Nessa rede, uma ideia-sugestão, no individual ou no privado do bate-papo, estimula a necessidade de torná-la pública. Há, antes de tudo, a vontade de contar a novidade, de sentir o prazer de ser a primeira pessoa a contar para outra pessoa. Esta, uma vez que já sabe a novidade, precisa contar para quem ainda não sabe. Diferentemente de compartilhar no Facebook, por exemplo, constrói-se uma rede individual, que só se torna social quando se constituiu um público que já sabe, e apenas imita ou compartilha nos grupos digitais ou não digitais.

Dessa forma, um aplicativo de compartilhamento de mensagens como o WhatsApp pode se destacar a partir do protagonismo da desinformação que circula. Há vários fatores que potencializam o avanço das fake news, conforme aponta a pesquisadora britânica Claire Wardle (2017), que está à frente do projeto *First Draft News*¹¹, cujo objetivo é combater a circulação de conteúdos intencionalmente falsos na internet. No Brasil, essa ação é realizada em parceria com diversos veículos de comunicação do país, por meio do Projeto Comprova¹², que, neste momento, se volta a investigar, verificar, publicar e esclarecer rumores e informações enganosas sobre o novo coronavírus.

Para Wardle (2017), a expressão fake news não retrata a complexidade do ecossistema de informação. Muitas imagens são verdadeiras, mas publicadas fora de contexto, portanto, não são exatamente falsas. Além disso, a preocupação dela tem sido com os ataques que a imprensa vem sofrendo globalmente, pois, na maioria das vezes, o público credita as notícias falsas à grande mídia. Nesse aspecto, o presidente Jair Bolsonaro agrava a situação, atacando jornalistas e emissoras – atitude mimetizada por seus seguidores.

Christian Dunker (2017) explica que é como se o politicamente correto, o relativismo cultural e a mistura estética tivessem provocado um tipo de reação em termos de uma demanda de real. Ele se refere a uma forma de retorno aos valores orgânicos inerentes a pequenas comunidades de consenso. Nesse sentido, apresenta-se uma nova expressão cognitiva juntamente com um novo tipo de irracionalismo, que trouxe novamente pautas como terraplanismo, relatividade do aquecimento global, entre outras teorias que se diluem em conversas de escala global facultável pelas redes sociais. Então, crenças estranhas e regressivas encontraram espaço fértil para sua propagação.

11 O projeto First Draft, ligado à Universidade de Harvard, é apoiado por um consórcio de instituições midiáticas, pesquisadores da Unesco, estando entre as principais fontes de combate à desinformação na internet (<https://es.firstdraftnews.org/>).

12 O Projeto Comprova conta com jornalistas de 24 veículos de comunicação e não tem fins lucrativos.

Sabemos que todo esse processo de manipulação informativa não é novo, não é característica particular desse momento de pandemia. Wardle (2017) explica que a *misinformation*, isto é, a desinformação ou falta de informação, sempre existiu e constitui tudo aquilo que compartilhamos no WhatsApp, ou em outras redes sociais, sem saber que é falso. Já a *disinformation* é o conteúdo falso compartilhado intencionalmente. Corroborando ainda com o pensamento de Wardle (2017), temos um campo fértil para que surja todo tipo de desordem informativa, já que o suporte digital disponível facilita o processo com a utilização de propagação algorítmica paga das mensagens e com o uso de perfis robotizados, agindo potencialmente na abertura de novos mundos:

O mundo possível existe, mas não existe mais fora daquilo que o exprime: os slogans, as imagens capturadas por dezenas de câmeras, as palavras que fazem circular aquilo que “acaba de acontecer” nos jornais, na Internet, nos laptops, como um contágio de vírus por todo o planeta. O acontecimento se expressa nas almas, no sentido em que produz uma mudança de sensibilidade (transformação incorporal) que cria uma nova avaliação: a distribuição dos desejos mudou. Vemos agora tudo aquilo que nosso presente tem de intolerável, ao mesmo tempo em que vislumbramos novas possibilidades de vida (são esses os dois sentidos da globalização que a luta fez aparecer) (LAZZARATO, 2006, p. 21).

Lazzarato e Negri (2001) observam a mudança de sensibilidade, o lugar da produção dessa outra subjetividade. Eles identificam o acontecimento como elemento de transformação e de criação de mundos possíveis, mas quais mundos queremos construir? O fluxo de ideias que compõe o grupo Direita do Rio Grande do Norte está comprometido em corroborar o seu meme principal: “Bolsonaro tem razão”. Logo, é um mundo que não tem absolutamente nada a ver com o rigor epistemológico ou a objetividade dos fatos, mas com a necessidade de existir e fazer parte.

6 Considerações finais

Nesse período de monitoramento e análise do grupo público Direita do Rio Grande do Norte, observamos o WhatsApp como um mundo de possíveis, cuja porta para todo tipo de desinformação e notícias falsas se propagar está aberta. Em um misto de mentiras camufladas entre notícias, vídeos e imagens construía-se uma percepção dos acontecimentos desconexa da realidade objetiva. Por exemplo, até o fechamento deste artigo (29 de maio de 2020), o Brasil contava com 27.944 vidas perdidas em decorrência da pandemia

do novo coronavírus (Ministério da Saúde)¹³, as quais ainda eram ignoradas e tratadas como falácias da mídia pelo referido grupo.

Na verdade, o genoma viral que orienta as publicações se resume a seguinte ideia: “Bolsonaro tem razão”. Todo o esforço consiste em reforçar essa percepção ou opinião que delinea o grupo, mesmo que isso coloque a vida deles, e até de pessoas que eles amem, em perigo. No espaço virtual, a presença de alguém é delimitada pela opinião. Sem esta, a presença não é sentida. Por isso, a entrada nesse grupo permitiu um tipo de observação não participante, cujo método absoluto consistiu no silêncio, pois, lá, a sensibilidade dos laços reside nos tênues limites da opinião – nesse tipo de contágio sem contato que caracteriza a sociedade atual.

Tal como um vírus, o “Bolsonaro tem razão” depende de um trabalho de reprodução fundamentado no autoengano. O impulso parte dos caprichos ou necessidades de um terceiro, cujo envolvimento começa a ser gestado por meio da ilusão de que as informações estão vindo de um conhecido, amigo ou parente, portanto seriam mais confiáveis do que as informações da imprensa tradicional, considerada ideologicamente contaminada. Para esses usuários, fica fácil, rápido e acolhedor saber de uma notícia que foi validada por pares que se mostram iguais em pensamento e cultura pelo grupo de WhatsApp. Dessa forma, muitos acreditam que seja mais pertinente do que buscar um veículo de comunicação que não é tão instantâneo e cômodo no sentido de compactuar com as suas crenças e seus valores.

Há uma lacuna na alfabetização digital em nosso país e só com o combate aos conteúdos intencionalmente falsos e com educação é que conseguiremos ser mais críticos quanto à qualidade dos conteúdos compartilhados e da melhoria das plataformas digitais. Conforme já apontava Wardle (2017), precisamos ser estratégicos sobre como coletamos os conteúdos que circulam no WhatsApp e a forma que compartilharmos as informações que são ou parecem confiáveis.

Já existem esforços nesse sentido: o movimento *Sleeping Giants Brasil*¹⁴, por meio do seu perfil no Twitter, por exemplo, tem o objetivo de alertar as empresas sobre propagandas em canais pouco confiáveis e vem conseguindo a adesão de muitas marcas e anunciantes, que retiraram suas publicidades do sistema de mídia programática do Google, o que vem desestabilizando vários sites que propagam notícias falsas ou desinformação.

Por fim, cabe, neste momento, ressaltar o papel da imprensa no combate ao crescente alcance e volume da desinformação e da informação incorreta, disfarçadas como notícias e compartilhadas. Tudo isso ameaça a reputação do jornalismo e tem sérias implicações para jornalistas, mídia e cidadãos (POSETTI; IRETTON, 2019). Seu papel assume enorme importância do ponto de vista civilizatório, uma vez que, em uma *infodemia*, o que está em jogo é a democracia.

13 Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/>. Acesso em: 29 mai. 2020.

14 Disponível em: https://twitter.com/slpng_giants_pt. Acesso em: 10 abr. 2020.

REFERÊNCIAS

CANTO, Karen. **Pandemia de excessos:** avalanche de informações, demandas e angústias. Revista ComCiência. Unicamp: Campinas, 2020. Disponível em: <http://www.comciencia.br/pandemia-de-excessos-avalanche-de-informacoes-demandas-e-angustias-tem-transformado-nossas-vidas/>. Acesso: 15 jun. 2020.

CARDOSO, Ana Tázia Patricio de Melo. **O processo de impeachment de Dilma Rousseff.** Micropolíticas do possível em Gabriel Tarde. Orientador: Alexsandro Galeno Araújo Dantas. 2018. 149f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN, Natal, 2018. Disponível em: https://sigaa.ufrn.br/sigaa/public/programa/defesas.jsf?lc=pt_BR&id=360 Acesso em: 1 jun. 2020.

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

DUNKER, Christian. Subjetividade em tempos de pós-verdade. *In:* DUNKER, Christian; TEZZA, Cristovão; FUKS, Júlian; TIBURI, Márcia; SAFATLE, Vladimir. **Ética e pós-verdade.** Porto Alegre: Dublinense, 2017. p. 9-41.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

IBGE Educa. **Uso de internet, televisão e celular no Brasil.** Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em: 20 mar. 2020.

LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo.** Tradução de Leonora Corsini. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial:** formas de vida e produção de subjetividade. Tradução de Mônica Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LOPES, Reinaldo José. **Como os vírus e as pandemias evoluem.** Rio de Janeiro: Happers Collin, 2020.

POSETTI, Julie; IRETON, Cherilyn. **Jornalismo, fake news &**

desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo. Tradução de Sarah Rebouças Reedman. UNESCO, 2019. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 10 mar. 2020.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2018.

TARDE, Gabriel. **As leis da imitação**. Tradução de Carlos Fernandes Maia e Maria Manuela Maia. Porto: Rés, 2000.

_____, Gabriel. **A opinião e as massas**. 2. ed. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____, Gabriel. **Monadologia e sociologia**. Tradução de Tiago Themudo. Petrópolis: Vozes, 2003.

WARDLE, Claire. Fake News. It's complicated. **First Draft**. Mar. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>. Acesso em: 10 out. 2019

WARDLE, Claire; PIMENTA, Angela; CONTER, Guilherme; DIAS, Nic; BURGOS, Pedro. **Relatório Comprova** – Avaliação do impacto de um projeto de jornalismo colaborativo sobre jornalistas e audiências brasileiros. 2019. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/07/comprova_PORT_web_v3.pdf?x89004. Acesso em: 3 mar. 2020

Denegação, gramática paranoica e fake news:

produção e veiculação de sentidos em tempos de pandemia

Resumo: O texto analisa a estratégia de denegação mobilizada pelo governo federal brasileiro diante da pandemia da Covid-19, problematizando a gramática paranoica e realizando a análise de um vídeo, no qual se observam desvios na orientação sobre o uso de máscaras como proteção contra a Covid-19, através da circulação de falas atribuídas a peritos. Esses circuitos de produção de sentido divergem das orientações de instituições oficiais de saúde. Mobilizamos conceitos desenvolvidos por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008) para proceder à análise, pela qual procuramos demonstrar como a produção de sentidos está atrelada ao contexto e aos elementos da cena enunciativa.

Palavras-chave: Denegação. Fake News. Cena Enunciativa.



Geane Valesca da Cunha
Klein¹
Admilton José de Oliveira²

¹ Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2016) e Professora do Departamento Acadêmico de Letras Vernáculas da Universidade Federal de Rondônia.

² Mestre em Letras pela Universidade Federal de Rondônia (2018), e Professor na SEDUC-RO.

Negación, gramática paranoica y fake news: producción y circulación de significados en tiempos de pandemia

Resumen: El texto analiza la estrategia de negación impulsada por la acción del gobierno federal brasileño ante la pandemia Covid-19, problematizando la ‘gramática paranoica’. Se analizó a un video en el que se observan desviaciones en la guía sobre el uso de máscaras como protección contra Covid-19, través de la circulación de discursos atribuidos a expertos. Estos circuitos de producción de sentido difieren de las pautas de las instituciones de salud oficiales. Tomando como referencia conceptos desarrollados por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008), procedemos con el análisis, mediante el cual demostramos cómo la producción de los significados está vinculada al contexto y elementos de la escena

enunciativa.

Palabras clave: Negación. Fake News. Escena enunciativa.

Denial, paranoid grammar and fake news: production and circulation of meanings in times of pandemic

Abstract: The text analyzes the denial strategy driven by the action of the Brazilian federal government in the face of the Covid-19 pandemic, problematizing the paranoid grammar. We conducted the analysis of a video in which deviations are observed in the guidance on the use of masks as protection against Covid-19, through the circulation of speeches attributed to experts. These circuits of production of meaning differ from the guidelines of official health institutions. Taking as a reference concepts developed by Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008), we proceed with the analysis, by which we demonstrate how the production of meanings is linked to the context and elements of the enunciative scene.

Keywords: Denial. Fake News. Enunciative Scene.

1 Considerações iniciais

Estudar a leitura e suas implicações no que tange à produção e à circulação de sentidos em uma formação social permite compreender o espaço de interpretação próprio deste grupo. Neste texto, nossa atenção recaiu sobre as fake news, cujo funcionamento radica-se no interior dos processos de leitura, escrita e interação em ambientes digitais.

Intencionamos destacar a estratégia de denegação mobilizada pelo governo federal diante da pandemia da Covid-19, problematizando a gramática paranoica e realizando a análise de um texto com status assumido de notícia, mas que corresponde a uma notícia falsa ou fake news, disseminada em redes sociais. Estabelecemos um percurso de leitura e interpretação que nos permitiu analisar a fixação de certos sentidos e evidenciar como as “verdades” se constroem e se impõem. Paralelamente ao movimento de análise, refletimos sobre o modo pelo

qual os gêneros discursivos integram as práticas sociais, sendo por elas gerados e formatados, problematizando sobre a flexibilização e o hibridismo dos gêneros digitais na chamada hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004).

A metodologia pautou-se na investigação de fenômenos textuais de natureza social e cultural, com graus de hibridismo. Empreendemos uma pesquisa bibliográfica sobre os procedimentos envolvidos nas práticas de escrita, leitura, interpretação e produção de significados. Organizamos informações acerca dos gêneros textuais/discursivos na mídia digital e sobre a relação entre mídias, comunicação e cultura. Procedemos um mapeamento de materiais publicados no período pandêmico da Covid-19 e, com eles, compusemos um arquivo de leitura, identificando trechos/recortes para a análise.

A busca por conteúdos ocorreu a partir da localização de *tags* utilizadas durante a pandemia da Covid-19. Vale destacar que as *tags* correspondem às palavras-chave ou aos termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook, YouTube e Instagram. Destarte, as *hashtags* são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha – e é dessa forma que o conteúdo pode ser acessado. Consideramos as *hashtags*: #Covid19, #Pandemia, #Corona, #Coronavirus, #FicaEmCasa #StayHome, #StayHomeStaySafe, #Mascara; além das *hashtags* com ideia negativa: #OBrasilNaoPodeParar, #NãoUseMascara, #NaoFiqueEmCasa, #PareDeSerEnganado, #BolsonaroTemRazao, #PareDeAjudarBandidos.

2 Hiperinformação em tempos de pandemia

O ano de 2020 ficará registrado como um dos mais difíceis vividos pela humanidade: o novo coronavírus, que desencadeou a enfermidade conhecida como Covid-19, tem causado inúmeras mortes. De sobressalto, as pessoas foram retiradas de suas vidas cotidianas e colocadas naquilo que ficou conhecido como isolamento ou distanciamento social – termo não exatamente explicativo, já que não estamos em distanciamento da sociedade,

pois os dispositivos móveis, as tecnologias digitais e a internet têm funcionado como conectores em tempos de distanciamento físico. A impossibilidade da vida normal também nos colocou repentinamente em um mundo no qual praticamente só existe um assunto, um tópico, um tema. A todo o momento recebemos informações, por vários canais, oriundas de diversas fontes e carregadas de diferentes significados, capazes de produzir diferentes efeitos de sentido.

Antes da pandemia já vivíamos um momento chamado de hipermodernidade, cuja organização social baseia-se no cognitivo, constituindo-se em uma economia do conhecimento, pautada pelo capital inteligência. O termo hipermodernidade foi criado por Lipovetsky (2004) em função do vazio profundo de significações e significados que levam os sujeitos ao individualismo, a indiferença e a ligeireza como diagnóstico do presente – questões acentuadas com a pandemia do coronavírus.

Acostumados ao excesso, vivemos em um mundo no qual tudo é hiper – há uma hiperabundância de tudo, seja do que consideramos bom, seja do nefasto: hiperpotências, hipermercado, hiperconsumo, hipercapitalismo, hiperclasses, hiperterrorismo, hipertexto, hiperinformação. Esses excessos, paradoxalmente, causam-nos carências: faltam-nos, sobretudo, critérios para selecionar e compreender criticamente as informações que nos chegam de forma excessiva. Ao contrário do que se poderia supor, quando se trata de informação, o que abunda, prejudica.

Compreender o excesso de informação e as transformações ocorridas no mundo é fundamental para que essa hiperinformação não nos torne em servos alienados no hipermundo. Por isso, atentamos aos textos produzidos digitalmente e disseminados pelo sistema de redes sociais, cuja amplitude de alcance é exponencial em um curto espaço de tempo. Ademais, a mídia eletrônica em geral (aqui incluído o papel ainda muito importante da televisão e da mídia impressa) corresponde a um espaço político, no qual não apenas se repassam informações, mas constroem-se interpretações. De acordo com Castells,

[...] a mídia eletrônica (não só o rádio e a televisão, mas todas as formas de comunicação, tais como o jornal e a *Internet*) passou a se tornar o espaço privilegiado da política. Não que toda a política possa ser reduzida a imagens, sons ou manipulações simbólicas. Contudo, sem a mídia, não há meios de adquirir ou exercer poder. Portanto, todos [os partidos políticos, de ideologias distintas] acabam entrando no mesmo jogo, embora não da mesma forma ou com o mesmo propósito (CASTELLS, 2000, p. 367).

No cenário das novas mídias e do uso de redes sociais como plataformas também noticiosas, há que se considerar a porosidade das instâncias leitor-jornalista-fonte. A grande diferença dos meios tradicionais para a ecologia midiática atual reside na interação: se nas mídias tradicionais o modelo imperativo era o “um para todos”, na atualidade o modelo é dialógico (modelo “um para o outro”). O clássico binômio produção-recepção de notícias verticalmente mediadas por jornalistas sofreu impacto: no estágio atual, não basta que a notícia seja publicada, ela precisa circular – e, para tanto, deve ser recomendada, compartilhada, encaminhada para as diferentes redes e plataformas. Dito de outro modo: a ênfase na produção foi substituída pela ênfase na circulação. E para circular, muitas vezes, a notícia deixa até de ser notícia, beirando ou chegando a se constituir como uma fake news.

3 Texto, cultura e tecnologia

Consideramos que todo texto emerge como um conjunto de enunciados orais e escritos com certa configuração linguístico-discursiva, situado em um dado momento e espaço histórico, carregado de marcas histórico-culturais. Dessa forma, há que se considerar que o contexto de pandemia impôs o distanciamento social e o cancelamento/restrição de atividades presenciais, impactando nos modos de uso dos espaços digitais de comunicação e interação e afetando as relações das pessoas entre si, com o mundo e com a informação.

Se atentarmos para os modos pelos quais a nossa sociedade tem estabelecido formas de comunicação, perceberemos que cada evento apresenta diferentes possibilidades de trabalhar

com a informação. Ademais, existem tecnologias típicas a cada modalidade da língua (escrita, falada, icônica, dentre outras) e no contexto digital ocorrem algumas readequações e adaptações dos modos de uso da informação. Comparada às suas precedentes, a tecnologia digital e, por conseguinte, as linguagens digitais, apresentam características que vêm sendo mapeadas e analisadas e que diferem das encontradas nas linguagens analógicas. Em se tratando de novas mídias, Manovich (2005) destaca que o objeto criado pelo sujeito não resulta exclusivamente da ação humana – parte do trabalho sempre é feito pela máquina. O autor estabelece o termo “interface cultural” para tratar dessa inter-relação entre homem, computador e cultura, considerando a maneira como os computadores “apresentam os dados culturais e nos permitem relacionar-nos com eles” (MANOVICH, 2005, p. 120).

Embora comumente se pense em tecnologias como aparatos da modernidade e, em especial, aparelhos eletrônicos e digitais, elas envolvem conhecimentos técnicos e aplicações por meio de ferramentas e materiais criados a partir destes conhecimentos. Destarte, a cultura digital teve início com a chegada dos computadores e das tecnologias de informação/comunicação e, no século XXI, atingiu seu ápice de virtualidade real quando as pessoas passaram a construir um espaço virtual que lhes possibilitou estabelecer redes e criar espaços de comunicação (CASTELLS, 2008).

Tecnologias mudam paradigmas – tanto no que tange aos usuários, quanto à dimensão cultural geral na qual estão imersos. Outrossim, o uso da tecnologia também depende do ecossistema comunicativo ao qual pertence o usuário – por isso o modo como um adolescente e um idoso utilizam um mesmo espaço digital se mostra diferente. Ademais, na essência de uma certa tecnologia, há limitações/restrições definidas pela sua própria amplitude. Não se trata de tomar a tecnologia como determinante da comunicação, mas de levar em consideração que ela define os contornos do que é possível ser dito ou feito. Em suma, a tecnologia não determina automaticamente a comunicação, mas permite fazer o que sem ela não seria possível. Assim, importa considerar as possibilidades de comunicação/interação proporcionadas pelas novas mídias, ponderando sobre as especificidades e características desse espaço e compreendendo

o modo pelo qual a enunciação se estabelece, bem como a organização das cenas enunciativas.

4 O funcionamento enunciativo

O espaço interativo tem servido de palco de debate para questões relacionadas à política, de modo que os textos são produzidos projetando de antemão as reações a serem desencadeadas – as quais incidem diretamente sobre a taxa de engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos) que os textos produzidos na web provocam. O contexto de produção não afeta apenas os textos produzidos nas mídias digitais, mas toda a materialização discursiva em forma textual ancora-se em uma construção imaginária de sujeitos que compõem o processo interativo. Em tempos de hiperinformação, a busca pela atenção dos usuários não se restringe à consecução de curtidas ou seguidores, mas, sobretudo, visa à ampliação do alcance orgânico das publicações e do engajamento dos usuários. Diante dessa obstinação, muitas vezes os limites éticos são ignorados – inclusive por veículos tradicionais, que apelam para a veiculação de chamadas alarmistas ou divergentes do conteúdo tratado no interior da notícia/reportagem.

Nessa busca por amplitude de alcance e engajamento, o investimento em vídeos tem sido grande, especialmente nas lives ou transmissões ao vivo – que permitem experimentar uma proximidade com o evento. Não é exatamente o aqui, mas é o agora – e isso contribui para uma sensação de pertencimento. Ademais, o algoritmo de plataformas como o Facebook valoriza essa forma de comunicação: cada acesso do conteúdo por parte dos seguidores provoca um aumento na geração de *leads*, ou seja, novos potenciais públicos são captados. Nesse caso, *lead* corresponde às pessoas que demonstraram interesse no produto, serviço ou ideia divulgada. Uma vez que se tenha captado a atenção desse contato através de uma postagem, é possível que ele passe a se interessar pelo tipo de material produzido, tornando-se um *lead*. Quanto mais pessoas forem engajadas e passarem a movimentar o conteúdo postado, mais

confiança é gerada entre aqueles que fazem parte do grupo. A fidelização se torna completa quando o público alvo passa de desconhecido a *lead*, tornando-se finalmente um promotor do conteúdo postado.

Ao problematizar o funcionamento enunciativo de textos produzidos em ambientes digitais, importa compreender as especificidades e características dos gêneros digitais. Aqui, vale destacar a transmutação e o hibridismo das formas e funções, pois os gêneros digitais fundam-se sob a concepção hipertextual. Ademais, na interação proporcionada pelos textos produzidos na Web 2.0, os escreventes e leitores podem alternar papéis e isso impacta sobremaneira o modo como os sentidos são produzidos. Desta feita, objetivando compreender a construção de significados e sentidos nos ambientes digitais, recorreremos à teoria polifônica de Ducrot (1987) – configurada como uma extensão e crítica aos trabalhos de Bakhtin. Segundo o autor, a teoria bakhtiniana preocupou-se com os textos e não se ateuve aos enunciados que os constituíam, não colocando em dúvida o postulado segundo o qual um enunciado isolado ressoaria uma única voz – motivo pelo qual a teoria polifônica substituiu a teoria da unicidade do sujeito da enunciação, destacando a necessidade de distinguir pelo menos dois tipos de personagens: os enunciadores e os locutores.

Conforme Ducrot (1987), nunca falamos de modo imediato, mas o fazemos com a mediação dos enunciadores. Para explicar, o linguista usa a metáfora teatral em que para dirigir-se ao público, o autor (= locutor) coloca em cena personagens (= enunciadores), tendo assim duas maneiras de dizer alguma coisa. São chamadas de prescritivas as falas em que o autor se dirige ao público assimilando-se a uma personagem, enquanto que as falas derivadas ocorrem quando se dá uma existência ridícula a uma determinada personagem, a fim de que o ridículo dela faça parecer também ridícula a tese que sustenta. De acordo com Ducrot (1987), o locutor apresenta uma enunciação de que se declara responsável, instituindo-se como a fonte do discurso. Entretanto, as atitudes expressas no discurso por ele proferido podem ser atribuídas aos enunciadores dos quais o locutor se distancia – assim como os pontos de vista manifestos na narrativa podem ser sujeitos de consciência estranhos ao narrador. Desta feita, o

enunciador não é aquele que fala, mas um lugar do qual se fala. Por conseguinte, em um mesmo texto podem conviver diferentes posições de sujeito ou lugares de fala.

O agrupamento destas posições diversas num todo coeso garante a unidade textual, construída pela função–autor. As relações intra e interdiscursivas dão a particularidade constitutiva do discurso e correspondem ao interdiscurso – definido histórica e linguisticamente como o conjunto do dizível ou memória do dizer. Nessa esteira, o sentido resulta do entrecruzamento de diferentes discursos que proporcionam efeitos diversos. Destarte, um discurso constituído por interdiscursos não tem aparência heterogênea, dado que a homogeneidade se garante pelo efeito de unidade. Assim, o sentido resulta da multiplicidade de discursos (efeitos da memória) que convivem no acontecimento e configuram-se enquanto o próprio efeito da enunciação. Entretanto, o fato de os interdiscursos desembocarem numa única direção argumentativa não equivale a eles terem valores unicamente semelhantes. Ao contrário, o espaço de parafraseagem discursiva equivale a um lugar de associação entre valores semelhantes e antagônicos, sendo a contradição constitutiva do significado.

Ademais, todo o evento de comunicação é ou faz parte de rituais cujas regras estabelecidas socialmente determinam o que se pode (ou se deve) fazer em situações de comunicação determinadas. A partir das relações estabelecidas entre enunciador e coenunciador em uma situação discursiva, surgem os papéis a serem assumidos pelo indivíduo. Podemos agregar aqui a noção de *ethos*, tal como ela foi enquadrada por Maingueneau (1997, 1998, 2001, 2005, 2006) nos estudos em Análise do Discurso. A noção de *ethos* se relaciona ao tom engendrado ao discurso em função da corporalidade e do caráter do enunciador. Esse tom, por remeter a uma voz e a uma corporalidade existente no mundo, instaura discursivamente a figura de um “fiador” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 18), enquanto uma instância de legitimação do modo de dizer do enunciador.

5 A gramática paranoica, o negacionismo da Covid-19 e a interincompreensão discursiva

Além dos impactos econômicos, outra problemática experimentada pela sociedade global, em decorrência da pandemia do Coronavírus, relaciona-se aos formatos tradicionais de ensino e de organização das escolas e universidades. Com a pandemia, as instituições educacionais passaram a trabalhar os componentes curriculares de forma online e isso acentuou os problemas evidenciados na relação entre educação e tecnologia, haja vista a costumeira visão estreita de tecnologia como instrumento/ferramenta. No Brasil, além da questão pedagógica, deparamo-nos com aspectos concernentes ao inadequado espaço físico e a superlotação das salas, além da condição econômica de grande parte do alunado que não dispõe de dispositivos, quanto mais de internet de qualidade.

Se abrirmos um pouco mais o leque, perceberemos que essa dimensão só descortina um problema maior que há tempos enfrentamos no país e que mais recentemente ganhou proporções ampliadas diante do corte de verbas para a educação e da arquitetura do estado mínimo. Educadores e escolas/universidades foram alçados ao papel de inimigos do Estado, considerados como doutrinadores por uns, como preguiçosos por outros. Esse olhar sobre a educação e os educadores veio a engrossar o caldo da “gramática paranoica”, referida por Dunker (2020) no prefácio à edição brasileira de *Pandemia: Covid-19 e a reinvenção do comunismo*, de Slavoj Žižek. Em uma necessária leitura da situação vivenciada pelos brasileiros, o psicanalista pondera que “ao contrário de outros países, a epidemia nos atravessa em meio a uma crise econômica e a uma divisão social organizada pela gramática paranoica da produção de inimigos, da autopurificação e do higienismo anticorrupção” (DUNKER, 2020, online).

Dunker (2020, online) considera que nessa gramática paranoica existem apenas dois sujeitos (e dois lados): o eu e o outro, de modo que “se estou certo, o outro está errado; se o outro está com a razão, tenho de admitir eu mesmo minha própria loucura”. O psicanalista pondera que essa percepção sobre o público e o particular exerce a função subjetiva de identificação sobre o gozo em sua relação com as projeções

e conjecturas que lançamos sobre o Outro. Nesse sentido, o autor reflete que

Então, como diz Žižek, “gozar sem entraves” é um horizonte determinado pelo Outro. Quando este Outro tem um semblante definido, como chinês, comunista ou inimigo, tudo se ajustará a nosso cálculo neurótico do gozo. Ocorre que o que nossa gramática bolsonariana de gozo não esperava é que existisse um terceiro nessa equação. Nesse caso, a economia do entrave de gozo sai de controle. Não é porque ela seja determinada por um vírus, que advém do reino da natureza, mas porque é de cunho profundamente antiparanoico que algo nos “persiga” sem que isso se reduza a nossos inimigos habituais: estrangeiros, judeus, negros, mulheres, quilombolas, pobres e quejandos. Este terceiro, contra o qual todo delírio se erige, é então negado pela demarcação de uma linha obscena das formas de vida dispensáveis: “alguns vão morrer, lamento, é a vida” (DUNKER, 2020, online).

Seguindo essa leitura, o vírus, por ser um inimigo de fato, porém fora de controle e não acondicionado aos limites e motivações dos inimigos paranoicos, precisa ser negado. A negação mostra-se como um recurso amplamente utilizado por Bolsonaro, cujas falas, muitas vezes, reverberam e se desdobram em falas de seus apoiadores/seguidores, mostrando a obscenidade latente dessa negação.

A jornalista Alice Albuquerque publicou em 07/07/2020 no site do Jornal do Comércio uma matéria intitulada “Gripezinha, histórico de atleta e aglomerações: a cronologia de Bolsonaro até contrair o coronavírus”, na qual ela apresenta uma sequência de “frases dita por Bolsonaro que minimizaram a maior crise sanitária que o mundo e o Brasil já sofreu no último século” [online]. Reproduziremos alguns dos enunciados, por entendermos que eles afetaram o comportamento de uma parcela significativa da população em relação às orientações das autoridades de saúde, no que tange ao novo coronavírus.

10 de março: “Obviamente, temos no momento uma crise, uma pequena crise. No meu entender, muito mais fantasia a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo”.

15 de março: “Não podemos entrar em uma neurose como se fosse o fim do mundo. Outros vírus mais perigosos aconteceram no passado e não tivemos essa crise toda. Com toda certeza há um interesse econômico nisso tudo para que se

chegue a essa histeria”.

Esse movimento revela a desestruturação-reestruturação dos sentidos em enunciados que apresentam dois pontos de vista incompatíveis, antagônicos, pertencentes a duas posições-sujeito antagônicas. Apesar desse antagonismo, estas posições não geram discursos independentes entre si, pois o simples fato de um discurso emergir dentro de um campo específico já implica na existência de relações interdiscursivas atuando para o estabelecimento do discurso. Conforme Mainueneau (2005), todo discurso se forma a partir de relações polêmicas com outros que vieram antes, negando, reafirmando ou aparentando neutralidade em relação a eles. Esses discursos distintos podem coexistir e interagir entre si em função da interincompreensão, pois

O discurso não escapa à polêmica tanto quanto não escapa à interdiscursividade para se constituir. Por toda sua existência, ele se obriga a esquecer que não nasce de um retorno às coisas, mas da transformação de outros discursos ou que a polêmica é tão estéril quanto inevitável, que a interincompreensão é insular, na medida da incompreensão que supõe (MAINGUENEAU, 2008b, p. 117).

A ausência de compreensão mútua que faz aflorar a polêmica é inerente à língua, pois o espaço discursivo que permite colocar em relação dois discursos advindos de um mesmo campo não se reduz a situações particulares – se existem discursos em relação, esse espaço necessariamente é polêmico. É o caso do seguinte enunciado:

24 de março: “No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito, acometido de uma gripezinha, ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa”.

No interior do dito ocorre uma espécie de citação da fala de um médico (Drauzio Varella), caracterizada por uma “maneira de dizer” específica, um modo de enunciação de cujo interior emana um

conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas – as quais são recuperadas pelo tom, caráter e corporalidade ativadas pelo *ethos* discursivo. “Essa polêmica aparece exatamente como uma espécie de homeopatia pervertida: ela introduz o Outro em seu recinto para melhor afastar sua ameaça, mas esse Outro só entra anulado enquanto tal, simulacro” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 108). Vale lembrar que um discurso qualquer (o Mesmo) sempre traz dentro de si o Outro, porém não se trata do Outro em sua originalidade, mas um Outro condicionado às regras do Mesmo, um simulacro do Outro. É nesse sentido que a polêmica – entendida enquanto disputa – pode ser entendida na esteira da interincompreensão.

Como estratégia, o negacionismo é irracional em sua essência, em verdade, quanto menos lógica interna o enunciado apresentar, menos possível será articulá-lo em um debate racional – o que pode ser observado com as expressões “abre aspas, fecha aspas” que passaram a ser utilizadas por âncoras de telejornais ao reproduzirem falas proferidas pelo presidente. São exemplos de negação:

02 de abril: “Desconheço qualquer hospital que esteja lotado. Muito pelo contrário”.

12 de abril: “Parece que está começando a ir embora essa questão do vírus, mas está chegando batendo forte a questão do desemprego”.

Em função do tom ora agressivo, ora jocoso, mas sempre desdenhoso, das falas proferidas pelo presidente no que diz respeito ao Coronavírus, e tendo em vista produzir um discurso “conciliador”, outros porta-vozes do governo e, algumas vezes, o próprio presidente utilizam o recurso da denegação, o qual possibilita sair do dualismo negação/afirmação.

O fundamento da denegação reside na coexistência de recalque e explícito – por meio dela o sujeito coloca explicitamente alguma coisa que preferiria estar recalçada. O processo da denegação foi identificado por Freud (1976) em seus estudos sobre a histeria e corresponde ao tomar conhecimento da situação, mas não conseguir aceitá-la. A denegação é uma certa proteção contra o sofrimento: ao tomar conhecimento de uma situação dolorosa, o sujeito (inconscientemente) recusa a informação e a recalca.

Segundo Haroche (1992, p. 195): “A denegação coloca, com efeito, entre parênteses o funcionamento da não contradição: ela permite ignorá-la sem, contudo, negá-la”. Exemplo disso ocorreu em 20 de abril, quando Bolsonaro respondeu a um jornalista que ele não é coveiro, embora na pergunta direcionada ao presidente não houvesse qualquer menção a tal profissão, mas a indagação sobre a quantidade de mortes que seriam necessárias para que medidas de controle fossem tomadas.

O que se observa no enunciado em questão é um deslize pelo qual a voz do inconsciente emana e projeta a verdade incômoda sobre o número de mortos. É preciso dizer não ser um coveiro para negar a voz que fala sobre a realidade. Tal mascaramento é um tipo de censura que o superego impõe, recalçando e impedindo de dizer. Assim, por meio da denegação, o sujeito – dividido entre o desejo de dizer e o de recalcar – diz, sem dizer. Ao passo que o sujeito formula discursivamente sob forma negativa aquilo que fora recalçado, ele diz, sem admitir. Ao dizer: “ôh, cara. Quem fala de... eu não sou coveiro, tá?”, Bolsonaro nega um comportamento que ele próprio desconhece, por estar recalçado no inconsciente.

Quando o número de mortes começou a aumentar significativamente e se tornava inviável negar a existência da pandemia, passou-se então a tentar harmonizar um discurso aparentemente de solidariedade e lamento, mas que não poderia se sobrepor ao discurso inicialmente produzido de que as perdas econômicas seriam mais prejudiciais do que as decorrentes da Covid-19. Como vemos pelos enunciados abaixo, com distância temporal de quase um mês, a ideia de uma condição inevitável sobre a qual só resta lamentar é mantida.

01 de abril: “O vírus é igual a uma chuva, vem e você vai se molhar. Você não vai morrer afogado. Em alguns casos, lamentavelmente, haverá afogamento [...]”.

28 de abril: “E daí? Lamento. Quer que faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre”.

Em 29 de abril, para homogeneizar o discurso com os atos anteriores, enuncia: “[...] A minha opinião não vale. O que vale são os decretos dos governadores e prefeitos”. A partir daquele momento, os partidários do presidente passaram a reproduzir a ideia de que o Supremo Tribunal Federal (STF) teria afastado Bolsonaro do controle de ações estratégicas contra a pandemia de Covid-19

– em agosto de 2020, essa continuou sendo uma das *Fake News* circulando nas redes sociais.

Orientados pela necessidade de alinharem-se à obrigatória unidade do discurso, os enunciados em que o presidente aponta seu lamento, simultaneamente, revelam uma tendência a minorar as perdas, tidas como inevitáveis. Se morrer é uma consequência inevitável, então nada precisa ser modificado:

11 de maio: “Olha, eu lamento cada morte que ocorre a cada hora. Agora, o que nós podemos fazer, nós todos podemos fazer, é tratar com devido zelo o recurso público [...]”.

14 de maio: “Temos que ter coragem de enfrentar o vírus. Tá morrendo gente? Tá! Lamento? Lamento! Mas vai morrer muito, muito, mas muito mais se a economia continuar sendo destroçada por essas medidas”.

21 de maio: “Alguns morrem, claro, não é todo mundo que vai tomar o remédio e ficar vivo, mas a grande maioria fica”.

29 de maio: “Temos a onda do Covid, sim. A gente sabe que leva a mortes muitas vezes, mas temos uma onda maior ainda que é o desemprego. E, com todo o respeito, também leva a catástrofes para todos no País”.

Por efeito da quantidade exorbitante de enunciados sem fundamentação ou comprovação, chega-se a uma normalização que gera a inércia. Aquilo que deveria causar espanto e repulsa cai no emaranhado das frases sem sustentação e acaba por nele se prender e perder.

6 O processo de instauração e difusão de uma Fake News

Apresentamos aqui uma interpretação sobre um vídeo publicado na plataforma YouTube sob o título “OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil”³, localizado após inúmeras publicações nas quais disseminava-se a falsa informação de que máscaras advindas da China estariam contaminadas pelo novo coronavírus, logo não deveriam ser usadas. A difusão da fake news coincidiu com a aquisição de um lote de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) destinado aos profissionais de saúde, por parte do Ministério da Saúde. Além do vídeo em análise, circularam áudios em

grupos de WhatsApp e textos escritos sem indicação de autoria, mas sempre mencionando uma suposta autoridade em saúde que estaria alertando para a farsa do uso de máscaras. Após essas divulgações, o uso de *hashtags* como #NãoUseMascara #NaoFiqueEmCasa #PareDeSerEnganado #BolsonaroTemRazao #PareDeAjudarBandidos passou a ser comum.

Trata-se de uma montagem com duração de um minuto, na qual são utilizadas imagens extraídas de uma entrevista na qual o diretor da Organização Mundial da Saúde (doravante OMS), Tedros Ghebreyesus, discorreu sobre a pandemia da Covid-19. Por sua vez, o vídeo original corresponde a uma coletiva de imprensa realizada no dia 20 de abril de 2020, na qual Tedros Ghebreyesus, acompanhado por Michael Ryan e Maria Van Kerkhove do Programa de Emergências em Saúde da OMS, fala sobre os desafios do enfrentamento ao vírus no mundo, bem como o esforço para realizar a distribuição de EPIs (dentre eles, a máscara) aos profissionais de saúde dos países que estão com maiores dificuldades para a obtenção dos equipamentos. Também trata sobre a flexibilização das medidas de isolamento e a realização de testes em diferentes países.

Vale destacar que decorridos três dias da coletiva de imprensa, o presidente desferiu críticas ao diretor-geral da OMS em uma de suas rotineiras lives, em sua página no Facebook. Diante das críticas e questionamentos a ele direcionados sobre o não atendimento às recomendações da organização mundial, Bolsonaro proferiu o seguinte: “Estou respondendo processos dentro e fora do Brasil, sendo acusado de genocídio, por ter defendido uma tese diferente da OMS. Pessoal fala tanto em seguir a OMS. O diretor presidente da OMS é médico? Não é médico! Sabia disso?”

Quase sincronicamente a tal episódio, surgiram as versões em áudio e vídeo de textos aparentemente noticiosos, os quais, em tom de alerta, advertiam sobre os possíveis riscos de usar máscaras provenientes da China. O vídeo “OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil” inicia sob o layout da Globo News, apresentando-se como uma notícia. A primeira imagem mostra um recorte utilizado para construir o efeito de verdade: ouve-se uma música, observa-se uma apresentadora ao fundo e sobre ela passam em movimento as letras indicando

tratar-se de uma chamada da Globo News, pois de fato ocorreu a usurpação do vídeo de abertura. No terceiro segundo, a tela escura é substituída por uma vermelha na qual emerge a palavra “urgente”. Tais imagens foram retiradas do contexto original, a fim de passar a ideia de credibilidade, pois já estão internalizadas na memória coletiva.

Essa ambientação feita através da incorporação das imagens de dois veículos importantes serve para que se institua o chamado *ethos* pré-discursivo. De acordo com Maingueneau (2005, p.71), “se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode negar, no entanto, que o público constrói representações do *ethos* antes mesmo que ele (o enunciador) fale”.

Figura 1: Chamada utilizando imagens com layout da Globo News



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

No sexto segundo do vídeo, a autoridade da mensagem funda-se na reprodução do trecho extraído do original, no qual Tedros Ghebreyesus fala sobre o coronavírus. Contudo, ao contrário da mensagem original, o diretor da OMS estaria falando sobre um alto grau de contaminação das máscaras oriundas da China. O vídeo apropria-se do intervalo presente entre os 54’51” e 55’53” do original. A imagem de Tedros Ghebreyesus aparece, sua voz é ouvida por aproximadamente cinco segundos – criando um ambiente de credulidade, pois é a própria voz, no idioma original, vinculada à imagem do presidente da OMS que se apresenta. Vale destacar que, segundo Maingueneau (2005), a vocalidade de um texto se manifesta no momento da enunciação, através do tom. Ao ouvir a voz de Tedros Ghebreyesus, o coenunciador (ou receptor, destinatário, leitor) começa a projetar a imagem de seu fiador.

No décimo segundo, ouve-se uma voz, a qual, em função do

cenário construído, passa a ser atribuída a algum jornalista do grupo Globo (que constitui o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil, dentre os quais se situam tanto o canal de notícias Globo News, quanto o portal de notícias G1), anuncia em tom de alerta o problema da contaminação das máscaras. Vale destacar que a empostação de voz faz reativar a memória auditiva, pois se assemelha ao modo como são feitas as chamadas noticiosas dos telejornais. Neste momento, nos parece pertinente retomar a perspectiva assumida por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006), em seus estudos sobre a constituição do *Ethos*.

Embora no vídeo não se evidencie a figura do enunciador, ou algum tipo de representação que possa indicar os aspectos físicos ou atributos do orador/locutor, as pistas deixadas no transcórre do texto operam com vistas a projetar uma corporalidade e um caráter ao enunciador. Vale lembrar que, para Maingueneau (1997), a corporalidade corresponde a “uma representação do corpo do enunciador, construído no processo discursivo”, enquanto que o caráter se constitui pelo “conjunto de traços psicológicos que o leitor-ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer” (MAINGUENEAU, 1997, p. 47).

Assim, não contamos com a imagem de uma corporalidade imediata, mas o tom dado pelo enunciador opera no âmbito discursivo, proporcionando uma construção subjetiva desse corpo, cuja essência não é física, mas representacional. Derivada da representação subjetiva do corpo do enunciador, emerge a figura do fiador, construída pelo coenunciador a partir dos indícios deixados no texto, a saber: a composição das imagens, os sons, a entonação, a voz calma e a fala pausada, apesar do texto alarmista. Como é possível observar, essa “caracterização do corpo do enunciador” constrói-se no discurso (MAINGUENEAU, 2006, p. 61).

O texto veiculado alerta: “Segundo alerta da Organização Mundial da Saúde, máscaras vindas da Índia e da China estão apresentando um alto grau de contaminação por Coronavírus. Essas máscaras são produzidas às pressas, em lugares impróprios e sem o mínimo controle de cuidado higiênico”.

Figura 2: Uso da imagem do diretor da OMS e de uma voz similar a dos telejornais



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Depois de ter conquistado a confiança do leitor, pelo estabelecimento do *ethos*, a cor vermelha volta a figurar na tela, desta vez com a logomarca do G1 no canto direito. Ao centro da tela é reproduzido um vídeo que, apesar de não se saber a origem, mostra-se como se fosse um elemento no interior da suposta reportagem apresentada. Este fato ocorre porque, em uma sociedade midiaticizada como a nossa, observa-se um “apelo crescente em torno de mensagens cada vez mais icônicas” (MAINGUENEAU, 2015, p. 160). Vejamos uma sequência de quadros que retratam o movimento da câmera, com “as provas” da denúncia:

Figura 3: Sequência de quadros extraídos do vídeo da suposta produção de máscaras



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Vemos nas imagens um ambiente sujo, com máscaras esparramadas pela mesa e pelo chão, trabalhadores sem proteção – alguns sentados no chão, sem luvas e descalços. Sobretudo chama à atenção o foco dado a uma inscrição na mesa onde se localiza a máquina de costura: “André 22/02/2020” – imagem que seria a “comprovação inequívoca” de que se trata da produção de máscaras no período pandêmico.

Enquanto a imagem se movimenta, a voz enuncia, sempre pausada e calmamente:

Neste exato momento, pessoas que pensam estar seguras por usar a máscara de proteção estão na verdade correndo grande risco de contaminação. A recomendação crucial da OMS é que todos

usem máscaras esterilizadas para que o vírus não se espalhe ainda mais, agravando de maneira descontrolada o avanço da pandemia (XADREZ BRASIL12, 2020).

Ao fundo, a voz de Tedros Ghebreyesus é ouvida, dando a entender tratar-se de uma tradução de suas palavras. A permanência da voz ao fundo corresponde a um artifício para conseguir a manutenção da atenção do coenunciador, sobretudo, no que tange a sua confiança e adesão. De acordo com Maingueneau (2005, p. 69), “[...] a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva”.

Quando se assiste ao vídeo, a carga emotiva/apelativa é patente e leva a conceber o tom da enunciação como o alerta de um enunciador supostamente preocupado com a saúde e o bem-estar das “pessoas que pensam estar seguras”, ou seja, que estariam de boa-fé sendo enganadas. Além do *ethos* enunciativo, importa observar a cenografia implicada no ato enunciativo em análise e que define as condições específicas utilizadas para dar forma à enunciação. Como parte da cenografia, radicam-se todos os elementos presentes na performance em que o enunciador direciona-se a sua audiência, ou seu coenunciador.

Deste modo, a fusão do símbolo do G1 com a voz do diretor da OMS, as imagens da confecção de máscaras em ambiente contrário ao que se desejaria e a enunciação constituem uma cena enunciativa perfeita para a construção da verdade que se pretende provocar. Vale registrar ainda que o trecho final da fala coincide com a volta do diretor da OMS à cena. A fala se encerra lentamente com Tedros Ghebreyesus também finalizando sua fala, de modo a corroborar a ideia de tradução idiomática.

Figura 4: Coincidência entre os termos de fala do enunciador e de Tedros Ghebreyesus



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

A última cena é rápida, mas desempenha um importante papel de validação: o diretor finalizou o proferimento, o enunciador do vídeo também, a tarja na qual estava a legenda com reprodução da fala do enunciador desaparece e surge a plaqueta com a inscrição do nome e da posição ocupada: Tedros Adhanom Ghebreyesus – WHO DIRECTOR GENERAL (a sigla WHO corresponde a World Health Organization, traduzida para o português como OMS, Organização Mundial da Saúde).

Figura 5: Placa indicativa do nome e função desempenhada



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Como observado, a produção de sentidos atrela-se ao contexto e aos elementos da cena enunciativa. Essa cenografia recorre a práticas institucionalizadas da discursividade, remanejando os sentidos dos textos-origem para produzir um outro, totalmente desconexo e, neste caso em específico, falseado. O resultado da disseminação desse vídeo é a aceitação por parte dos leitores (coenunciadores), os quais reconhecem no discurso presumidamente veiculado pela imprensa, uma voz enunciatória que materializa o tom concernente a uma formação discursiva específica com a qual se identificam.

7 Considerações Finais

Considerando os efeitos de sentido que se estabelecem em meio à proliferação de textos na *World Wide Web*, podemos refletir sobre os modos de compreensão tornados possíveis pela difusão de um vídeo em redes sociais. Sabemos que a avaliação da compreensão é uma tarefa complexa e que só pode ser realizada de maneira indireta, uma vez que

ocorre na mente de cada pessoa e é inacessível de maneira objetiva. Entretanto, foi possível observar alguns processos utilizados para promover uma certa compreensão na leitura, os quais demonstraram que o discurso carrega as marcas do enunciador e do coenunciador – os quais são parte do processo enunciativo. A construção de uma corporeidade enunciante entrelaça-se com a cenografia do discurso com vistas a promover a credibilidade, legitimando o discurso e promovendo a adesão dos coenunciadores a uma ideia que não estava explicitada.

Ao atentar para o que transcorreu após a divulgação do vídeo em análise e de outros textos com teor similar, mas que por questão de limite de espaço não tratamos aqui, observamos que a hashtag #NaoUseMascara passou a figurar conjuntamente a outras (#OBrazilNaoPodeParar, #NãoUseMascara, #NaoFiqueEmCasa, #PareDeSerEnganado, #BolsonaroTemRazao, #PareDeAjudarBandidos) que demonstram, por um lado, apoio incondicional ao governo Jair Bolsonaro – incluindo a negação/denegação sobre a situação pandêmica, a banalização/minimização das milhares de mortes de brasileiros, a insistência nos inimigos e a culpabilização das gestões e gestores anteriores, ainda que o problema seja contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. **Gripezinha, histórico de atleta e aglomerações**: a cronologia de Bolsonaro até contrair o coronavírus. *In: Jornal do Comércio [online]*. Disponível em: <<https://cutt.ly/2ffrrLc>>, acesso em 10 de julho de 2020.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas, SP: Pontes, 1987.

DUNKER, C. I. L. Prefácio à edição brasileira. *In: ŽIŽEK, S. Pandemia: Covid-19 e a reinvenção do Comunismo*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

FREUD, S. **A negativa**. Edição Standard Brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

HAROCHE, C. **Fazer dizer, querer dizer**. São Paulo: Hucitec, 1992.

LIPOVETSKY, G. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MAINGUENEAU, D. **A propósito do ethos**. In: MOTTA, R.; SALGADO, L. (orgs). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008a. p. 11-29.

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

_____. **Cenas da enunciação**. Curitiba: Criar, 2006.

_____. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, R. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 68-92.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

_____. **Termos-chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

_____. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MANOVICH, L. *Novas mídias como tecnologia e ideia: Dez definições*. In: LEÃO, Lucia (org.). **O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Senac, 2005.

XADREZ BRASIL12. **OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil**. YouTube, 2020. Disponível em < <https://cutt.ly/tfg3wID>>. Acesso em: 05 mai 2020.

Ciência e disputa de narrativas: a construção da “farsa da Covid-19”

Resumo: O artigo apresenta aspectos de um projeto de investigação dedicado à realização do estudo de estratégias discursivas circulantes no embate entre ciência e notícias falsas frente à profusão de informações sobre a Covid-19. Com base na noção weberiana do propósito lógico-racional do Iluminismo, o artigo indaga sobre as características de estratégias discursivas que disputam reconhecimento quanto ao valor de verdade de suas narrativas. O artigo detém-se na análise empírica do trailer promocional do documentário “Plandemic”, ocupado em denunciar o que denominam de “farsa da Covid-19”. Operou-se uma análise comparativa entre asserções apresentadas no vídeo, referentes a aspectos científicos sobre a Covid-19, e informações de dois tipos: de caráter científico e informações publicadas por organizações de referência em saúde pública. A análise colabora para esclarecer aspectos da disputa de narrativas.

Palavras-chave: Narrativas; Ciência; Covid-19.

Science and narratives dispute: the construction of the “Covid-19 farce”

Abstract: The article presents aspects of an investigation project dedicated to the study of circulating discursive strategies in the clash between science and fake news in face of the profusion of information about Covid-19. Based on the Weberian notion of the Enlightenment logical-rational purpose, the article asks about the characteristics of discourse strategies that dispute recognition as to the truth value of their narratives. The article focuses on the empirical analysis of the promotional trailer for the Documentary “Plandemic”, engaged in denouncing what they call “Covid-19 farce”. A comparative analysis was carried out between assertions presented in the video, referring to scientific aspects about Covid-19, and information of two types: of a scientific nature and information published by reference organizations in public health. The analysis contributes to clarify aspects of narratives dispute.

Keywords: Narratives; Science; Covid-19.



Joseline Pippi¹
Carlise Schneider Rudnick²
Aline R. Dalmolin³
Ada C. Machado da Silveira⁴

1 Professora adjunta, vinculada ao Centro de Formação em Políticas Públicas e Tecnologias Sociais da Universidade Federal do Sul da Bahia

2 Professora adjunta, membro do quadro permanente do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

3 Professora adjunta, membro do quadro permanente do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

4 Professora titular, membro do quadro permanente do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Colaboradora do mestrado profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa. Pesquisadora do CNPq.

1 Introdução

O ano de 2020 pauta-se pelo acontecimento de proporções globais da pandemia da Covid-19, nova doença infecciosa causada pelo betacoronavírus SARS-CoV-2, que desde seu início assume um impacto de proporções inéditas na história humana. O surgimento e a disseminação do novo coronavírus em nível internacional vem provocando substancial impacto no mundo em que vivemos. Este novo status mundial caracteriza-se (em setembro de 2020) por um placar que não cessa de crescer exponencialmente, o das taxas de letalidade, número de mortos, contaminados, recuperados e doentes em nível global, mas também vem causando o colapso dos sistemas de saúde na maioria dos países, o caos na economia globalizada e nas economias locais. Este cenário problemático promove a sensação generalizada de incerteza e insegurança nos cidadãos, que sofrem dia a dia com estratégias de combate à pandemia e com a precariedade do fornecimento dos serviços básicos prestados pelos Estados nacionais, sobretudo nos países menos desenvolvidos e marcados pela desigualdade social. Num momento em que a população mundial intensifica a busca por informação para situar-se neste contexto em constante mudança, o consumo e a disseminação das notícias falsas também aumenta.

Seu impacto pode ser potencializado pela intensificação no consumo midiático por pessoas ansiosas por notícias que possam aliviar suas dúvidas, situá-las no cenário atual, ou até mesmo garantir sua sobrevivência. Tais aspectos justificam a importância de estudos ao reconhecer-se que, de um lado, o consumo informativo se fortalece e, de outro, observa-se um cenário que contribui para que pessoas acreditem em informações falsas, sobretudo em razão das motivações afetivas e emocionais as quais são tradicionalmente a elas associadas (BAKIR; McSTAY, 2018).

Na guerra por debelar o novo coronavírus, assiste-se a intensas batalhas de combate à disseminação de notícias falsas, uma mobilização que perpassa o disperso sistema congregado por uma ecologia midiática variada. A análise de fluxos de disseminação de conteúdos, conversação pública, circulação em mídias sociais, congregando abordagens a partir de empresas midiáticas identificáveis e outras não identificáveis, como as milícias digitais e seus robôs, canais, plataformas de disseminação de conteúdos, perfis de mídias sociais, jornalismo profissional de crítica sobre notícias falsas (fake news) e desinformação, ademais de órgãos de saúde pública tem no tema da pandemia da Covid-19 e síndromes respiratórias agudas graves um propósito desafiador.

Este artigo relata uma investigação que tem como objetivo geral realizar a proposição de uma cartografia das iniciativas de combate

às notícias falsas com motivo da pandemia da Covid-19.⁵ O artigo indaga sobre as características de estratégias discursivas que disputam reconhecimento quanto ao valor de verdade de suas narrativas. A análise empírica atém-se à polêmica envolvendo notícias relacionadas ao SARS-Cov-2 como sendo um vírus criado em laboratório e que estaria sendo utilizado como arma de biossegurança (KASPRAK, 2020). Apresenta-se, assim, a análise de uma polêmica envolvendo o conflito de narrativas com base em “Plandemic”, vídeo trailer sobre documentário homônimo, que causou polêmica e foi removido de diversas plataformas, arguindo-se propagar informações falsas a respeito da pandemia da Covid-19.

5 A proposta de uma cartografia de notícias falsas dá amparo ao projeto “guarda-chuva”, de cujas atividades o presente relato foi extraído, o qual acena para um amplo estudo quali-quantitativo no âmbito das ciências da comunicação, que busca desenvolver estudos de casos múltiplos sobre estratégias para combater a disseminação de notícias falsas em diversos campos sociais, como o campo midiático, o campo acadêmico, o campo das organizações da sociedade civil e o campo do Estado.

2 Ciência, valores e disputa de narrativas

A disputa narrativa estabelecida em torno de pensadores livres, ativistas antivacinas, terraplanistas, partidários de teorias conspiratórias, simpatizantes da extrema direita e tantos outros grupos que se projetam em tal cenário como negacionistas encontra na fundamentação científico-técnica seu principal bastião de oposição. Tal fundamentação tem o suporte da racionalidade moderna.

Vale recordar, dentre outras abordagens, aquela proposta por Max Weber (1971, 1998). Ele conceberia a racionalidade em conformidade à constatação de que a vida é perpassada pelo irracionalismo do mundo, com o qual se deve lidar constantemente. O enquadramento mostra-se adequado ao conflito de narrativas de que se ocupa o presente artigo.

Para explicar a vida, entender a racionalidade e os sujeitos, Weber propôs, a partir da causalidade histórica, a possibilidade de crítica ao racionalismo iluminista, o que não significa que o autor seja considerado um irracionalista. Uma linhagem mais recente da escola weberiana aborda a obra de Weber em outra perspectiva. Entende-se aqui por Iluminismo apenas o conteúdo geral das concepções racionalistas desenvolvidas, sobretudo, a partir do século XVIII, que contam com dicotomias e oposições capitais de valor (sujeito/objeto, fato/valor, ciência/religião, ideia/matéria).

A forma retrospectiva implica deixar um presente em devir e partir em direção a um passado considerado “intensivamente infinito” e não um complexo de fatos ocorridos, não mais influentes na composição das motivações e percepções: o passado não parou de passar.

Além de abordar questões econômicas, sociológicas e do imaginário (simbólico), a teoria weberiana contribui para discutir sobre valores e crenças (ética) a partir da religião, e essa como sistema simbólico estruturante que pode, através de esquemas e lógicas diversas, oferecer estímulo, ou não, para a construção das relações de

confiança. Logo, as crenças, os valores, a tradição, as expectativas, a irracionalidade, a reputação e os costumes que inferem na vida dos sujeitos e seus grupos interagem e se apresentam como importantes categorias de análise.

A postura científica inaugura uma atitude de permanente questionamento. Diferentemente da tácita reverência que a cultura pré-científica sustentaria, a atitude racional iluminista remeteria ao empenho dubitativo, permanentemente oscilando entre posições divergentes. Tal mentalidade estaria no centro do conflito que opõe mentalidades contrincantes, no que atualmente concebemos como conflito de narrativas. Um contexto de ambivalência comunicacional, responsável pela emergência da noção de pós-verdade.

A cultura autoritária brasileira, fruto da colonização europeia, teria inculcado atitudes derogatórias a argumentos tomados como inquestionáveis, próprios do ambiente religioso tradicional. Já a cultura questionadora, impulsionada por diversas vias incrementadas pelo Iluminismo, seria receptiva ao questionamento racional científico. Um contexto complexo, que não pode ser tão simplificado, no qual o conflito de narrativas surge como fruto do embate entre uma perspectiva tradicional e autoritária, frente a atitudes modernizadas e suscetíveis a argumentos de origem científica.

Da perspectiva da análise da situação de comunicação, aponta-se que há, na atualidade, a desestimação de conteúdos científicos, sendo que esta atitude seria proveniente da incapacidade de atentar à complexidade que sua compreensão requer. Surge, assim, a hipótese da impossibilidade polifasia cognitiva, a qual seria capaz de amparar a coexistência de diferentes tipos de racionalidade (VIANA; MORIGI, 2018). Polifasia cognitiva é uma expressão oriunda da Teoria das Representações Sociais e é utilizada para definir imagens mentais. Ela destaca o papel dos sistemas de representação e seu propósito de relacionar-se no ambiente da comunicação na vida cotidiana. Enquanto a ciência visa operar com representações verídicas do mundo, baseada em padrões de evidência científica, outros sistemas operam com bases de crenças distintas. Assim, os sistemas de conhecimento constituem domínios de validade distintos que, em teoria, assegurariam a possibilidade de encontros entre lógicas diferentes e até mesmo opostas, como as científicas e as religiosas.

No entanto, tal encontro não é o que se observa na polarização contemporânea. É consenso assumir que, como aterradora consequência da negação da polifasia cognitiva, e subsumidos na unidimensionalidade instrumental, fortalecem-se os discursos de ódio, tomados como valor de base nas disputas narrativas. Da perspectiva comunicacional, as evidências sobre a negação da polifasia disseminam-se sistematicamente por mídias sociais

digitais em nossos dias, impedindo o intercâmbio de argumentos. Uma noção que embasa a disputa de narrativas.

3 Análise de um conflito narrativo

Aborda-se um caso paradigmático que sintetiza o conflito de narrativas com base em posições ideológicas em disputa e que estão circulantes no ambiente midiático das plataformas digitais. Ele conchama atenção para o conflito de discursos científicos e respectivas posições contrapostas que costuma ser difundido por práticas de divulgação científica. Desta forma, o documentário cinematográfico e televisual também faz uso de técnicas dramáticas (LEON, 1999), responsáveis por construir estratégias operadoras de um “fazer saber”, que são distintas de outras, a de “fazer sentir” (CHARAUDEAU, 2006).

Trata-se de uma peça audiovisual baseada em um livro *best-seller* na plataforma Amazon e que desponta como uma síntese de interpretações que regem as disputas de nosso cotidiano, concebido a partir da situação de comunicação que o enfeixa. A peça em análise está compreendida como integrante de uma narrativa contraposta, polemizando com a narrativa assentada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e a corporação médica instituída, tomados como enunciadores de uma narrativa legítima e proposta com anterioridade.

Procedeu-se à análise comparativa entre asserções apresentadas no vídeo, referentes a aspectos científicos sobre a Covid-19, que apresentavam informações de dois tipos: de caráter científico (publicadas em periódicos científicos reconhecidos) e informações publicadas por organizações de referência em saúde pública.

“Plandemic” (2020) é um vídeo que viralizou, atingindo 7,1 milhões de visualizações no YouTube durante os dias que permaneceu online na plataforma, de 04 a 06 de maio⁶. Com 26 minutos de duração, é apresentado como trailer de um documentário e foi retirado por violar as políticas de informação⁷ das plataformas sociais, já que divulgava informações falsas sobre o novo coronavírus (NEWTON, 2020). Impulsionado por grupos alinhados à direita estadunidense, apoiou-se em dois princípios para tornar-se viral: o formato documental e o relato de uma cientista que, ao contar sua própria história, revela a “verdade dos fatos sobre a pandemia”.

O vídeo foi publicado por seu produtor, Mikki Willis (produtora Elevate), no Facebook, YouTube, Vimeo e num website exclusivo. Elevate é uma produtora audiovisual com sede na Califórnia (Estados Unidos) e seus integrantes estiveram envolvidos na produção de propaganda nas eleições presidenciais estadunidenses de 2016, como

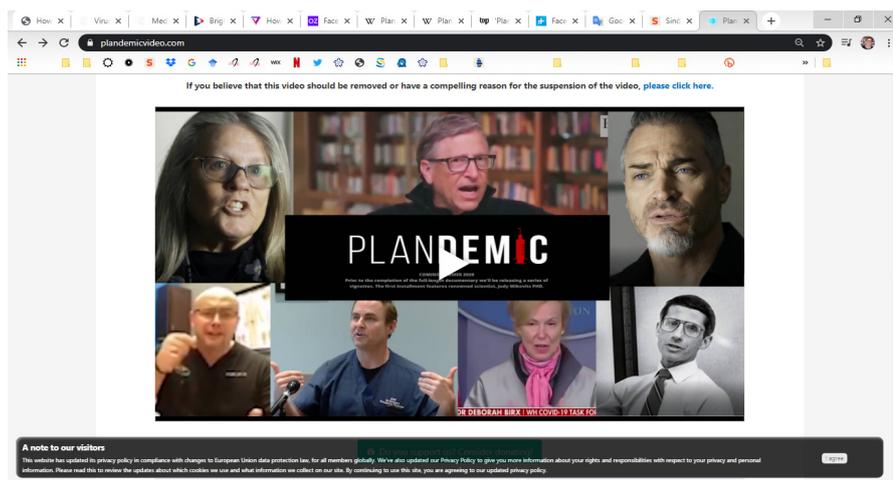
6 Não há registro do vídeo ou da data de lançamento do documentário no website da produtora. No website de divulgação que disponibiliza o vídeo para compartilhamento, há indicação de lançamento para o verão de 2020 do Hemisfério Norte. As informações a respeito do vídeo e mesmo sobre sua autoria foram amplamente noticiadas pela mídia estadunidense durante o período em que o produto viralizou.

7 Em matéria publicada no Portal G1 em 13/05/2020, o vídeo foi categorizado como informação falsa por agências de checagem (PENNA-FORT, 2020).

é o caso do vídeo “*Never Hillary*” (Hillary Nunca), que descreditava a presidenciável Hillary Clinton (ALBA, 2020). Willis é também narrador e entrevistador, conduzindo o documentário. Na figura 1, observa-se a tela de apresentação do vídeo.

8 www.plandemicvideo.com

Figura 1: Tela de apresentação do vídeo “Plandemic”



Fonte: Plandemic Video⁸

Em sua primeira semana de lançamento, o vídeo alcançou mais de 2,5 milhões de reações no Facebook, além de ter sido visto por mais de oito milhões de pessoas via redes sociais (FRENKE; DECKER; ALBA, 2020). Segundo levantamento realizado pela pesquisadora de mídias sociais Erin Gallagher (2020), perfis de grupos e/ou vinculados a grupos de direita e extrema-direita no YouTube e Facebook impulsionaram a viralização do vídeo, forçando inclusive a tradução para outras línguas.

Por ter sido retirado das plataformas de mídias sociais mais conhecidas, foram utilizados na análise duas versões do vídeo: a original, em língua inglesa, disponível no website plandemicvideo.com (tradução nossa) e a versão legendada em português, disponível no website *brighteon.com*, um canal pertencente ao grupo *Brighteon Media Inc.* Sob o slogan “*REFUSE to be silenced. Free speech lives here*” (Recuse o silenciamento. A liberdade de expressão está aqui), *Brighteon* não apresenta política de conteúdo, publicando vídeos diversos, muitos dos quais são sobre o movimento antivacinas e notícias falsas. “Plandemic”, legendado, foi disponibilizado no site no dia 07 de maio e, até a data de 11 de maio de 2020, ele tinha atingido 879.829 visualizações (ARAMUNI, 2020).

A denominação “Plandemic” provém da junção das palavras de língua inglesa *plan* e *pandemic* (plano e pandemia, respectivamente) e indica a abordagem do tema: sugerir que a pandemia seja resultado de

um plano. A entrevistada, identificada como doutora Judy Mikovits, é a personagem principal do vídeo. Ela alega ser vítima de perseguição desde que deixou de pesquisar para uma empresa farmacêutica gigante, que ela acusa de ser responsável pela destruição de sua carreira.

O apresentador/narrador Mikki Willis introduz a doutora Judy Mikovits em cena, apresentando-a como “uma das cientistas mais talentosas de sua geração”. No “auge de sua carreira”, publicou um artigo científico na revista Science. Neste ponto, surge o primeiro elemento a ser considerado: o narrador afirma que o “controverso artigo enviado chocou a comunidade científica”. Além disso, alega que “devido ao artigo que revelou seus grandes segredos”, continua o narrador, “os ‘*minions*’ (servos) da indústria farmacêutica travaram guerra contra a doutora Judy Mikovits, destruindo seu nome, sua carreira e sua vida pessoal”. Não há o tradicional cuidado característico do formato documentário de apresentar evidências que atestem a veracidade das graves afirmações. A personagem é apresentada a partir de qualificações subjetivas, estabelecendo um conflito assimétrico ao nível narrativo, a doutora presente *versus* a indústria farmacêutica cuja voz está ausentada do vídeo.

A narração do vídeo é ilustrada por imagens do entrevistador e da entrevistada, sentados, caminhando e conversando em locais não identificados, mas concretos, portanto visualmente verídicos. Há uma dosagem proposital apoiada num mínimo de “fazer saber” para promover o “fazer sentir” (CHARAUDEAU, 2006). Como resultado, o vídeo apropria-se do relato jornalístico (ainda que não seja a grande mídia), para desmitificar a narrativa dominante da verdade científica, em conformidade à posição defendida pela entrevistada (que é pesquisadora, ainda que não esteja integrando a ciência das corporações).

Judy Anne Mikovits, a entrevistada, é graduada em química, virologista e reconhecida apoiadora do movimento antivacinas (antivaXX, nos Estados Unidos)⁹. O artigo referido, de 2009, foi retirado do ar em 2011, após o editor-chefe da revista alegar terem sido apontados equívocos no experimento e por não haver consenso entre membros da equipe de pesquisadores a respeito da retratação¹⁰. Os fatos relacionados à retratação do artigo não são abordados no vídeo.

O vídeo simula o formato documentário: um entrevistador, que também faz o papel de narrador, a presença da entrevistada que conversa com o narrador, respondendo a seus questionamentos. Constantemente imagens de arquivo, vídeos publicados em mídias sociais e excertos de depoimentos oficiais de figuras públicas são inseridos no decorrer da narrativa, ora ilustrando o relato, ora exemplificando as alegações apontadas pela entrevistada. As cenas de arquivo não são referenciadas, tampouco são atribuídas autorias aos depoimentos; as figuras públicas

8 Informações sobre carreira da virologista e um *fact-checking* sobre suas afirmações foram pauta de recente publicação da revista Science (ENSERINK; COHEN, 2020).

9 Segundo matéria publicada na revista Science, de dezembro de 2011, a equipe liderada por Judy, a despeito das controvérsias envolvendo os dados do experimento (contestados por outros estudos paralelos), não assinou a retratação porque havia recebido financiamento de 2,3 milhões de dólares do Instituto Nacional de Alergia e Doenças Infecciosas dos EUA (NIAID, sigla em inglês) (COHEN, 2011).

retratadas têm suas falas editadas, enfatizando a extração de elementos bastante específicos (uma palavra, uma expressão), corroboradores do relato da entrevistada. Percebe-se que houve pré-produção, atendendo aos principais atributos técnicos para ser compreendido como um produto jornalístico, embora análise criteriosa e observação atenta demonstrem que seu objetivo não corresponde ao de fazer saber, mas ao de fazer sentir.

O tom do vídeo é evidenciado na primeira pergunta do entrevistador: “Você fez uma descoberta que conflitava com a narrativa acordada?” Com ela, define-se uma abordagem em termos de pós-verdade, para a qual o conflito de narrativas se impôs, colocando em interdito verdades assentadas. A análise permite assinalar que a proposta de não tratar de fatos, mergulhando fundo em jogos de linguagem, aposta na fórmula em que a versão da personagem a respeito de uma controvérsia tem um valor que, noutro sistema, correspondia à apresentação das chamadas “evidências”.

Num momento subsequente, o livro *“Plague of corruption: restoring faith in the promise of science”* (Praga da corrupção: restaurando a fé na promessa da ciência), de autoria da entrevistada, é apresentado. O vídeo segue os passos relatados no livro, enfatizando a existência de uma grande trama responsável pela pandemia, que envolve a indústria farmacêutica, com o apoio de Anthony Fauci (epidemiologista, diretor do NIAIDI e integrante da força-tarefa da Casa Branca na elaboração de estratégias de contenção do novo coronavírus) e do governo Trump. Ela afirma que eles estariam retendo o avanço de pesquisas em busca da cura para a Covid-19, com o propósito de lucrar com a patente das vacinas.

O vídeo destaca afirmações sobre a pandemia de Covid-19 através de alegações da entrevistada ou de depoimentos anônimos que ilustram seus argumentos. Apresenta-se a análise de tais afirmações, as quais foram submetidas à checagem junto a informações divulgadas por fontes reconhecidas. Foram encontradas 23 alegações relacionadas à pandemia, das quais sete foram selecionados para figurar no quadro 1.

Quadro 1: Informações referentes à Covid-19 apresentadas em Plandemic

Afirmção	Fonte	Status
“Não se pode afirmar que o vírus ocorre naturalmente”.	Entrevistada	Falsa
Contraponto: a família coronavírus é composta por diversas espécies, dentre as quais cepas que ocorrem em animais. Há variações que também infectam seres humanos, como o SARS-CoV-2 e o MERS-CoV. O vírus encontra-se na natureza e pode infectar animais e humanos, além de se utilizar de animais silvestres como hospedeiro intermediário (AVMA, 2020).		
“Um vírus não ‘passa’ de um animal para uma pessoa”.	Entrevistada	Falsa
Contraponto: existem diversas doenças que são transmitidas de animais para pessoas, são as chamadas zoonoses, muitas das quais causadas por vírus (ALLEN <i>et al.</i> , 2017).		
“Você não morre com uma infecção, você morre de uma infecção”.	Entrevistada	Falsa
Contraponto: a presença de clínicas pré-existentes (comorbidades) podem atrapalhar o tratamento e aumentar as chances de óbito (OPAS, 2020; WILLIAMSON <i>et al.</i> , 2020).		
“E você os mata [os pacientes] com a ventilação mecânica, porque administrou o tratamento errado”.	Entrevistada	Falsa
Contraponto: o uso de ventilação mecânica atende aos protocolos de tratamento no caso de hipóxia. O Ministério da Saúde indica o uso, conforme protocolo de manejo clínico da Covid-19 na atenção especializada, de acordo com normas médicas internacionais (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).		
“Sabemos que hidroxicloroquina e zinco estão funcionando muito bem em pacientes”.	Anônimo	Falsa
Contraponto: não há comprovação científica de que a hidroxicloroquina seja eficaz no tratamento da Covid-19. A informação foi amplamente divulgada (WHO, 2020).		
“Usar máscaras e luvas reduz a flora bacteriana e diminui a imunidade”.	Anônimo	Falsa
Contraponto: não há relação entre o uso de equipamento de proteção e a diminuição da imunidade. O uso de EPIs é indicado para os profissionais da saúde e a máscara cirúrgica e/ou de pano é indicada como item de proteção para a população em geral - em conjunto com medidas de isolamento social e higienização das mãos (OPAS, 2020).		
“Usando máscara você está ficando doente por conta própria, reativando expressões do coronavírus”.	Entrevistada	Falsa
Contraponto: a OMS recomenda o uso de máscara visando à limitação da disseminação de certas doenças respiratórias virais, incluindo a Covid-19, como elemento protetivo adicional (OPAS, 2020).		

Fonte: elaborado pelas autoras

No vídeo, a narrativa utiliza o relato da entrevistada como cenário para evidenciar uma suposta relação entre interesses privados (especialmente em função do registro de patentes) e financiamento público de pesquisas na área de infectologia. O trecho é exemplificado com um depoimento de arquivo em que um interlocutor não identificado afirma que hoje (não há referência à data específica), as universidades aumentaram em cinco vezes a participação nas patentes registradas nos Estados Unidos – o que tanto o interlocutor anônimo, quanto a entrevistada afirmam ser extremamente maléfico para a sociedade, já que os cientistas tornaram-se “fábricas viciadas em royalties” e podem, com as vacinas, lucrar bilhões de dólares - e matar outros bilhões – nas palavras da entrevistada. Na sequência, o entrevistador ainda solicita a opinião da entrevistada sobre a pandemia, e o assunto passa a centrar-

se na grande “farsa da COVID-19, bancada pelo governo e pela indústria farmacêutica”. A entrevistada defende a hidroxicloroquina como um medicamento “que age perfeitamente bem no tratamento de pacientes com a doença”¹⁰.

Outro elemento evocado na construção da credibilidade da narrativa é o discurso científico: a entrevistada é apresentada como cientista (doutora Mikovits), e sua história justifica o status atribuído a ela pelo narrador – é a heroína que desvela a verdade. Ela teria sido desacreditada no meio científico, porque ousou fazer uma descoberta que “conflitava com a narrativa acordada” – como pergunta/afirma o entrevistador. Mesmo sem apresentar evidências abalizadas por fontes reconhecidas além do relato da entrevistada, a narrativa é tecida confiantemente e expõe a doutora Mikovits como gozadora de suficiente credibilidade científica para que o espectador dê crédito a seus argumentos.

Ao argumentar que seu banimento das mídias sociais permite atestar sua legitimidade, a personagem principal pode ser imediatamente confrontada a uma condição paranoica, conforme preceitos científico-técnicos. Via que aponta que o endosso da ideia de imputar a outrem o protagonismo da ameaça, assim como a definição do outro como inimigo comum, seria um dos motes das narrativas conspiratórias. Liebel (2017) afirma existir relação entre o conservadorismo e a eclosão de teorias conspiratórias, pois o conservador não admite a evolução, ele prefere a estagnação à mudança.

Não parece aleatório, portanto, Plandemic ter sido impulsionado por perfis vinculados a grupos conservadores. A versão legendada em português inicia com uma recomendação: “assistam com o cérebro”, conclamando os espectadores a utilizarem a razão. A recomendação, inserida pelo(a) tradutor(a), não aparece na versão original e almeja induzir o espectador a compreender o vídeo como resultado de um processo lógico-racional no sentido weberiano. Para Liebel (2017, p. 47), “todo pensamento paranoico tende a ser aparentemente bastante lógico, mas tende também a se basear em uma falácia, ou seja, todo o edifício lógico e de causas e consequências acaba se sustentando em areia movediça”. Tal afirmação permite tipificar o vídeo analisado.

4 A narrativa negacionista e a desinformação

Uma posição consiste em apontar que o vídeo promove uma peça de propaganda ideológica da direita estadunidense, buscando colonizar os tradicionais formatos televisivos para plasmar um efeito de verdade baseado na promoção de sensações (fazer sentir) e de sua versão de acontecimentos acerca dos quais não está preocupado em

10 A entrevistada cita um dado referente a um artigo científico que é apresentado em tela. Contudo, é possível constatar que o argumento defendido pela entrevistada diverge dos resultados apresentados pelo artigo mencionado na entrevista.

contrastar evidências. Poderia ele ser tomado como uma peça de fake news a serviço de uma guerra ideológica idealizada? A questão encontra respaldo no valor socialmente assentado e midiaticamente operado de que “*America needs a hero*”, ou seja, para isso, também necessita de um vilão. Assim como ocorre lá, no Brasil também vigoram apelos via sebastianismo salvacionista, produzindo desorientação e erodindo o terreno de base para o debate.

Tais dificuldades postas no ambiente atual de desinformação permitem observar que a circulação de notícias falsas tende a reduzir a permeabilidade social ao debate, impedindo a vigência da polifasia cognitiva e fortalecendo a perspectiva da narrativa negacionista, simpática à proposição da pandemia como uma “farsa da Covid-19”. Antes de apontar a polarização de posições, a narrativa negacionista permite argumentar que a complexidade da disseminação de conteúdos científicos numa sociedade que os depreciam seria um dos elementos definidores do conflito. Talvez a desestimação dos conteúdos científicos provenha da complexidade que sua compreensão requer, na situação em que se apresenta a hipótese da impossibilidade da já referida polifasia cognitiva, na qual o jornalismo tem sua atuação questionada, conforme aludiu The Intercept Brasil:

Em nome da exposição da pluralidade de ideias, o jornalismo brasileiro transformou os misticismos de Osmar Terra em uma opinião com credibilidade o suficiente para debater em pé de igualdade com gente séria. Assim valida o anticientificismo como algo aceitável e abre uma porta para que mentiras perigosas se espalhem. Em nome de ouvir o contraditório - como se terraplanismos fossem matéria de opinião -, o jornalismo está servindo de escada ao obscurantismo (FILHO, 2020, online).

Em que pese à crítica realizada por The Intercept Brasil, a Rede Globo aposta por uma atitude em favor da ciência normal. Sua atividade de apuração (É fato ou fake?) atesta uma postura crítica (PENNAFORT, 2020).

Na disputa de narrativas a respeito da Covid-19, o discurso do vídeo opõe-se àquele promulgado pela OMS. Enquanto o organismo internacional apoia suas orientações em pesquisas que gozam da chancela da comunidade científica, o vídeo desconstrói esse reconhecimento na busca pela validação de uma “outra ciência”. Ele burla o debate objetivo ao utilizar-se da estratégia de criação de um pretenso contraponto entre a “prática científica das grandes corporações” (da qual a OMS seria a porta-voz) e uma “prática científica contestadora”, da qual Judy Mikovitz se diz representante. A estratégia de fazer sentir induzida pelos argumentos de Plandemic está alicerçada no questionamento da autoridade científica e, neste ponto, parece residir seu poder de convencimento. O uso do formato documental, por sua

vez, cria a ilusão de relevância da entrevista, mesmo que suas alegações não sejam acompanhadas de argumentos comprobatórios e sejam, em sua maioria, duvidosas. Plandemic engendra, propositadamente, uma falsa equivalência discursiva visando colocar em xeque a validade do conhecimento científico em favor de forças de enunciação cujas identidades não são plenamente reconhecíveis.

Entende-se que o conflito de narrativas suposto na produção do trailer na situação de comunicação vigente durante a pandemia da Covid-19 no ano de 2020 permite configurar a disputa midiaticizada entre certos pesquisadores e determinados segmentos da indústria química, polarizando as posições que, assim, se tornam ideológicas.

5 Considerações finais

A área da Comunicação se constitui como fundamental para o alcance de muitos objetivos da saúde e áreas convergentes, as quais buscam soluções tecnológicas, sociais, educacionais, dentre outras. Em razão do crescimento exponencial, que acompanha a própria expansão de contágio pela pandemia, especialistas internacionais vêm considerando a disseminação de notícias falsas sobre o novo coronavírus como “a outra pandemia”, ou até mesmo uma “infodemia”, como denominou a própria OMS (THOMAS, 2020).

A OMS vem direcionando esforços no sentido de combater as informações equivocadas sobre o vírus, tendo criado um setor específico para atuar na “infodemia”, o *Information Network for Epidemics* (WHO, 2020b). Em nível nacional, o Ministério da Saúde disponibilizou um canal específico para receber denúncias a respeito de notícias falsas sobre coronavírus (BRASIL, 2020). No entanto, as ações que têm se destacado no combate às notícias falsas em relação à Covid-19 no Brasil ocorrem no âmbito midiático, sobretudo por parte das mídias sociais digitais, instâncias que justamente são as que mais colaboram para a disseminação de notícias falsas. As principais plataformas e o próprio Google vêm facilitando a disponibilização de informações sobre a pandemia, algo pouco usual, pois tais agentes tradicionalmente se caracterizam por serem arquiteturas desenhadas para organizar interações entre usuários e não como interfaces disseminadoras da produção direta de informação (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018).

Considera-se que há plataformas que, inclusive, estão intervindo de forma ativa na contenção de informações inverídicas a respeito da pandemia, em ações como o destaque a informações sobre a Covid-19, alertas para quando os usuários acessam conteúdos falsos (BROWN, 2020) ou até mesmo a supressão de conteúdos associados às notícias

falsas. Tais aspectos vêm levando a atos inéditos, como o de plataformas de mídias sociais literalmente apagando posts de seus usuários que trazem conteúdos falsos relacionados ao novo coronavírus, como ocorre sistematicamente nas Filipinas (RT, 2020). São intervenções que se somam às ações tradicionais, presentes antes da emergência da pandemia, como as atividades de *fact checking* (GRAVES, 2016), as práticas jornalísticas, iniciativas de educomunicação, uma diversidade de estratégias institucionais e tentativas de regulação ou até mesmo criminalização da prática (ROMANINI; OHLSSON, 2018).

No entanto, todos os esforços referidos não possuem artilharia para enfrentar o poder de disseminação global instantâneo de conteúdos digitais. O vídeo “Plandemic” aqui analisado é tomado pela comunidade científica como um *deep fake* vídeo, uma ultrafalsificação, uma burla ao sistema comunicativo. A controvérsia manifesta como o ambiente das mídias sociais permite equiparar o valor informativo do senso comum ao da expertise técnica, dando sustentação ao conflito de narrativas.

A relevância do estudo para o desenvolvimento científico, tecnológico ou de inovação considera que urge a necessidade de entender as novas práticas, sobretudo pela necessidade de emergência de contextos peculiares da disseminação das notícias falsas, ou, como preferem alguns autores, da desinformação e das informações falsas, no âmbito da pandemia da Covid-19. Nesse sentido, estender e aprofundar a análise dos embates entre o discurso científico e as notícias falsas ou, ainda, compreender os mecanismos de apropriação e subversão dos referenciais científicos pelos agentes produtores de notícias falsas é uma tarefa a ser empreendida, de modo que o documentário integral, intitulado Plandemic-InDOCTORnation, lançado em agosto de 2020, presta-se a tal propósito.

Em um momento como o da pandemia, é fundamental que a população disponha de informações claras e acessíveis sobre prevenção e combate à nova doença, bem como os tipos de tratamento e possibilidades de vacina que estão sendo testados. Portanto, combater a desinformação resultante da disseminação de notícias falsas é essencial para que o vírus seja vencido. Além disso, promover o conhecimento sobre essas estratégias de combate possibilita que elas sejam tomadas com maior clareza e garantam maior eficácia, reconhecendo as condições peculiares nas quais essa batalha se trava. Elementos como algoritmos, *filter bubbles*, *social media targeting*, *robots* e discurso de ódio estão determinando estratégias desconhecidas tanto pela população, quanto pelos profissionais de comunicação e mídia. Faz-se necessário investigá-los, ao mesmo tempo em que se propõem iniciativas inovadoras de combate à circulação de notícias falsas. Confiança, controle e risco estão interconectados, o que sugere

que os agentes parceiros precisam gerenciar o risco, na tentativa de compreender a qualidade das conexões entre confiança e controle.

REFERÊNCIAS

ALBA, D. **Virus conspiracist elevate a new champion.** The New York Times, New York, 09 mai 2020. Disponível em: <https://nyti.ms/2Xo0xj1>. Acesso em: 13 mai 2020.

ALLEN, T., MURRAY, K.A., ZAMBRANA-TORRELIO, C. *et al.* **Global hotspots and correlates of emerging zoonotic diseases.** Nature Communication 8, 1124, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41467-017-00923-8>. Disponível em: <https://go.nature.com/32qPLek>. Acesso em: 26 jun 2020.

AVMA. **SARS-Cov-2 in animals.** Whashington, 11 jun 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3jnXkJP>. Acesso em: 26 jun 2020.

BAKIR, V.; McSTAY, A. **Fake News and The Economy of Emotions.** Digital Journalism, 6:2, 154-175, 2018.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRASIL. **Saúde sem fake news.** Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/fakenews>. Acesso em: 19 abr 2020.

ARAMUNI, Jorge. **Plandemic.** Brighteon, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3eefNWE>. Acesso em: 11 mai 2020.

BROWN, A. **Facebook cria alerta de fake news sobre o coronavírus.** Forbes, 16 abr 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3giB1nS>. Acesso em: 20 abr 2020.

CHARAUDEAU, P. **O discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

COHEN, J. **In a rare move, Science without author's consent retracts paper that tied mouse virus to Chronic Fatigue Syndrome.** Sciencemag. New York, 22 dez 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3gjTgt5>. Acesso em: 13 mai 2020.

ENSERINK, M.; COHEN, J. **Fact-checking Judy Mikovits,**

the controversial virologist attacking Anthony Fauci in a viral conspiracy video. *Sciencemag*. New York, 8 mai 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2XmvVhT>. Acesso em: 13 mai 2020.

FILHO, João. **Por que é errado dar espaço na imprensa a Osmar Terra, o porta-voz do negacionismo científico na mídia nacional.** *The Intercept*, 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/05/17/osmar-terra-coronavirus-imprensa-mentiras/?fbclid=IwAR0PG6AsYxLdf76Msv_ARY-XCZLSRCSHD19Y4pBfXJeRR Ckp1ov4rSv4Pke>. Acesso em: 25 set 2020.

FRENKE, S.; DECKER, B.; ALBA, D. **How the ‘Plandemic’ movie and its falsehoods spreads widely online.** *The New York Times*. New York, 20 mai 2020. Disponível em: <https://nyti.ms/2ANYsFk>. Acesso em: 20 mai 2020.

GALLAGHER, E. **Facebook groups and YouTube enabled viral spread of ‘Plandemic’ misinformation.** *Medium, OneZero*, s/1, 9 mai 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2LRDvvo>. Acesso em: 13 mai 2020.

GRAVES, L. **Deciding what’s true: the rise of political fact-checking in american journalism.** New York: Columbia University Press, 2016.

KASPRAK, A. **The Origins and Scientific Failings of the COVID-19 ‘Bioweapon’ Conspiracy Theory.** *Snopes*, 1 feb 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3cYXAvZ>. Acesso em: 20 abr 2020.

LEON, B. **El documental de divulgación científica.** Barcelona: Paidós, 1999.

LIEBEL, V. **Uma facada pelas costas: paranoia e Teoria da Conspiração entre conservadores no refluxo das Greves de 1917 na Alemanha.** *Rev. Bras. Hist.*, São Paulo, v. 37, n. 76, p. 45-71, dez. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2WXEosX>. Acesso em: 13 mai 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Orientações para manejo de pacientes com COVID-19.** [s.d.], 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2D0N2j1>. Acesso em 26 ago 2020.

NEWTON, C. **How the ‘Plandemic’ video hoax went viral.** *The Verge, The Interface*, New York, 12 mai 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2XuswxI>. Acesso em: 20 mai 2020.

OPAS. **Folha informativa COVID-19**. 26 ago 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3jhFVCf>. Acesso em 26 ago 2020.

PASQUALOTTO, A. (et. alli). **Protocolos de atendimento às vítimas da Boate Kiss**. Santa Maria: EdUFSM, 2016.

PENNAFORT, R. **É #FAKE que máscaras proteção podem levar à autocontaminação pelo coronavírus e que vacinas contra a gripe podem causar a Covid-19**. *Gl, Fato ou Fake*, Rio de Janeiro, 13 mai 2020. Disponível em: <https://glo.bo/3jjlMMg>. Acesso em 26 ago. 2020.

PLANDEMIC. Produção de Mikki Willis. Ojai: Elevate, 2020. 1 vídeo (26min). Disponível em: <http://plandemicvideo.com>. Acesso em: 11 mai 2020.

PLANDEMIC. Produção de Mikki Willis. Ojai: Elevate, 2020. Tradução de Du Scwab. 1 vídeo (26 min). Disponível em: <https://bit.ly/2XldlGQ>. Acesso em: 11 mai 2020b.

PLANDEMIC. In Doctor Nation. Produção de Mikki Willis. Ojai: Elevate, 2020. 1 vídeo (1h 15 min). Disponível em: <http://plandemicseries.com>. Acesso em: 26 ago 2020.

ROMANINI, A.; OHLSSON, M. **De olhos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news**. *Communicare*, v. 18, n. 2, 2018.

SEN, A. Construir confiança: Ética da Empresa e Desenvolvimento Econômico. p. 39-53. In: CORTINA, A. (org.) **Construir Confiança: ética na empresa da sociedade da informação e das comunicações**. São Paulo: Loyola, 2008.

THOMAS, I. (2020). **WHO says fake coronavirus claims causing ‘infodemic’**. BBC, 13 feb 2020. Disponível em: <https://bbc.in/36q7FiV>. Acesso em: 20 abr 2020.

TOMAZ, T.; SILVA, G. C. **Repensando big data, algoritmos e comunicação: para uma crítica da neutralidade instrumental**. *Parágrafo*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 31-42, jun. 2018. ISSN 2317-4919. Disponível em: <https://bit.ly/2yrbxDK>. Acesso em: 11 maio 2020.

SILVEIRA, A. C. M. (Org.) **Midiatização da Tragédia de Santa**

Maria. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. v. I.

THE INTERCEPT BRASIL. **Instagram.** Disponível em: [interc.pt/399eEMO](https://www.instagram.com/interceptbrasil/). Acesso em: 17 maio 2010.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WALL, M. **The Platform Society: public values in a connective world.** Oxford: Oxford University Press, 2018.

VIANA, A. W.; MORIGI, V. J. **Redes de desejos consonantes: a impossibilidade da polifasia cognitiva na era da pós-verdade.** *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática.* v.17, n.35, 2018. DOI: doi.org/10.5902/2175497728205

WEBER, M. **Ensaio de Sociologia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

WEBER, M. **Economia y Sociedad.** México: Fondo de Cultura Económica, 1998.

WHO. Q&A: **Hydroxychloroquine and COVID-19.** 19 jun 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2D5XzJY>. Acesso em: 26 ago 2020.

WHO. **Coronavirus disease 2019 (COVID-19) - Situation Report 86.** 15 abr 2020b. Disponível em: <https://bit.ly/2TuHVMX>. Acesso em: 22 abr 2020.

WILLIAMSON, E. J., WALKER, A. J., BHASKARAN, K. *et al.* **Factors associated with COVID-19-related death using OpenSAFELY.** *Nature* 584, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41586-020-2521-4>. Disponível em: <https://go.nature.com/2QG03lz>. Acesso em 26 ago 2020.

Orientalismo em tempos de pandemia: discursos sobre a China no jornalismo brasileiro

Resumo: O artigo explora os discursos associados à China no jornalismo brasileiro diante do contexto da pandemia da COVID-19. Para tanto, utiliza-se como metodologia uma coleta e análise qualitativa de matérias jornalísticas. Os resultados da pesquisa apontam para a permanência do orientalismo enquanto base discursiva dos conteúdos analisados, bem como para a importância crescente de um diálogo mais íntimo e informado entre Brasil e China na construção de um mundo pós-Ocidental num cenário pós-pandemia.

Palavras-chave: Orientalismo; Xenofobia; Jornalismo brasileiro; China.



Krystal Cortez Luz Urbano¹
Mayara Soares Lopes
Pinto de Araujo²
Maria Elizabeth Pinto de
Melo³

Orientalismo en tiempos de pandemia: discursos sobre China en el periodismo brasileño

Resumen: El artículo explora los discursos asociados con China en el periodismo brasileño en el contexto de la pandemia de COVID-19. Para este propósito, se utiliza una recopilación y análisis cualitativo de artículos periodísticos como metodología. Los resultados de la investigación apuntan a la permanencia del orientalismo como la base discursiva de los contenidos analizados, así como a la creciente importancia de un diálogo más íntimo e informado entre Brasil y China en la construcción de un mundo post-occidental en un escenario post pandemia.

Palabras-clave: Orientalismo; Xenofobia; Periodismo brasileño; China; Brasil.

Orientalism in pandemic times: speeches about China in Brazilian journalism

Abstract: The article explores the speeches associated with China in Brazilian journalism given the context of the COVID-19 pandemic. For

1 Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (PPGCOM | UFF). Jornalista e Especialista em Epistemologias do Sul (CLACSO | Argentina). Coordenadora Adjunta do MidiÁsia (Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Asiática Contemporânea - PPGCOM | UFF).

2 Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF).

3 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF).

this purpose, a qualitative data collection and analysis of journalistic articles are used as methodology. The research results point to the permanence of Orientalism as a discursive basis of the analyzed contents, as well as the growing importance of a more intimate and informed dialogue between Brazil and China in the construction of a post-Western world in a post-pandemic scenario.

Keywords: Orientalism; Xenophobia; Brazilian Journalism; China.

4 BANIDOS DE HOTÉIS, EX-
CLUÍDOS DE ESCOLAS, VÍTI-
MAS DE COMENTÁRIOS RACIS-
TAS: CORONAVÍRUS PROVOCA
HISTERIA MUNDIAL CONTRA
CHINESES, 2020

1 Introdução

Com a propagação em larga escala do novo coronavírus - denominado SARS-CoV-2, causador da doença COVID-19 - em vários países do mundo, a China tem se tornado alvo de discursos e representações controversas nos meios de comunicação no Brasil nos últimos meses. Tão logo o vírus tornou-se uma realidade em vários países do Extremo Oriente, inúmeras matérias e reportagens nos meios de comunicação sobre a pandemia passaram a fazer parte do cotidiano de notícias da sociedade brasileira. De fato, o discurso orientalista atribuído aos países da Ásia vai assumir múltiplas formas e facetas diante do cenário de pandemia no Brasil, dando um tom particular às representações midiáticas sobre a China. Além das teorias conspiracionistas que apoiam a ideia de que o vírus fora criado para que a China pudesse obter vantagens econômicas diante do caos (CHAGAS, 2020), ou que ora buscam associar o vírus aos hábitos alimentares “exóticos” de algumas das muitas de suas regiões⁴, reconhecemos que há boas razões para que a presença da China pudesse se fazer profundamente sentida em veículos de comunicação locais e internacionais.

Em primeiro lugar, o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, recentemente, referiu-se ao novo coronavírus de modo bastante pejorativo em uma coletiva de imprensa, denominando-o como “vírus chinês” (SATEL, 2020). Essas palavras foram repetidas, logo em seguida, pelo deputado federal Eduardo Bolsonaro, filho do atual Presidente da República, em sua conta no Twitter, causando um desconforto diplomático entre Brasil e China (PUTTI, 2020). Em segundo lugar, diante do cenário de pandemia generalizada, a vasta comunidade de imigrantes e descendentes de chineses e de outros países asiáticos, no Brasil e em outras partes do mundo, tem sido alvo de constantes ataques racistas e xenofóbicos, seja nos espaços urbanos seja nos virtuais, os quais desvelam preconceitos arraigados e estereótipos historicamente associados ao país e sua população. Por fim, o modo pelo qual a China e outros países asiáticos e não-ocidentais vêm lidando com a referida pandemia através de

ações e medidas efetivas, nos oferecem profundas dúvidas sobre a continuidade da centralidade do mundo ocidental, levando-nos a crer na eminente ascensão de um mundo Pós-Occidental⁵ (SERFATY, 2011; ZAKARIA, 2008).

O momento atual evidencia a forma com que países da Ásia e da América Latina emergem como importantes jogadores na construção de um mundo pós-Occidental num cenário pós-pandemia. A China apresenta-se como um excelente exemplo, especialmente no campo econômico (atualmente é a segunda maior economia do mundo⁶, perdendo apenas para os Estados Unidos, mas com previsão de liderar esse status nos próximos anos), mas também no âmbito cultural (o maior mercado consumidor em potencial e o segundo maior mercado de cinema⁷). No entanto, a construção do orientalismo como parte do projeto de ocidentalização e do universalismo europeu, tem promovido, ao longo de séculos de história, a permanência do eurocentrismo no Brasil e no restante do mundo, tornando-se um empecilho para o entendimento mútuo e diálogo efetivo do Brasil com o referido país. Com efeito, a identidade europeia em si foi construída e delimitada em contraposição ao imaginário oriental (SAID, 2007), um processo de distanciamento daquilo que era considerado menos digno da “superioridade” ocidental. Os asiáticos amarelos foram sempre reconhecidos como a parte que não cabia aos valores universais, que se distanciavam culturalmente, racialmente e socialmente daquilo que a Europa representava. O rosto asiático e seu fenótipo associado eram vistos como exóticos e forasteiros (CHEN, 2012), fato este que é perceptível nos textos jornalísticos que coletamos para esta investigação. Em tais obras, o discurso orientalista por vezes é questionado, por vezes são reproduzidos e reforçados.

O Brasil, país construído a partir da colonização europeia, ainda comunga vigorosamente da memória colonial e naturaliza o orientalismo. Um exemplo tácito disso reside na trajetória das imigrações no Brasil, iniciada ainda no século XIX. Embora a ideia de raça só passe a fazer parte do discurso sobre a imigração no Brasil na segunda metade do século XIX, a alusão a um possível processo civilizador introduziu em nosso país um princípio de desigualdade associado a uma nova forma de ocupação territorial que priorizou a colonização europeia, em detrimento dos povos não-ocidentais, incluindo-se aí, os chineses (*chins*) (SEYFERTH, 2002, 2015). Em outras palavras, o temor aos chineses tem sua representação mais significativa no uso da expressão “perigo amarelo” (TAKEUCHI, 2008; TCHEN, 2010), que vai ser associada nesse período a uma suposta inferioridade racial, uma definição que incluía especulações acerca dos pretensos “riscos” da mistura racial entre *coolies* (homens que viriam sem família) e mulheres negras ou mestiças. Daí surge a

5 Sertafy (2011) afirma que estamos nos encaminhando para a era do Pós-Occidente. Sua abordagem é a de que a emergência do “mundo pós-occidental não precisa significar o declínio do Occidente, mas a ascensão de todos os outros lugares invisibilizados no mundo”.

6 China podría ser la mayor economía del mundo para el 2030. **Portafolio**, 28 de jul. de 2019. Disponível em: <portafolio.co>. Acesso em 28/05/2020.

7 China se torna maior mercado mundial do cinema. **Istoé Dinheiro**, 23 de mai. de 2018. Disponível em: <istoedinheiro.com.br> Acesso em 28/05/2020.

dialética da minoria modelo *versus* o perigo amarelo: os imigrantes do Extremo Oriente poderiam até ser formidáveis trabalhadores, mas, ao mesmo tempo, também poderiam ser espiões e inimigos da Civilização e do Mundo Moderno e, portanto, uma ameaça para a segurança do Ocidente (KAWAI, 2005).

Dado todo o exposto, o artigo explora os discursos recentes associados a China no jornalismo brasileiro, tendo em vista o papel central dos países asiáticos e da América Latina no cenário atual de pandemia global. A partir da coleta e análise qualitativa de 12 matérias jornalísticas publicadas na mídia local entre os meses de janeiro e abril, buscamos apontar a permanência do orientalismo enquanto discurso embaixador presente em boa parte dos conteúdos analisados e, por outro lado, reforçar a importância do diálogo efetivo entre Brasil e China na construção de um mundo pós-Occidental no cenário pós-pandemia. Para tal intento, o argumento do texto desenvolve-se em três partes. Na primeira, discutimos sobre a noção de orientalismo, associando a presença da China em nosso país, bem como tal discurso veio se manifestando ao longo dos dois últimos séculos no Brasil. Já num segundo momento, apresentamos os dados coletados para a análise qualitativa e discutimos sobre os discursos presentes nos conteúdos das matérias escolhidas. Por fim, na conclusão, encaminhamos para algumas importantes considerações sobre o papel que a China tem desempenhado nas primeiras décadas do século XXI. Observamos, portanto, que independentemente de discursos pejorativos sobre a China, o país apresenta-se cada vez mais como um ator de peso elevado diante do sistema internacional atual e, justamente por isso, é interpretado como uma ameaça constante pelas “lentes” ocidentais.

2 O discurso orientalista e a presença dos chineses no Brasil

O discurso civilizatório e o imperialismo europeu, ocorridos nos séculos XIX e XX foram reforçados e legitimados a partir da representação do Oriente de forma inferiorizante e exotizada (SAID, 2007). Nesse sentido, o Oriente pode ser compreendido como um discurso inventado pela Europa com o intuito de validar as suas políticas expansionistas. Com isso, desenvolveu-se uma noção acerca de um “outro”, bárbaro e menos civilizado, em contraste com um “nós”, hegemonicamente branco, europeu e desenvolvido. Embora a teoria de Said se refira principalmente ao Oriente Médio, o seu pensamento também pode ser aplicado a países de outras regiões da Ásia, como demonstra o caso da China. Tal lógica orientalista também tem sido, ao longo de décadas, utilizada para promover hierarquias,

divisões e rivalidades dentro da própria Europa, com noções de “Europa Ocidental” e “Europa Oriental” (IMRE, 2016).

Durante muitos séculos, a China foi construída narrativamente como uma região desconhecida e misteriosa, ao mesmo tempo em que se falava acerca de certo luxo e exotismo. No Iluminismo, também existiam discursos favoráveis à China, nos quais a retratavam por sua grandiosidade. No entanto, no contexto de “modernização” do Ocidente, durante o período denominado Revolução Industrial e o “avanço” científico, utilizou-se um senso de superioridade europeu e, o que antes era visto como um modelo de desenvolvimento a ser importado para a Europa, passou a ser associado a ideias ultrapassadas, de estagnação e retrocesso (JI, 2017). Se anteriormente as civilizações asiáticas (como o império otomano, chinês e a Índia) eram vistos com certa admiração, eles passaram a ser interpretados de forma inferiorizante para que se justificasse o imperialismo que estava por seguir (JI, 2017). A categoria Oriente, portanto, é discursivamente apresentada como uma invenção que se opõe à Europa ou ao Ocidente, do ponto de vista de suas formas de pensar, valores e comportamentos.

O Orientalismo pode ser compreendido como um discurso criado para lidar com esse Oriente inventado, reforçando e validando certas visões, assim como estabelecendo uma relação de domínio do Ocidente sobre o Oriente. Nisso, eleva-se o status global do Ocidente e deprecia-se o Oriente (SAID, 2007). Dessa forma, a concepção de “eu/nós” e do “outro” se torna um motor que orienta relações de poder e práticas discursivas responsáveis por desenvolver imaginários sobre a região. Essas ideias funcionam para guiar as formas de se pensar e de se imaginar tais lugares (OLIVEIRA, 2020).

Em relação aos povos do Extremo Oriente, desenvolveu-se a noção de perigo amarelo (*yellow peril*) ao final do século XIX e início do XX, que sintetiza o temor ocidental (principalmente norte-americano nos dias atuais), de que as nações asiáticas assumam a liderança do mundo, a partir de ideias e valores que o ocidente tende a considerar como retrógrados. Essa noção foi utilizada pelo Ocidente para justificar o seu imperialismo no Leste Asiático (CHEN, 2012). Dito isso, reforçamos que o Ocidente pressupõe a existência de um “eu” civilizado e superior em contraponto a um “outro” – o Oriente -, que seria necessariamente associado à barbárie e ao perigo, sendo, portanto, entendido como inferior perante ao Ocidente. Por esses motivos, o “outro” precisa se enquadrar ou ser erradicado (OLIVEIRA, 2020).

A trajetória das imigrações no Brasil no século XIX está intimamente relacionada com o contexto descrito. A propagação de certo ideal civilizatório propagado sob a égide dos países da Europa Ocidental, no qual o caráter racista e/ou “etnicista” das políticas

migratórias do governo imperial, a partir de um ideal de modernidade, toma sua face mais aparente. No Brasil imperial, o referido discurso pode ser devidamente sentido nas práticas políticas da corte portuguesa, quando a colonização suíça, por exemplo, passa a ser justificada pela corte por visar “promover e dilatar a civilização do vasto Reino do Brasil”, como consta num decreto de Dom João VI, datado de 6 de maio de 1818. Ou mesmo quando os colonos alemães no período que antecede a abolição do tráfico de escravos eram exaltados como os imigrantes ideais, o que teria contribuído para seu suposto sucesso financeiro em terras brasileiras, a partir de uma ideia de civilidade ancorada na supremacia (“branca”) dos países da Europa Ocidental: “classificação do colono alemão como agricultor eficiente, um critério presente em toda legislação imigratória vinculada à colonização [...] o imigrante ideal, o único merecedor de subsídios, é o agricultor; mais do que isso, um agricultor branco que emigra em família” (SEYFERTH, 2002, p. 119).

De fato, as primeiras experiências migratórias dos países do Extremo Oriente no Brasil só se tornaram possíveis na segunda metade do século XIX, quando o Parlamento brasileiro aboliu o tráfico de escravos africanos em 1850 e, na década de 1870, quando foi promulgado outro ato legislativo relacionado ao fim da escravidão - a Lei do Ventre Livre -, que declarou liberdade aos filhos de escravos nascidos a partir de 1871. Tais ações deram margem a uma regulamentação mais precisa, possibilitando uma política imigratória mais agressiva, mas ainda voltada para os países da Europa Ocidental. Houve, pois, um incremento da imigração a partir daí, subordinada aos interesses do Estado (para fins de colonização) e dos grandes proprietários escravistas (que queriam colonos sob contrato de trabalho), com o aumento progressivo do volume da entrada, na medida em que avançava a campanha abolicionista (SEYFERTH, 2015). Aqui entra em cena a grande demanda de mão-de-obra dos proprietários escravistas e a discussão aberta em sociedade em torno dos aspectos desejáveis desses trabalhadores estrangeiros. É nesse cenário que a ideia de raça vai ser acionada nos discursos para justificar e selecionar aqueles que deveriam ser incluídos ou excluídos do processo de constituição da população brasileira, emergindo a figura do chinês (*chin*) como alternativa à mão de obra nativa e/ou ocidental.

Concomitantemente a esses discursos locais que emergiram na época, o sentimento racista contra os povos do Extremo Oriente, particularmente chineses, estava consolidado o suficiente na segunda metade do século XIX no mundo ocidental para que a narrativa da “invasão asiática” prosperasse nos países da América Latina, como o Brasil. A sensação de ameaça iminente, dado o retrato que era tecido pelas experiências ocorridas com os chineses em território norte-

americano (1840–1860), funda os debates em torno daquele que consideramos os dois pilares da dialética que envolve a experiência dos asiáticos diaspóricos em terras brasileiras: o mito do “perigo amarelo” e da “minoria modelo”.

Na segunda metade do século XIX, com sua densidade demográfica crescendo rapidamente (já representando $\frac{1}{4}$ da população mundial na época), seu vasto território e recursos naturais (IRELAND, 1900, p. 391), temia-se o despertar econômico da China, o qual implicaria na exclusão da “raça branca” e, portanto, dos países da chamada Civilização Ocidental da participação nas vantagens de uma possível melhoria na economia “dos povos tropicais e subtropicais”, devido à mão de obra chinesa considerada extremamente eficiente (IRELAND, 1900, p. 393). Além de legitimar guerras e ocupações em países asiáticos, a paranoia generalizada e corroborada pela elite intelectual branca (LYMAN, 2000; TAKEUCHI, 2008) culmina em eventos como o massacre chinês de 1871, no qual cerca de 500 homens brancos foram até Chinatown em Los Angeles e sistematicamente torturaram e assassinaram vinte imigrantes chineses, e também no Ato de Exclusão a Chineses de 1882 nos Estados Unidos, que impunha graves restrições e dificuldades à imigração e naturalização (TCHEN, 2010, p. 263-283), consolidando assim um período no qual o discurso da Supremacia Branca ganha força no mundo todo.

Não obstante, a mistura do fenótipo asiático com os nativos locais principalmente, em países que possuíam uma população negra substancial em decorrência da escravidão (MAHONEY, 2015, p. 125) como o Brasil e os Estados Unidos, era um fator de extrema preocupação. Ambos os países naquela época precisavam de força laboral que substituiria a mão de obra escrava, mas houve um intenso debate no emprego de corpos asiáticos devido à empreitada racista em busca da “pureza de raça”. Em outras palavras, a repulsa aos chineses e, posteriormente, aos japoneses tem sua representação mais significativa no uso da expressão “perigo amarelo”, que vai ser associada nesse período a uma suposta inferioridade racial, uma definição que incluía especulações acerca dos pretensos “riscos” da mistura racial entre *coolies* (homens que viriam sem família) e mulheres negras e mestiças (SEYFERTH, 2002).

É só com o fim da escravidão (em maio de 1888) e a queda da Monarquia brasileira dando lugar à República (novembro de 1889) que um tom mais eficiente passa a ser aplicado à política imigratória brasileira voltada ao “amarelo” (DEZEM, 2005; 2014). Neste contexto, a imigração japonesa parecia mais adequada e/ou desejável quando comparada à chinesa, principalmente, devido ao projeto imperialista do Japão junto aos países vizinhos, sobretudo na China, o que contribuía para uma imagem alinhada aos interesses dos países

ocidentais. Mais do que isso: “na busca dessa igualdade em relação aos olhos do Ocidente, o Japão pretendia ser reconhecido como país “não-asiático”, principalmente em termos raciais, buscando dessa forma se diferenciar da China e dos chineses, constantemente confundidos com os japoneses em terras latino-americanas” (DEZEM, 2014, p. 08).

No Brasil, o discurso orientalista representado pelo mito do perigo amarelo e da minoria modelo vai assumir diversas formas e apresentar várias faces ao longo dos dois últimos séculos, dando um tom todo particular à trajetória dos povos do Extremo Oriente em nosso país. Tratando-se de discursos político-ideológicos, são considerados aqui enquanto narrativas que apresentam um variável grau de mutabilidade e dependem inteiramente da conjuntura política daquele dado período histórico. No entanto, o princípio basilar desses acionamentos ao longo da história é sempre atribuir ao Extremo Oriente um papel de inimigo, ameaça comum, ou até mesmo, uma docilidade um tanto débil, na maioria das vezes racializadas, conforme veremos a seguir.

3 Análise de dados: abordagens do jornalismo brasileiro sobre a China

A metodologia de análise neste artigo consistiu na coleta de textos jornalísticos através da ferramenta Google News a partir da busca de 3 palavras-chaves: “China”, “racismo” e “xenofobia”. Nessa busca, obtivemos uma amostra significativa de resultados que, segundo a plataforma, correspondeu aos 100 textos mais relevantes do último ano. A partir desse material, fizemos uma seleção manual das notícias, visando um recorte mais preciso para a pesquisa, na qual foram utilizados os seguintes critérios: 1) o material deveria ser aberto ao público, ou seja, não era necessário (no momento da coleta) ter assinatura ou cadastro no site da notícia/artigo; 2) ter sido publicado entre dezembro de 2019 e abril de 2020; 3) fazer parte do grupo de sites de notícias com o maior número de publicações sobre o tema, ou seja, cada site selecionado possui 8,3% (n=3) de artigos cada. Os sites que figuraram nesta amostra foram os seguintes: R7, G1, Uol e Brasil de Fato. Através desse recorte mais preciso, foi possível observar de maneira contundente os traços do orientalismo nos discursos apresentados, bem como contextualizar as menções que são feitas à China, aos chineses, aos asiáticos amarelos e seus descendentes no atual cenário de pandemia. Como exemplo introdutório, destacamos esse trecho da matéria publicada em 5 de fevereiro de 2020 no UOL:

Nas redes sociais [digitais], usuários de ascendência asiática têm publicado agressões verbais e ofensas em locais públicos, em especial em lugares fechados, como ônibus e vagões de metrô, além de piadas relacionadas à higiene (TEIXEIRA, 2020).

8 SENTIMENTO ANTI-CHINA SE
ESPALHA NO EXTERIOR JUNTO
COM CORONAVÍRUS, 2020

Já a matéria jornalística “Sentimento anti-China se espalha no exterior junto com coronavírus” (2020) publicada em 1º de janeiro de 2020 pelo R7, teve como foco noticiar a relação da China com outros países asiáticos. A matéria destaca as relações diplomáticas e políticas complicadas que a China mantém nessa região e destaca que o coronavírus surgiu em um mercado de “carnes exóticas”. O grande problema em relação a essa expressão é que o termo “exótico” se revela inapropriado. Embora haja relatos de que tais carnes vendidas no mercado mencionado sejam consumidas por uma parcela muito pequena da população local, a expressão serve para descrever aquilo que não é comum ou natural no país de quem está utilizando o termo, ou seja, transforma os hábitos alimentares de um local em universalmente “exóticos”.

Na referida matéria, notamos como o sentimento “anti-China” na Ásia aparece como consequência de disputas entre os países da região. No entanto, é possível perceber que, para além de uma simples disputa por uma suposta liderança econômica, política e/ou cultural, há o aproveitamento de determinados discursos discriminatórios contra asiáticos, sendo reproduzidos por pessoas asiáticas de outros países com o objetivo de atacar e enfraquecer a China: “Como seu país está começando a espalhar doenças... não aceitamos servir hóspedes da China” (aviso de um hotel no Vietnã); “Pare de comer morcegos” (Tailândia; comentário no Twitter). Fora da Ásia, o “sentimento anti-China” aparece como consequências da percepção orientalista sobre o país:

Em lugares distantes como a França, um jornal foi criticado por sua manchete “Alerta Amarelo”, ecoando termo racista ocidental “Perigo Amarelo”, usado para semear o medo da influência asiática, enquanto autoridades e escolas em Toronto, no Canadá, alertaram contra a discriminação em relação a canadenses de origem chinesa. “Pressupostos orientalistas, desconfiança política e preocupações com a saúde são uma combinação bastante poderosa”, disse Charlotte Setijadi, antropóloga e professora da Universidade de Administração de Cingapura⁸.

No Brasil, observa-se que a xenofobia é manifestada através do racismo uma vez que normalmente estrangeiros periféricos e/ou não-brancos são alvos comuns, enquanto os estrangeiros de países centrais (principalmente brancos) são privilegiados (POZZA, 2016). Inclusive, boa parte dos textos analisados carregam essa denúncia sem, no entanto, definir precisamente a diferença e a

relação entre os conceitos de xenofobia e racismo. Isso se deve à racialização das nacionalidades cujas representações tendem a definir sujeitos com determinados fenótipos como pertencentes a determinados países, ainda que a população mundial tenha passado por intensas transformações e fluxos migratórios nos últimos séculos (AUTOR 3, 2019).

Na mesma direção, a matéria “Pandemia de coronavírus gera surto de racismo contra asiáticos” (2020), publicada em 15 de março de 2020 pelo R7, destaca que os asiáticos amarelos tornaram-se o “rosto” da pandemia. Ainda que se fale sobre a doença em diversas partes do mundo e que seja transmitida por pessoas de outros grupos étnico-raciais, a notícia destaca que existe uma grande tendência a utilizar fotos de asiáticos amarelos para referir-se à doença e de chamá-la de “coronavírus chinês”.

Quando a doença enfim chegou ao país, no final de fevereiro, veio importada da Itália. Dos 52 casos confirmados no Brasil, nenhum veio da China. Ainda assim, a comunidade asiática no Brasil foi alvo de comentários racistas ⁹.

De fato, as notícias da nossa amostra, de maneira geral, apontam para a tendência de depositar a culpa do vírus nos chineses e a tentativa de responsabilizá-los pela propagação da doença. Isso evidencia uma estratégia de líderes mundiais de se livrarem da responsabilidade de arcar com as melhorias de seus respectivos sistemas de saúde e não entrarem em discussões sobre as falhas desses sistemas que não estão preparados para atender à população massivamente, afinal, boa parte dessa população tem seus direitos negados e é superexplorada. Por outro lado, as denúncias de racismo e xenofobia contra “amarelos” encontradas em nossa análise vêm acompanhadas de uma certa necessidade de comparação entre esse grupo étnico-racial e outros não-brancos conforme a matéria “Surto de coronavírus lembra racismo e xenofobia contra orientais no Brasil” (2020) publicada em 2 de fevereiro de 2020 pelo UOL revela:

A intensidade das violências simbólica e física contra orientais é incomparavelmente menor do que aquelas sofridas por negros e indígenas - vítimas de genocídios e assassinados por serem quem são, nas periferias das cidades e do campo. Ao mesmo tempo, descendentes de orientais podem desfrutar de privilégios que negros e indígenas não chegam nem perto por conta de sua cor de pele. Isso não significa, contudo, que indivíduos desses grupos não sejam alvos (SAKAMOTO, 2020).

Evidentemente, cada grupo étnico-racial enfrenta desafios importantes que devem ser observados na sociedade brasileira, no

entanto, defendemos que não há “privilégios” como costuma-se pensar, e sim concessões. Concessões essas que podem ser conquistadas através de articulações políticas do próprio grupo em questão, mas que na maioria das vezes fogem ao controle do não-branco devido ao racismo estrutural (e internacional). Com isso, para alimentar o afastamento entre não-brancos (negros, indígenas e “pardos”), vistos como legitimamente brasileiros (SCHUCMAN, 2012; SOVIK, 2010), narrativas orientalistas podem ser utilizadas como forma de violência conforme outro trecho da referida matéria demonstra: “negros não são sujos porque foram escravizados”. Por isso, nos interessa destacar que através da percepção orientalista, os amarelos no Brasil podem ser enquadrados através de concessões (como a expressão “minorias modelo” demonstra), contudo permanecem no imaginário brasileiro como o eterno estrangeiro (e/ou atual “perigo amarelo”) dada a pandemia:

As demonstrações de preconceito nas redes sociais [digitais] por conta do coronavírus somou-se, recentemente, a ignorância orgulhosa presente nas ofensas ao jogador japonês Keisuke Honda, nova aquisição do Botafogo para temporada, e ao youtuber Pyong Lee, descendente de coreanos e participante do Big Brother Brasil. Ou ainda as declarações do presidente da República, destilando xenofobia e racismo sobre a jornalista Thaís Oyama, autora de uma publicação sobre o primeiro ano de seu governo. «Esse é o livro dessa japonesa, que eu não sei o que faz no Brasil, que faz agora contra o governo.» Detalhe: ela nasceu em Mogi das Cruzes (SP). (SAKAMOTO, 2020).

Com efeito, políticos de várias partes do mundo como o presidente Jair Bolsonaro e seu filho, o deputado Eduardo Bolsonaro, vêm utilizando a desinformação através da propagação de notícias falsas como ferramenta que propaga o desprezo da China e de povos “amarelos” em larga escala. A matéria “Bolsonaro e seus robôs: como funciona a propagação de fake news sobre o coronavírus” (SOUZA, 2020), publicada em 3 de abril de 2020 no Brasil de Fato, destaca que é possível observar vínculo direto entre desinformações de cunho político e os discursos do presidente, sobretudo, quanto ao fato de Bolsonaro afirmar que se trata de um “plano deliberado chinês para abaixar os mercados do mundo, comprar empresas a preços baixos e dominar o mundo” (SOUZA, 2020). Dessa forma, os discursos de tais políticos são carregados de contradições. Se em determinados momentos culpabilizam a China como se tratasse a pandemia com seriedade, em outros, ao serem convidados a investir tempo e dinheiro para tratar e prevenir a doença, eles se omitem como se a doença não fosse um grande problema. Na matéria publicada em 1º de março de 2020 pelo G1, acompanhamos o referido relato:

Isso é desnecessário e dói muito, porque não é o ataque contra os orientais que vai prevenir a doença. Até agora vi poucas campanhas de conscientização vinda de autoridades e de médicos. A população ainda tem pouca informação. Eles precisam saber que a xenofobia e o preconceito não é a resposta¹⁰.

Na matéria “Em carta aberta China oferece ajuda ao Brasil contra o coronavírus” (2020) publicada em 27 de março de 2020 pelo site R7, observamos que atacar o ‘outro’ imaginado vem sendo uma estratégia amplamente utilizada pelos governos e políticos em diversos países para se livrarem da responsabilidade de lidar com a pandemia. E, como parte de tal estratégia, aparecem uma série de argumentos que promovem o ódio contra a China, chineses e amarelos: falta de transparência do governo Chinês, apesar de estar compartilhando desde dezembro dados científicos com a OMS sobre o coronavírus (XIAOJUN et al, 2020); que os chineses têm maus hábitos alimentares e de higiene; que se os chineses forem expulsos a doença acaba; que os chineses são racistas também (com negros principalmente), dentre outros. Conforme a matéria publicada em 04 de abril de 2020 pelo Brasil de Fato:

‘A reação da mídia e de alguns governos ocidentais tem sido a de propagar a ideia de que este vírus é uma criação chinesa; com ideias racistas sobre que de alguma forma o povo chinês é culturalmente responsável pelo surgimento deste vírus’, afirmam no abaixo-assinado (MELITO, 2020).

Ao final desta análise, portanto, trazemos uma importante preocupação que nos cabe no momento: após o surto da doença, como será o tratamento dado aos amarelos no Brasil e no mundo? Essa matéria do G1 de 07 de março de 2020 aponta para possíveis cenários:

[...] se a epidemia for controlada até abril deste ano, a recuperação do potencial de consumo dos chineses só deve acontecer em 2023. “O próprio preconceito que chineses e asiáticos estão sofrendo podem tornar a recuperação ainda mais difícil. Por conta da xenofobia, eles podem evitar viajar para outros países por medo de represálias mesmo com o surto controlado” (PAIVA, 2020).

Além disso, como podemos aproveitar o conhecimento sobre orientalismo, empregado no tratamento anti-China, para refletir sobre as relações estabelecidas entre as periferias mundiais? Pois, em prol de se aproximarem dos países centrais, atacam umas às outras, tanto em situações “micro” (interpessoais) quanto nas “macro” (institucionais) tal como foi exposto em alguns de nossos exemplos.

4 Apontamentos finais

O século XXI tem sido palco de um visível declínio da hegemonia do Mundo Ocidental, na medida em que outros países vêm adquirindo maior influência política, econômica e cultural, como ilustra o caso da China. Conforme nossa análise demonstrou, boa parte dos veículos jornalísticos no Brasil parecem reforçar e/ou recuperar narrativas orientalistas que buscam interpretar a China como “um outro”, diferente e distante de um “nós”, “branco e ocidental”. Isso demonstra que, na medida em que a China conquista posições de destaque e de liderança diante do atual sistema global, tais percepções de uma “ameaça chinesa” (JI, 2017) se fazem mais presentes e mais fortes na mídia ocidental, que temem uma perda ou divisão de poder no mundo que se apresentará nos próximos anos do século XXI. Por isso, os recentes avanços da pandemia do novo coronavírus se apresenta como mais um obstáculo que o governo de Pequim terá que enfrentar diante de um mundo hostil que vem apostando em narrativas de culpabilização da China pelos danos causados pelo COVID-19 como forma de desviar a atenção de seus próprios problemas.

Na medida em que a China se desenvolve economicamente e reivindica o protagonismo em um cenário pós-ocidental, as narrativas ocidentais tendem a intensificar esse caráter de uma China “assustadora” e, muitas vezes, “inferior”. No entanto, observamos alguns movimentos que apontam para uma reação chinesa no que diz respeito a combater essas narrativas pejorativas. Sob a liderança do atual presidente Xi Jinping, a China tem investido em estratégias que tem a mídia como um dos elementos centrais (RAHMAN, 2019) para enfrentar a propagação de conteúdo depreciativo sobre sua nação. Nesse sentido, a China disputa um espaço para que possa apresentar a sua própria versão dos fatos.

Por fim, reforçamos que a partir do *corpus* selecionado para a pesquisa, percebemos que as narrativas brasileiras que têm circulado sobre a China durante o período da pandemia também procuram inferiorizá-la ou exotizá-la. Acreditamos que essa cobertura torna-se particularmente problemática por estar sendo veiculada no Brasil: um país cuja sociedade ainda sente na pele os reflexos de um passado escravocrata e colonial, mas que tenta se enxergar “europeu” em sua identidade. Nesse sentido, o preconceito contra amarelos se revela apenas mais uma das camadas existentes em seu racismo estrutural.

REFERÊNCIAS

BANIDOS DE HOTÉIS, EXCLUÍDOS DE ESCOLAS, VÍTIMAS DE COMENTÁRIOS RACISTAS: coronavírus provoca histeria mundial contra chineses. G1, 30 de jan. de 2020. Disponível em: <g1.globo.com> Acesso em: 23 de abr. de 2020.

BRASILEIRA É ALVO DE BULLYING POR CONTA DE CORONAVÍRUS: ‘me senti humilhada’. G1, Santos, 01 de mar. de 2020. Disponível em: <g1.globo.com> Acesso em: 23 de abr. de 2020.

CHAGAS, Rodrigo. **Bolsonaro e seus robôs: como** | Uma visão popular do Brasil e do mundo. Brasil de Fato, 03 de abr de 2020. Disponível em: <brasildefato.com.br>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

CHEN, An. On the Source, Essence of “Yellow Peril” Doctrine and Its Latest Hegemony “Variant”—the “China Threat” Doctrine: From the Perspective of Historical Mainstream of Sino-Foreign Economic Interactions and Their Inherent Jurisprudential Principles. **The Journal of World Investment & Trade**, v. 13, n. 1, p. 1-58, 2012.

CHINA PODRÍA SER LA MAYOR ECONOMÍA DEL MUNDO PARA EL 2030. Portafolio, 28 de jul. de 2019. Disponível em: <portafolio.co>. Acesso em 28/05/2020.

CHINA SE TORNA MAIOR MERCADO MUNDIAL DO CINEMA. Istoé Dinheiro, 23 de mai. de 2018. Disponível em: <istoedinheiro.com.br> Acesso em 28/05/2020.

DEZEM, Rogério. **Matizes do ‘Amarelo’. A gênese dos discursos sobre os orientais no Brasil (1878-1908)**. São Paulo; Humanitas – USP/FAPESP, 2005.

_____. O início da imigração japonesa para a América Latina: um breve histórico. **Burajiru Kenkyuu / Revista de Estudos Brasileiros** (Universidade de Osaka), v. 10, p. 121-145, 2014.

EM CARTA ABERTA, CHINA OFERECE AJUDA AO BRASIL CONTRA O CORONAVÍRUS. R7, 27 de mar. de 2020. Disponível em: <noticias.r7.com>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

IMRE, Anikó. The Imperial Legacies of Television within Europe. **Television & New Media**, 2016.

IRELAND, Alleyne. Commercial Aspect of the Yellow Peril. **The North American Review**, v. 171, n. 526, p. 389–400, 1900.

Ji, Fengyuan. The West and China: discourses, agendas and change. **Critical Discourse Studies**, v. 14, n. 4, p. 325–340, 2017.

KAWAI, Yuko. Stereotyping Asian Americans: The Dialectic of the Model Minority and the Yellow Peril. **The Howard Journal of Communications**, v. 16, n. 2, p. 109-130, 2005.

LYMAN, Stanford M. The “Yellow Peril” Mystique: Origins and Vicissitudes of a Racist Discourse. **International Journal of Politics, Culture and Society**, v. 13, n. 4, p. 683–747, 2000.

MAHONEY, Josef G. “Orientalism”, “Yellow Peril,” and the “New Yellow Journalism”. **Fudan Journal of Humanities and Social Sciences**, v. 9, n. 1, 2015.

MELITO, Leandro. **Organizações de 20 países** | Uma visão popular do Brasil e do mundo. Brasil de Fato, 18 de fev. de 2020. Disponível em: <brasildefato.com.br>. Acesso em: 28 de mai. de 2020.

OLIVEIRA, Alana. Uma “imagem” vale mais do que mil palavras: a visão internacional sobre a China em tempos de coronavírus. **Diálogos Internacionais**, v. 7, n. 69, 2020.

PAIVA, Deslange. **Chineses devem suspender planos de viagem e turismo internacional pode perder até US\$ 73 bilhões**. G1, 07 de mar. de 2020. Disponível em: <g1.globo.com>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

PANDEMIA DE CORONAVÍRUS GERA SURTO DE RACISMO CONTRA ASIÁTICOS. R7, 15 de mar. de 2020. Disponível em: <noticias.r7.com>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

POZZA, Natália Flores Dalla. O racismo e a xenofobia no fenômeno migratório analisados pela égide do pensamento colonial e a (in) atividade do poder público frente a essas práticas. **XII Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na sociedade contemporânea**. II Mostra Nacional de Trabalhos Científicos, 2016.

PUTTI, Alexandre. **Eduardo Bolsonaro culpa China pelo coronavírus e embaixada responde: ‘contraiu vírus mental’**. Carta Capital. 19 de março de 2020. Disponível em: <cartacapital.com.br>.

Acesso em: 18 de maio de 2020.

RAHMAN, Saifur. China's Foreign Policy and Its Choice for Cultural Soft Power: The Tools. **Social Change Review**, 17, 1-26, 2019.

SAKAMOTO, Leonardo. **Surto de coronavírus lembra racismo e xenofobia contra orientais no Brasil**. Uol, 02 de fev. de 2020. Disponível em: <noticias.uol.com.br> Acesso em: 23 de abr. de 2020.

SAID, Edward. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. Editora Companhia das Letras, 2007.

SATEL, Sally. **Inside the Controversy over 'the Chinese Virus'**. National Review. 23 de março de 2020. Disponível em: <nationalreview.com>. Acesso em: 18 de maio de 2020.

SCHUCMAN, Lia Vainer. **Entre o "encardido", o "branco" e o "branquíssimo": raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana** / Lia Vainer Schucman; orientadora Leny Sato. São Paulo, 2012.

SENTIMENTO ANTI-CHINA SE ESPALHA NO EXTERIOR JUNTO COM CORONAVÍRUS. R7, 30 de jan. de 2020. Disponível em: <noticias.r7.com>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

SERFATY, Simon. Moving into a post-Western world. **The Washington Quarterly**, v. 34, n. 2, p. 7-23, 2011.

SEYFERTH, Giralda. Colonização, imigração e a questão racial no Brasil. **Revista USP**, n. 53, p. 117-149, 2002.

_____. O estado brasileiro e a imigração. In: **Caminhos da Imigração: memória, integração e conflitos**. 2 ed. – E-book – São Leopoldo: Oikos, 2015.

SOUZA, Marina Duarte de. **Bolsonaro e seus robôs: como funciona a propagação de fake news sobre o coronavírus**. Brasil de Fato, 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/04/03/bolsonaro-e-seus-robos-como-funciona-a-propagacao-de-fake-news-sobre-o-coronavirus>. Acesso em: 25 set 2020.

SOVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco** / Liv Sovik. - Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009.

TAKEUCHI, Marcia Yumi. **O Perigo Amarelo: imagens do mito**,

realidade do preconceito (1920-1945). São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2008.

TCHEN, John Kuo Wei. Notes for a History of Paranoia: “Yellow Peril” and the Long Twentieth Century. **The Psychoanalytic Review**, v. 97, Special Issue: Politics and Paranoia, 2010.

TEIXEIRA, Lucas Borges. **Não é piada:** usar coronavírus para discriminar oriental é crime. Uol, 05 de fev. de 2020. Disponível em: <noticias.uol.com.br> Acesso em: 30 de abr. de 2020.

XIAOJUN, Du; PRASHAD, Vijay; ZHU, Weiyan; MANÇANO, Luiza. Artigo | **O papel da China** | Uma visão popular do Brasil e do mundo. Brasil de Fato, São Paulo, 04 de abr. de 2020. Disponível em: <brasildefato.com.br>. Acesso em: 23 de abr. de 2020.

ZAKARIA, Fareed. **O mundo pós-americano.** São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

RECEBIDO EM: 29/05/2020 ACEITO EM: 08/07/2020

Coronavirus fake news in Russia: specificity and criteria for detection

Abstract: The paper examines special features of fake news about COVID-19 published in Russian social media. Based on the literature review and the analysis of fake news stories circulating in Russian social media and related to COVID-19, the criteria for fake news detection were developed: aim, wide circulation online, public interest, aggressive techniques of dissemination, outrageous nature, falsity, intentionality, low quality, simple ways of problems decision, encouraging readers to share the article, “screaming” headlines.

Keywords: fake news, pandemic, social media, coronavirus, COVID-19



Olga Demushina¹
Yulia Semikina²

1 Volgograd Institute of Management, branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration, Department of Public and Municipal Administration

2 Volgograd Institute of Management, branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration, Department of Public and Municipal Administration

Coronavírus e fake news na Rússia: especificidade e critérios de detecção

Resumo: O artigo analisa as características das fake news sobre COVID 19 publicadas nas redes sociais da Rússia. A partir da revisão de literatura e análise das narrativas de fake news que circulam nas mídias sociais da Rússia, relacionadas à COVID 19, foram desenvolvidos critérios para a evidência das características: objetivo, abrangência da circulação online, interesse do público, técnicas agressivas de disseminação, natureza ofensiva, falsidade, intencionalidade, baixa qualidade, modos simplificados de decisão de problemas, incentivo ao compartilhamento do texto e títulos “gritantes”.

Palavras-chave: fake news, pandemia, redes sociais, corona vírus, COVID-19

Coronavirus y fake news en Rusia: especificidad y criterios de detección

Resumen: El texto analiza las características de las fake news sobre COVID 19 publicadas en las redes sociales de Rusia. A partir de la revisión

de la literatura y el análisis de las narrativas de fake news que circulan en los medios sociales en Rusia, relacionadas con COVID 19, se desarrollaron criterios para evidenciar las características: objetivo, alcance de circulación on line, interés público, técnicas agresivas de difusión, carácter ofensivo, falsedad, intencionalidad, baja calidad, formas simplificadas de resolver problemas, fomento al intercambio de textos y títulos “sensacionalistas”.

Palabras clave: noticias falsas, pandemia, redes sociales, virus corona, COVID-19

Introduction

In recent years, fake news has become a very common media phenomenon. The internet contributed very much to this fact by providing various and cheap distribution channels such as discussion forums, website comment fields, blogs, and social media websites. High-speed data transfer, an absence of boundaries, impossibility of censorship and control made circulation of fake news fast and easy.

Coronavirus (COVID-19) started spreading in China in December 2019 and has become a serious problem all over the world. The spread of the disease is accompanied by a large amount of inconsistent information, including misinformation and rumors. According to WHO Director-General T. Ghebreyesus, the world is not just fighting an epidemic, but also an infodemic (Zaroncostas 2020). The distribution of fake news can be dangerous for any country, as it causes a panic and leads to economic and political destabilization.

States are trying to combat fake news dissemination. In 2019, a new law was adopted in Russia which allows punishment of individuals and media with fines for the spread of fake news. Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media is a governmental agency whose functions are to check facts presented in the news and if necessary to stop this news from being published or even block the social media. A court decision is necessary to fine individuals and social media for spreading fake news. Despite these measures the fake news problem remains urgent and relevant.

The aim of the paper is to provide an original analysis of coronavirus fake news circulating in Russian social media to identify their specific features, and criteria for detection. The articles which had had the most impact on readers were chosen for the analysis. The outcomes of the analysis will help governments to develop an effective policy to combat this challenge.

The paper is structured as follows: Section 2 reviews the fake news related literature, Section 3 presents the methodology, Section 4 analyses the empirical results obtained, and Section 5 presents the conclusion.

Fake news definitions

Researchers and experts argue that fake news has always existed. However, there is no agreed definition of the term “fake news”. Two approaches to understanding to the concept have been identified. In a broader sense, all false information can be called fake news including satire (Brewer, Young & Morreale 2013; Balmas 2014; Rubin, Conroy, Chen, & Cornwell 2016). According to a narrow definition, only false information created with dishonest intention to mislead consumers is considered to be fake news (Conroy, Rubin & Chen 2015; Allcot, Gentzkow 2017; Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu 2017). The most commonly used definitions are summarized in Table 1.

Table 1. The most commonly used definitions of fake news

Lazer, Baum, Benkler, Berinsky, Greenhill, Menczer (2018)	Fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent.
Allcot, Gentzkow (2017)	News articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers
Bakir, McStay (2018)	Either wholly false or containing deliberately misleading elements incorporated within its content
Digital Forensic Research Lab (2018)	Deliberately presenting false information as news
Klein & Wueller (2017)	The online publication of intentionally or knowingly false statements of fact
Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu (2017)	Low quality news with intentionally false information
Golbeck, Mauriello, Auxier, Bhanushali, Bonk, Bouzaghrane, & Falak (2018)	Fake news is information, presented as a news story that is factually incorrect and designed to deceive the consumer into believing it is true
Oremus (2017)	Information that is designed to be confused with legitimate news and is intentionally false

As we can see, all the definitions include similar characteristics which are considered from different perspectives. The phenomenon of fake news requires theoretical understanding. It is necessary to determine how fake news threatens society. In the post-truth era facts are less valuable than the public response they provoke. And moreover, people create multiple versions of the same facts that can be attributed to fake news.

Classification of fake news makes it possible to understand manipulative potential of the impact they produce on people. Fake news can be divided into three groups according to the degree of unreliability of information. The first group consists of completely false (unreliable) news. The credibility of such news depends on the intellectual and cultural level of the target audience. The second group is partially false news, which selectively covers events. Some information is obviously unreliable. People compare all the news and

start believing fakes. When the news contains true and false data, people find it difficult to understand the real facts. Public danger of this type of news is rather impressive, because the perceiving audience does not realize the manipulative techniques used by creators of such fakes. The third group consists of news, which distorts the meaning of an event. The creators of fake news use quotes, taken out of context, or not quoted in full but selectively. It is the fake that is difficult to prevent. Even experienced people tend to believe it.

Fake news can be classified according to readers' perception of accuracy of facts. The first group includes texts which are obvious fakes. The second group consists of fake news which presents the facts in such a way that readers believe them but feel the need to check data. The third group includes the texts which are so similar to the truth, that few people have doubts in their reliability.

Based on the classifications, we have summarized the views of contemporary scholars on the integral features of fake news and present them in Table 2.

Table 2. Features of fake news

Features of fake news	Source
Wide circulation online	Bounegru, Gray, Venturini, & Mauri (2018)
Public interest	Randall (2016); Fraga-Lamas, & Fernández-Caramés (2020)
Aggressive techniques of dissemination	Fraga-Lamas, & Fernández-Caramés (2020); Urazova, S.L., Lazutova N.M., Volkova I.I., Algavi, L.O., Delfino, D.A. (2019).
Outrageous nature	Tandoc Jr, Zheng Wei Lim, Ling (2018)
Falsity (false facts, imitation of a trusted account)	Klein & Wueller (2017); Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu (2017)
Intentionality	Klein & Wueller (2017); Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu (2017)
Low quality (information, language)	Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu (2017)
Simple ways of problems decision	Feldman, P. Ya. (2019); Urazova, S.L., Lazutova N.M., Volkova I.I., Algavi, L.O., Delfino, D.A. (2019).
Aim (intentional impact on the target audience (to spread panic, frighten, induce to buy something or do something, encourage to create news content, to attract attention, to cause aggression)	Balchugov, A.V., Lobastov, A. N., Pakhomova, E. A., Fomenkov, A. A. (2019)
Encouraging readers to share the article	Volkova, I. I., Budovskaya, Yu. V. (2012); Urazova, S.L., Lazutova N.M., Volkova I.I., Algavi, L.O., Delfino, D.A. (2019).
“Screaming”/ panic headline	Volkova, I. I., Budovskaya, Yu. V. (2012)

Methods and description of the criteria

The first step of our research was to analyze the concept “fake news” This helped to identify a common understanding of the phenomenon by scholars from different countries. On the base of

definitions we identified criteria and developed a classification of fake news. It has provided a tool for highlighting the main features of fake news about Covid-19. On the base of developed criteria we analyzed 15 pieces of news published for the period February – May 2020. We chose the news which has achieved the greatest public impact in Russia, was the subject of intense discussion, but was refuted later by official sources.

Some criteria provide information not only about the content of fake news but also about its increasing demand. This criterion is marked with a sign (+++; ++; +).

² Amostra, chamada para acompanhar a cobertura completa.

Table 3. Gradation of criteria for analysis

critério	maximum level	moderate level	minimum level	zero level
degree of intensity	+++	++	+	-

* **Wide circulation online:** This criterion makes it possible to understand which media are used to spread fake news.

* **Public interest:** The criterion let us reveal if the readers were interested with the text (the number of people who browsed the fake news; comments; discussions).

* **Aggressive techniques of dissemination:** Using this criterion we can identify the tools through which fake news in Russia was disseminated and evaluate the degree of their aggressiveness and willingness to impose their wishes.

* **Outrageous nature:** This criterion helps to obtain data about types, practices and examples of manipulation used by the creators of fake news.

* **Falsity:** This category assesses correctness and validity of the information presented in the fake news.

* **Intentionality:** Using this category we assess, the fake news was spreading deliberately, or it is a result of a mistake.

* **Low quality (content, language):** The criterion provides data which help to understand why the quality of the text dropped off

* the content (inconformity to scientific facts, distortion of facts, completely false facts)

* language (the penury of the language, verbal, grammar and speech mistakes).

* **Aim:** The content of fake news helps to determine the creator's intention.

* **Encouraging readers to share the article:** The criterion gives an opportunity to evaluate if there was a request to share the news with other people or through links to social media.

* **“Screaming”/ panic headline:** It helped to understand to what extent the headline was attractive for readers.

Results

In order to identify the main features of fake news in Russian social media, we conducted an analysis of controversial news which was related to COVID-19 and has achieved the greatest public impact in Russia. On the base of developed criteria we analyzed 15 pieces of news. The results are presented in Table 4.

Table 4. Analysis of fake news published in Russian social media. Part 1

N	Fake news	Wide circulation online	Public interest	Aggressive techniques of dissemination	Outrageous nature	Falsity	Intentionality
1	Windows and doors should remain closed as helicopters spray disinfectant into the air to eradicate the coronavirus	Facebook WhatsApp	++	++	++	F	Yes
2	Bill Gates wants to use coronavirus vaccines to implant microchips in people	Moskva 24, Zavrtra, Besogon YouTube	+++	+++	+++	F	Yes
3	Coronavirus is biological weapon created artificially	Kommersant	+++	+++	+++	F	Yes
4	The first infected Chinese got COVID-19 from bats which were sold in markets for human consumption	Ridus, mk.ru, kommersant.ru	++	+	++	F	Yes
5	US army brought the epidemic to Wuhan	Twitter Facebook	+	+	++	F	Yes
6	Covid-19 appeared as a result of contact with the artificially synthesized bacterium Cynthia	9111.ru, aif.ru, You Tube, pronedra. ru	+++	+++	+++	F	Yes
7	Consumption of garlic and ginger can help coronavirus patients	Facebook WhatsApp	+	+	+	F	Yes
8	The Simpson episode predicted coronavirus pandemic	medialeaks.ru	+	+	+	F	Yes
9	Stray dogs and cats are being rounded up and killed in Moscow to fight the coronavirus outbreak	varlamov.ru	++	++	+++	F	Yes
10	Stanford university recommendations to drink more liquid as it can wash it down into the stomach. Once there, the stomach acid will kill the virus	Facebook	+	+	+	F	Yes

11	Moscow will be completely shut down	Vkontakte Online news website “Vedomosti”	+++	++	+++	F	Yes
12	Cristiano Ronaldo has transformed his chain of hotels into coronavirus treatment centres	Komsomolskaya Pravda	++	+	+	F	Yes
13	Moscow authorities will order all the men of the capital to shave the beards and mustache to protect them from Covid-19	Newsland, Moskva 24	++	+	+	F	Yes
14	Sauna can kill the coronavirus	Facebook	+	++	+	F	Yes
15	The coronavirus does not exist. In fact, it is a variety of usual influenza	Snatch, Fishki.net, Woman.ru	+++	+++	+++	F	Yes

Table 4. Analysis of fake news published in Russian social media. Part 2

N	Fake news	Low quality (content, language)	Simple ways of problems decision	Aim	Encouraging readers to share the article	“Screaming”/ panic headline	Visuality of fake news
1	Windows and doors should remain closed as helicopters spray disinfectant into the air to eradicate the coronavirus	Content ++	+++	to spread panic, frighten	+++	+++	–
2	Bill Gates wants to use coronavirus vaccines to implant microchips in people	Language +	+++	to spread panic, frighten	+++	+++	a photo
3	Coronavirus is biological weapon created artificially	Content +++	+	to spread panic, frighten	+++	+++	a photo
4	The first infected Chinese got COVID-19 from bats which were sold in markets for human consumption	Content ++	+	to encourage to create news content	++	+++	a photo
5	US army brought the epidemic to Wuhan	Content +++	+	to cause aggression	++	+++	a photo
6	Covid-19 appeared as a result of contact with the artificially synthesized bacterium Cynthia	Language +++	+++	to spread panic, frighten	+++	+++	montage
7	Consumption of garlic and ginger can help coronavirus patients	Language +++	+++	to induce to buy something or do something, to attract attention	+++	+++	illustrations

8	The Simpson episode predicted coronavirus pandemic	Language +++	++	to encourage to create news content, to attract attention	+++	++	illustrations
9	Stray dogs and cats are being rounded up and killed in Moscow to fight the coronavirus outbreak	Language +	+++	to cause aggression, to attract attention	+++	+++	–
10	Stanford university recommendations to drink more liquid as it can wash it down into the stomach. Once there, the stomach acid will kill the virus	Content +++	+++	to induce to buy something or do something	+++	++	a diagram
11	Moscow will be completely shut down	Language +	+++	to spread panic, frighten, to encourage to create news content	+++	++	illustrations
12	Cristiano Ronaldo has transformed his chain of hotels into coronavirus treatment centres	Content ++	++	to encourage to create news content, to attract attention	++	++	a photo
13	Moscow authorities will order all the men of the capital to shave the beards and mustache to protect them from Covid-19	Language ++	+++	to cause aggression, to encourage to create news content	++	+++	a photo
14	Sauna can kill the coronavirus	Language +++	+++	to induce to buy something or do something	+++	+++	illustrations
15	The coronavirus does not exist. In fact, it is a variety of usual influenza	Content +++	+++	to cause aggression, to attract attention	+++	+++	a diagram

On the base of the analysis we can conclude the following: researchers indicate a few reasons why social media platforms may be especially conducive to fake news. First, on social media, the fixed costs of entering the market and producing content are vanishingly small. Second, the format of social media—thin slices of information viewed on phones or news feed windows—can make it difficult to judge an article’s veracity (Allcott, Gentzkow 2017). Our analysis shows that most fake news stories about coronavirus were posted either in social networks (Facebook, VKontakte) or in online newspapers (Kommersant, Vedomosti, Zavtra etc) which made possible wide circulation of fake news online and an unlimited number of shares.

As all the presented fake news addressed the most important areas of life (health, medicine, security, freedom of choice), dissemination of the fake news stories caused significant public interest in Russia (a great number of people who browsed the fake news).

According to the recent studies, fake news is disseminated through automated and aggressive techniques (Fraga-Lamas & Fernández-Caramés 2020). In Russia, the news causing the widest public resonance was disseminated via bots (automated accounts), trolls (agents producing false content) and fake accounts. Some fake stories were disseminated at lightning speed through reposts.

All the presented fake news included misinformation which was spread intentionally. All the misinformation was refuted later by official sources. Some of the online newspapers disseminating this misinformation and people who shared the fake news were fined.

When examining the content of COVID-19 fake news in Russia and the impact it had on the society, aims of fake news can be indicated:

- to spread panic, frighten (table 4, N 1, 2, 3, 6, 9, 11, 13);
- to encourage to create news content (table 4, N 1-15);
- to cause aggression (table 4, N 2, 3, 5, 6, 9, 11, 13, 15);
- to induce to buy something or do something (table 4, N 1, 2, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15);
- to attract attention (table 4, N 1-15).

For instance, the news about complete shutdown in Moscow and disinfection from helicopters caused panic and fear in many Russian cities. People shared the news in messengers and this information flashed around the entire country in a short time. The information about healing properties of garlic and ginger resulted in disappearing these products from shops. The news accusing Bill Gates, the US-army, China of malicious intent to create the coronavirus and spread it all over the world led to outbreaks of aggression towards these countries.

All the presented articles proved that creators of fake news use manipulation practices for achieving their goals. It reveals an outrageous nature of fake news.

Table 5. Types of manipulation used in fake news

Type of manipulation	Example of fake news
Intimidation of audience	Windows and doors should remain closed as helicopters spray disinfectant into the air to eradicate the coronavirus
Omission of information	The coronavirus does not exist. In fact, it is a variety of usual influenza
Political propaganda	Bill Gates wants to use coronavirus vaccines to implant microchips in people
Provision of the contradictory information	US army brought the epidemic to Wuhan / The first infected Chinese got COVID-19 from bats which were sold in markets for human consumption / US army brought the epidemic to Wuhan
Incitement against another country	Covid-19 appeared as a result of contact with the bacterium Cynthia, which was artificially synthesized by American scientists to clean water from petroleum products
Distortion of reality	The Simpson episode predicted coronavirus pandemic
Advertisement	Consumption of garlic and ginger can help coronavirus patients

Several researchers (Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu 2017) indicate low quality

of information as an integral feature of fake news. Recent studies (Qiu, Oliveira, Shirazi, Flammini & Menczer 2017) try to explain why low grade and inaccurate information dominates in online social media. They find that low-quality information is likely to be shared because social media users' attention is finite and people are simply too overloaded with information to be able to discriminate between low- and high-quality information.

By low quality information we mean inaccurate, incomplete, unreliable and not up- to-date information with many mistakes and gaps. The fake news stories presented in this study are fully consistent with these features. None of the fake news stories had a link to a source of the story. One of the most common clues to fake news is that the post will either have no date or a date that mismatches the content (Ibrahim, Safieddine 2020). The fake news related to COVID-19 in Russia never indicates dates of events described in the news stories and does not contain the date of the news itself.

Most of fake news had aspects, associated with visuality. They contained images of different kinds: photographs, expressive illustrations, frightening montages, diagrams. Visuality helps to involve the reader into a skewed information field.

Conclusions

Based on the literature review and the analysis of fake news stories circulating in Russian social media and related to COVID-19, the criteria for fake news detection were developed: aim, wide circulation online, public interest, aggressive techniques of dissemination, outrageous nature, falsity, intentionality, low quality, simple ways of problems decision, encouraging readers to share the article “screaming” headlines. According to these criteria we analyzed fake news about COVID-19 published in Russian social media.

The results of the presented study can be used to develop an effective model for capturing fake news on social media. Detecting and controlling fake news presents a significant challenge in many countries. Further study can conduct a comparative analysis of specific features of fake news and challenges they cause in different countries.

References

- Allcott, H., Gentzkow M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* 31 (2): 211-236
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of

emotions: Problems, causes, solutions. *Digital journalism*, 6(2), 154-175.

Balchugov, A. V., Lobastov, A. N., Pakhomova, E. A., Fomenkov, A. A. (2019). Transformation of media environment in the XXI century. *Proceedings of the international scientific and practical conference. Moscow*, 310-317.

Balmas, M. (2014). When fake news becomes real: Combined exposure to multiple news sources and political attitudes of inefficacy, alienation, and cynicism. *Communication research*, 41(3), 430-454.

Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T., & Mauri, M. (2018). A Field Guide to 'Fake News' and Other Information Disorders. *A Field Guide to "Fake News" and Other Information Disorders: A Collection of Recipes for Those Who Love to Cook with Digital Methods*, Public Data Lab, Amsterdam (2018).

Brewer, P. R., Young, D. G., & Morreale, M. (2013). The impact of real news about "fake news": Intertextual processes and political satire. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3), 323-343.

Conroy, N. K., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4.

Fake News: Defining and Defeating (2018). Digital Forensic Research Lab. Available online: www.thelancet.com (accessed on 26 June 2020).

Feldman, P. Ya. (2019). "Post-truth" and "fake news" in modern communication space: prospects of political and legal regulation. *Citizen. Election. Power*, 2(12).

Fraga-Lamas, P., & Fernández-Caramés, T. M. (2020). Fake News, Disinformation, and Deepfakes: Leveraging Distributed Ledger Technologies and Blockchain to Combat Digital Deception and Counterfeit Reality. *IT Professional*, 22(2), 53-59.

Golbeck, J., Mauriello, M., Auxier, B., Bhanushali, K. H., Bonk, C., Bouzaghane, M. A., ... & Falak, W. (2018, May). Fake news vs satire: A dataset and analysis. *In Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science* (pp. 17-21).

Ibrahim, Y. Safieddine F. (2020). Fake News in an Era of Social Media: Tracking Viral Contagion.

Klein, D., & Wueller, J. (2017). Fake news: A legal perspective. *Journal of Internet Law* (Apr. 2017).

Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

Oremus, W. (2017). Facebook has stopped saying 'fake news'. Available online: http://www.slate.com/blogs/future_tense/2017/08/08/facebook (accessed on 22 June 2020).

Qiu, X., Oliveira, D. F., Shirazi, A. S., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). Limited individual attention and online virality of low-quality information. *Nature Human Behaviour*, 1(7), 0132.

Randall, D. (2016). The Universal Journalist

Rubin, V. L., Conroy, N., Chen, Y., & Cornwell, S. (2016, June). Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news. In *Proceedings of the second workshop on computational approaches to deception detection* (pp. 7-17).

Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22-36.

Tandoc Jr, E. C. Zheng Wei Lim, and Richard Ling (2018),“. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions,” *Digital Journalism*, 6(2), 137-53.

Urazova, S.L., Lazutova N.M., Volkova I.I., Algavi, L.O., Delfino, D.A. (2019). Semantic space and algorithm of media text's consumption in digital space. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS* (pp 948-956).

Volkova, A. A., Budovskaya, Yu. V. (2012). Distribution of media content in social media and social networks: game theory against virality. *The Bulletin of Moscow State University of culture and arts*, № 5 (49), 69-74.

Zaroncostas, J. How to Fight an Infodemic. Available online: www.thelancet.com (accessed on 26 June 2020).

RECEBIDO EM: 09/07/2020

ACEITO EM: 11/08/2020

Digital Contact Tracing:

The Medium is the Message

Abstract: This essay investigates digital media devices and networks for addressing the spread and control of the novel coronavirus/COVID-19 infection. But unlike many of the other essays in this special issue, it will not focus on the message — the information and misinformation, the accurate reportage and the rumors, or the news and the fake-news— that is conveyed on these digital platforms. Instead, I will focus on the use of digital mobile devices and networks to monitor and control the social aspects of the virus and the vectors of infection. Toward this end, we will consider the different ways that mobile technology can be employed to address and respond to a global pandemic like COVID-19; and we will examine the opportunities and challenges of DCTT in an effort not just to understand how these technologies work but to extract from this analysis a clear formulation of their possible benefits and attendant costs.

Keywords: coronavirus; mobile technology; ethics

 David J. Gunkel¹

¹ Professor - Northern Illinois University (USA). Author of *Thinking Otherwise*, *The Machine Question*, *Of Remixology*, *Gaming the System*, and *Robot Rights*.
Contact: dgunkel@niu.edu

Rastreamento digital de contatos: o meio é a mensagem

Resumo: Este ensaio investiga dispositivos e redes de mídia digital para abordar a disseminação e o controle da nova infecção por coronavírus / COVID-19. Mas, ao contrário de muitos dos outros ensaios nesta edição especial, ele não se concentrará na mensagem - a informação e a desinformação, a reportagem precisa e os rumores, ou as notícias e as notícias falsas - que é transmitida nessas plataformas digitais. Em vez disso, vou me concentrar no uso de dispositivos e redes móveis digitais para monitorar e controlar os aspectos sociais do vírus e os vetores de infecção. Para esse fim, consideraremos as diferentes maneiras como a tecnologia móvel pode ser empregada para abordar e responder a uma pandemia global como o COVID-19; e examinaremos as oportunidades e desafios do DCTT em um esforço não apenas para entender como essas tecnologias funcionam, mas para extrair dessa análise uma formulação clara de seus possíveis benefícios e custos associados.

Palavras-Chave: Coronavírus; tecnologia móvel; Ética.

Rastreo digital de contactos: el medio es el mensaje

Resumen: Este ensayo investiga dispositivos y redes de medios digitales para abordar la propagación y el control de la nueva infección por coronavirus/COVID-19. Pero, a diferencia de muchos de los otros ensayos de esta edición especial, no se centrará en el mensaje - la información y la desinformación, los informes precisos y los rumores, o las noticias y noticias falsas - que se transmiten en estas plataformas digitales. En cambio, me centraré en el uso de redes y dispositivos móviles digitales para monitorear y controlar los aspectos sociales del virus y los vectores de infección. Para eso, consideraremos las diferentes formas en que se puede emplear la tecnología móvil para abordar y responder a una pandemia global como del COVID-19; y examinaremos las oportunidades y desafíos de DCTT en un esfuerzo no solo por comprender cómo funcionan estas tecnologías, sino por extraer de este análisis una formulación clara de sus posibles beneficios y costos asociados.

Palabras clave: Coronavirus; tecnología móvil; Principio moral.

1 Introduction

Mobile devices and the data networks that support them provide unprecedented opportunities for the distribution of information—both accurate reports and rumor—during the time of pandemic (Merchant and Lurie 2020, Ali and Kurasawa 2020). Responding to this challenge has required careful attention to the content that is distributed by digital platforms and the effect these messages have had on individual users and communities. This is standard operating procedure in media and communication studies. The focus of analysis is predominantly on the content of the message, its geographical reach, and its social impact and effects. But this is only one part of the total picture. As Canadian media theorist Marshall McLuhan (1995) had argued over five decades ago, an exclusive focus on the content of the media can have the effect of distracting us from perceiving how the exigencies of the medium may itself be the message.

This essay investigates digital media devices and networks for addressing the spread and control of the novel coronavirus/COVID-19 infection. But unlike many of the other essays in this special issue, it will not focus on the message—the information and misinformation, the accurate reportage and the rumors, or the news and the fake-news—that is conveyed on these digital platforms. Instead, I will focus on the use of digital mobile devices and networks to monitor and control the social aspects of the virus and the vectors of infection. The essays will therefore pivot from an almost exclusive concern with

the messages that have been developed for and disseminated by digital media and focus attention on the medium of digital technology and its cost/benefits for controlling the COVID-19 pandemic.

Toward this end, the investigation will proceed in three steps. First, we will consider the different ways that mobile technology can be employed to address and respond to a global pandemic like COVID-19. Since we will not have the time or space to consider all the available strategies and methods, this overview is provided in order to get a big picture perspective from which we can then drill down into one particular application that has attracted a good amount of attention, digital contact tracing technology (DCTT). Second, we will examine the opportunities and challenges of DCTT in an effort not just to understand how these technologies work but to extract from this analysis a clear formulation of their possible benefits and attendant costs. Finally, we will conclude with consideration of the most notable issues for using DCTT to address the COVID-19 crisis. Like all technological solutions, DCTT has promise. But those promises are not without complications and potential hazards.

2 COVID-19 Pandemic and Mobile Tech

Mobile devices, service providers, and the existing cellular network—an ensemble of different technologies that can be lumped together under the umbrella term “mobile technology”—are not just convenient tools for communication and information dissemination, they are a system of mobile sensors that can be employed by users, governments, and public health officials to help track and hopefully control the spread of infection. During the COVID-19 crisis, mobile technology has already been used in three distinct ways: documentation, modeling, and contact tracing.

1) *Documentation* – Documentation efforts involve using mobile technology to track where people are situated for the purposes of managing self-isolation and quarantine. This is accomplished by collecting data on user location. During previous global pandemics, like the 1918 Spanish flu, this was mainly achieved by manual processes aided by the technology of telephone and mail. We can now do the same by using the technology of mobile smartphones and cellular data services. In Taiwan, for instance, the government has developed an App to track and help ensure that quarantined individuals remain within the boundaries of their quarantine. If a user strays outside the predefined borders, the App can alert the user and/or public health officials. These Apps work by using geolocation data, either by way of triangulation from cellphone towers or GPS signals. Although useful

for managing quarantine, these documentation solutions do have significant privacy concerns. As reported by Access Now (2020, 11), the Taiwanese App “assumes that there is a documented link between each individual’s identity, their phone number, and their residential address, which includes information on co-habitants.”

2) *Modeling* – Modeling provides for a less invasive form of management. By using anonymized data provided by service providers, it is possible to track population densities and identify potential “hot spots” for the spread of disease. Internet companies and platforms (i.e. Bytedance, Facebook, Google, Tencent, AT&T, etc.) already gather data about what their billions of users are doing and where. This data, which is typically utilized for providing users with location-specific data concerning weather, road congestion, or other conveniences, can also be used to track alterations in user location and demographic density in specific geophysical locations. Like documentation efforts, modeling employs geo-location data, which is something service providers already collect and process, and this information can be easily obtained either from triangulation between cellphone towers or GPS. But unlike documentation, modeling typically does not require a dedicated App (since it is using a feature that is already part of the standard operating procedures of the data network) and do not typically employ user-identifying information.

For this reason, modeling has better privacy protections for users and is therefore less invasive. But what modeling gains in privacy protections, it sacrifice to accuracy. Modeling solutions can help public health officials track changes in location and population density over time and this information may aid public health officials in mapping potential hot spots for the spread of infection. But that is all. Modeling, therefore, can produce impressive-looking “heat maps” to help visualize how well quarantine is working (or not), but this information is often considered to be too coarse or general for the actual management of the spread of infection.

3) *Digital Contact Tracing* – Digital contract tracing technology endeavors to split the difference. It seeks to provide the kind of direct and positive control over the spread of the virus that comes from documentation efforts along with the privacy preserving features that are available with modeling. Contact tracing is not new. Public health officials have, during the time of previous viral outbreaks, like AIDS and SARS, used contract tracing to control the spread of the disease. This was typically accomplished by manual data collection and processing procedures. When someone showed signs of being ill, they were interviewed to figure out where they had been and with whom they had contact. Then the individuals exposed to risk of infection (“contacts”) could be notified by public health officials and provided instructions on how to protect themselves and others. This

work is time and labor intensive, requiring an army of human contact tracers typically utilizing either in person interviews, telephone, or text messaging. Similar efforts are already in place and have been deployed in response to the COVID-19 crisis.

There are, however, legitimate concerns that manual contact tracing may be too slow and inefficient to respond to the unprecedented scope and rapid proliferation of this particular viral outbreak. Digital contact tracing technology (DCTT) has been introduced and promoted as a solution to this problem (Ferretti et al. 2020). In Singapore, Israel and India there is already an App for that. In Europe there is debate between two competing frameworks, which have names that sound like Star Wars' droids: PEPP-PT and DT-3T (Pan-European Privacy-Preserving Proximity Tracing and Decentralized Privacy-Preserving Proximity Tracing). And in the US, Apple and Google recently announced collaboration on an exposure notification API (application program interface) that was publically released in mid-May 2020.²

3 Digital Contact Tracing Technologies

DCTT is not one technology but identifies a spectrum of different technological solutions and implementation strategies. On one end of the spectrum there are what can be called the “maximal approach.” These efforts employ centralized collection and processing of data and therefore require implementation and management by a trusted third party, which is, more often than not, a national government. Maximal DCTT solutions have already been deployed in South Korea and have helped contribute to that country’s rapid and successful response to the COVID-19 crisis. As reported by Access Now, “the information published online includes a wealth of information, such as details about when people left for work, whether they wore masks in the subway, the name of the stations where they changed trains, the massage parlors and karaoke bars they frequented, and the names of the clinics where they were tested.” But having this information centralized and then published online has had significant privacy costs and the data has been (mis)used to identify and harass infected individuals (Kim 2020).

On the other end of the spectrum are the privacy preserving efforts like the two frameworks being debated in the EU and the Apple/Google partnership (Google 2020). In these decentralized approaches, data is stored and processed locally on the user’s device and individual identity is preserved. These minimal DCTT solutions use Bluetooth “handshakes” to identify and record contact between users and then store and process this proximity data without registering the identity

² On 10 April 2020, Apple and Google announce an unprecedented collaboration with two phases: “First, in May, both companies will release APIs that enable interoperability between Android and iOS devices using apps from public health authorities. These official apps will be available for users to download via their respective app stores. Second, in the coming months, Apple and Google will work to enable a broader Bluetooth-based contact tracing platform by building this functionality into the underlying platforms” (Apple 2020). As anticipated, phase one was completed on 20 May 2020 with beta release of an exposure notification API. The second phase of the effort, however, may be under revision insofar as the two tech giants have indicated they will continue conversations with public health authorities concerning the exigencies of an OS-based contact and/or exposure notification system.

of the individual contact. As explained by a published report from the Johns Hopkins University Project on Ethics and Governance of Digital Contact Tracing Technologies:

In most architectures, these proximity data are stored in the users' phones as anonymized "beacons" that cannot be used to re-identify the users directly. If a user with a PPPT [privacy-preserving proximity tracking] app installed on their phone tests positive and enters test results into their app, those who have been in contact with them can be notified by the app. This "exposure notification" can be automatic or at the discretion of the COV+ person [i.e. an individual who has tested positive for COVID-19 infection], depending on the app design. If notified, a user who has been in contact with a COV+ individual would receive a push notification alerting them to possible exposure (which may be timestamped), but with no other identifying information (Kahn et al. 2020, 4).

The advantages of this approach to contact tracing is that it does not require centralization of personal data or a trusted third party. It is therefore insulated from (although maybe not entirely immune to) many of the privacy concerns that accrue to the maximal approaches. The one disadvantage to the minimal approach is that it is less effective from a public health perspective, since individual infected persons are not able to be identified, tracked, and directly contacted.

In between these two extremes are a range of middle-ground solutions that try to strike a balance by capitalizing on the best both sides have to offer. These middle-ground solutions involve "the collection and storage of personal data—including identifying information and location data—on the user's phone. These decentralized but personally identifiable data can then be voluntarily shared with public health officials if the user tests positive for SARS-CoV-2" (Kahn et al. 2020, 4). Iceland's Rakning C-19, which launched in early April, is a good example of a middle ground solution. It keeps tracks users' GPS data to compile a record of where they have been, allowing investigators—with permission—to look at whether those with a positive diagnosis are potentially spreading the disease. Another middle-ground solution has been proposed by a team at MIT under the moniker Safe Paths. As described on the project's website, this solution consists of two components: a user-facing smartphone application called "PrivateKit" and a web application for public health officials called "Safe Places."

The PrivateKit app will enable users to match the personal diary of location data on their smartphones with anonymized, redacted, and blurred location history of infected patients. The digital contact tracing uses overlapped GPS and Bluetooth trails that allow an individual to check if they have crossed paths with someone who was later diagnosed positive for the virus. Through Safe Places, public health

officials are equipped to redact location trails of diagnosed carriers and thus broadcast location information with privacy protection for both diagnosed patients and for local businesses (Raskar, Pentland and Esvelt 2020).

4 Challenges and Potential Problems

DCTT has promise. It provides individuals, communities, and public health officials with a set of tools that may be effective for responding to the COVID-19 pandemic. Despite these opportunities, however, there are a number of significant challenges.

1) *Adoption Rates* – Many, if not most of the minimal DCTT solutions are opt-in and voluntary, meaning that users will need to actively download, install, and utilize the contact tracing App. And the effectiveness of any DCTT solution is directly dependent on the number of opt-ins. An Oxford University study indicates that there needs to be at least a 56% adoption rate to be effective in stopping the spread of the virus (Hinch et al 2020, 3). No one has come close to this figure. Singapore’s TraceTogether App achieved only 20% adoption, and, for this reason, has not really been sufficient to make a significant impact. Iceland’s Rakning C-19 has achieved 38%, which is, to date, the highest adoption rate worldwide. At this rate of adoption, the Rakning C-19 has been credited as being a useful piece of the contact tracing puzzle, but it is not in and of itself a game changer. Although the US has yet to implement DCTT on a national scale, studies of potential user acceptance indicate similar problems. In a national study of 2,000 US citizens, conducted between 30 April and 1 May 2020, just over 30 percent of users indicated they would download and use a mobile contact-tracing app.

The best designed technological solutions could fail miserably, if the technology is not widely adopted, trusted by users, and actually employed. For this reason, there is need for a) clear and transparent communication from trusted authorities so that users know what DCTT is and how and why it is being used and b) on-going “boots on the ground” intelligence efforts concerning the efficacy of these technological solutions and how they come to be implemented, adopted, and (in some cases) even rejected by users.

2) *Technological Limitations* – Bluetooth’s low energy radio signals have always had reliability issues. Generally this is not a problem, mainly because Bluetooth is used for mundane tasks, like pairing a speaker, a set of wireless earbuds, or a smart watch to a mobile device. But when the same technology is used for contact tracing, which could be a matter of life and death, these reliability

issues can produce significant and crucial errors in the form of both false positives and false negatives. A false positive happens, when a healthy person is unduly treated as infected or exposed. This can happen for a number of reasons. But one way it can occur with Bluetooth is due to the fact that radio signals do not recognize physical barriers and can register contact through walls and other kinds of partitions. Conversely a false negative occurs when a person who might have been in close vicinity to an infected person does not register the contact because the Bluetooth handshake momentarily fails or encounters environmental disturbances that degrade the radio signal.

3) *Digital Divide* - Digital technology is not evenly distributed. There still is a rather significant digital divide, and the individuals less likely to have and use the most up-to-date mobile devices and services are precisely those who are at risk during this pandemic. The best designed DCTT solution means little or nothing for those individuals and communities who do not have access to mobile devices and/or the data services necessary for their operation. This not only affects those on the “have-nots” side of the divide, but will have a wider social impact. If we rely too heavily on DCTT and do not do something proactive to account for individuals who cannot or choose not to use the technology, we risk exposures that cannot be tracked and managed by these technologically enabled solutions. As one possible solution to this problem, the John Hopkins University report recommends providing users with access to equipment and supporting data services: “States, localities, and institutions that recommend widespread use of DCTT should provide technology (e.g., mobile phones, Bluetooth devices) and free data packages to those who desire but lack access to these devices” (Kahn et al. 2020, 11).

If we follow the direction of McLuhan’s famous adage (e.g. “the medium is the message”), then we might summarize the message of DCTT in the following way: DCTT provides public health officials with some new tools to track and potentially control the spread of the COVID-19 infection. But these tools are not a silver bullet and will only be effective, when integrated with a more comprehensive public health plan that includes a diversity of approaches—some “old fashioned” or manual and some technological. DCTT may be a necessary piece of the puzzle, but it should not and cannot be considered sufficient in and by itself.

REFERENCES

Access Now (2020). **Recommendations on Privacy and Data Protection in the Fight Against COVID-19**. <https://www.accessnow.org/covid19-data-protection/>

Ali, Harris S. and Fuyuki Kurasawa (2020). **#COVID19: Social Media Both a Blessing and a Curse During Coronavirus Pandemic**. *The Conversation*. <https://theconversation.com/covid19-social-media-both-a-blessing-and-a-curse-during-coronavirus-pandemic-133596>

Apple (2020). **“Apple and Google Partner on COVID-19 Contact Tracing Technology.”** *Apple Newsroom*. <https://www.apple.com/newsroom/2020/04/apple-and-google-partner-on-covid-19-contact-tracing-technology/>

Decentralized Privacy-Preserving Proximity Tracing (2020). <https://github.com/DP-3T/documents>

Ferretti, Luca et al. (2020). **Quantifying SARS-CoV-2 Transmission Suggests Epidemic Control with Digital Contact Tracing**. *Science* 10.1126/science.abb6936. <https://science.sciencemag.org/content/368/6491/eabb6936/tab-pdf>

Google (2020). **Exposure Notifications**: Using technology to help public health authorities fight COVID-19. <https://www.google.com/covid19/exposurenotifications/>

Hinch, Robert et al (2020). **Effective Configurations of a Digital Contact Tracing App**: A report to NHSX. Oxford University. <https://045.medsci.ox.ac.uk/files/files/report-effective-app-configurations.pdf>

Kahn, Jeffrey P. et al. (2020). **Digital Contact Tracing for Pandemic Response**. Ethics and Governance Guidance. John Hopkins University Press: Baltimore.

McLuhan, Marshall (1995). **Understanding Media: The Extensions of Man**. Cambridge, MA: MIT Press.

Merchant, Raina M. and Nicole Lurie (2020). **Social Media and Emergency Preparedness in Response to Novel Coronavirus**. *Journal of the American Medical Association* 323(20): 2011–2012. doi:10.1001/jama.2020.4469

Pan-European Privacy-Preserving Proximity Tracing (2020).
<https://www.pepp-pt.org/>

Raskar, Ramesh, Alex Pentland and Kevin Esvelt (2020). **Safe Paths**.
Massachusetts Institute of Technology. [https://www.media.mit.edu/
projects/safepaths/overview/](https://www.media.mit.edu/projects/safepaths/overview/)

News Literacy:

um antídoto contra a desinformação diante da pandemia da Covid-19

Resumo: A partir de uma reflexão sobre as maneiras como o fenômeno da pandemia da Covid-19 evidencia relações estabelecidas entre política, saúde e desinformação, de um mapeamento de ações que contemplam a *news literacy* nos cursos de Jornalismo de instituições públicas e privadas e de entrevistas com representantes de organizações da sociedade civil e do mercado profissional, sugerimos que a educação midiática é um antídoto importante para evitar a proliferação de informações falsas.

Palavras-Chave: news literacy; desinformação; pandemia, Covid-19

Alfabetización de noticias: antídoto contra la desinformación frente a la pandemia de Covid-19

Resumen: A partir de una reflexión sobre las formas en que el fenómeno de la pandemia de Covid-19 evidencia relaciones establecidas entre política, salud y desinformación, un mapeo de acciones que contemplan la alfabetización periodística en cursos de periodismo de instituciones públicas y privadas y entrevistas con representantes de organizaciones de la sociedad civil y del mercado profesional, sugerimos que la educación en los medios de comunicación sea un antídoto importante para prevenir la proliferación de información falsa.

Palabras clave: alfabetización de noticias; desinformación; pandemia, Covid-19

News Literacy: an antidote against disinformation in the face of the Covid-19 pandemic

Abstract: From a reflection on the ways in which the Covid-19 pandemic phenomenon highlights relationships established between politics, health and disinformation, a mapping of actions that contemplate news



Beatriz Becker¹
Heitor Machado²
Igor Waltz³
Beatriz Santos⁴
Andréia Lago⁵

1 Professora Titular do Departamento de Expressão e Linguagens da Escola de Comunicação da UFRJ, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (PPGCOM-UFRJ), líder do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) e bolsista de Produtividade do CNPq.

2 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (PPGCOM-UFRJ), membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) e bolsista FAPERJ nota 10.

3 Doutor em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (PPGCOM-UFRJ), membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) e Professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

4 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (PPGCOM-UFRJ), membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) e bolsista CAPES.

5 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ (PPGCOM-UFRJ), membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) e bolsista CAPES.

literacy in journalism courses at public and private institutions and interviews with representatives of civil society organizations and of the professional market, we suggest that media education is an important antidote to prevent the proliferation of false information.

Key-words: News literacy; misinformation; pandemic; Covid-19

1 Introdução

A pandemia do coronavírus tem causado trágicos impactos sobre vidas humanas e em diferentes setores da sociedade contemporânea em escala planetária, gerando incertezas e inseguranças. Os cidadãos sofrem com a precariedade dos sistemas de saúde e de políticas e serviços públicos protetivos, sobretudo, em países com significativas desigualdades sociais. Para a historiadora Lilia Schwarcz, a pandemia da Covid-19 marca o fim [tardio] do século XX, um período de desenvolvimento tecnológico (BRANDALISE; ROVANI, 2020), cujas premissas de modernização que o impulsionaram são agora desveladas e questionadas. Segundo Boaventura Santos, a atual pandemia deflagra a crise do neoliberalismo sujeito às lógicas do mercado financeiro que, desde 1980, tem legitimado a expressiva concentração de riqueza e impedido que se tome medidas para coibir a catástrofe ecológica, se sobrepondo à vida social e à ética. E a crise financeira ainda é utilizada para explicar cortes em políticas sociais, como na saúde e na educação ou a degradação dos salários. No Brasil, a pandemia, é, sobretudo, uma crise sanitária e humanitária, de acordo com a presidente da Fiocruz, Nísia Trindade Lima (DAHER, 2020). A realidade social do país tem se tornado ainda mais grave em decorrência do negacionismo da doença por parte do governo e das violentas manifestações de seus seguidores contra o isolamento social para a maioria da população, na contramão das orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS) e de autoridades sanitárias do país. Estas atitudes muito têm contribuído para o Brasil alcançar um dos mais perversos *rankings* da atualidade, como o segundo país do mundo com maior número de casos de Covid-19 e também de mortes causadas pela doença que todos os outros 12 países da América do Sul juntos⁶, tornando-se um epicentro do coronavírus, fragilizando a sua inserção no cenário político internacional e na economia global e restringindo a abertura de fronteiras com o país. Segundo o consórcio dos veículos de imprensa, o país confirmou 101.939 mortes e contabilizou 3.062.374 infectados pela Covid-19 no dia 11 de agosto de 2020⁷.

O fenômeno da pandemia tem deflagrado uma crise socioeconômica e política, caracterizada por uma disputa de narrativas que envolve a imprensa e a proliferação de fake news⁸.

6 BRASIL É 2º NO RANKING MUNDIAL EM NOVAS MORTES POR COVID-19, 2020

7 BRASIL REGISTRA MAIS DE 103 MIL MORTES POR COVID-19, 2020

8 As fake news são aqui compreendidas como uma instância do caos informacional da sociedade contemporânea, um mecanismo criado por determinados grupos para enganar cidadãos com o objetivo de obter benefícios políticos e/ou econômicos ou para aprofundar divisões ideológicas na sociedade, por meio da disseminação de desinformação. O fenômeno das fake news afeta a sociedade contemporânea e, sobretudo, o jornalismo, refletindo uma desconfiança na credibilidade dos relatos jornalísticos ancorados na objetividade dos fatos e um questionamento sobre a existência de uma verdade. Tal fenômeno, porém, não é novo e pode ser comparado, em outra escala, ao boato de antigamente. De fato, a expressão fake news é um oxímoro, devido ao paradoxo que a expressão “notícia falsa” encerra (BECKER, GOES, 2020).

Neste cenário, a busca por notícias confiáveis para orientação cresce do mesmo modo que a disseminação de informações falsas nas redes sociais (BITENCOURT et al, 2020). A própria OMS empenha-se para controlar o vírus da desinformação designado de “infodemia” (OPAS, 2020), pois a disseminação de informações falsas coloca em risco a saúde pública. O jornalismo busca reaver a sua credibilidade e os índices de audiência dos programas jornalísticos da Rede Globo, por exemplo, aumentaram 17%, após a principal emissora do país alterar a sua grade de programação e ampliar o espaço do telejornalismo para 11 horas diárias de programação ao vivo (REDE GLOBO, 2020). A visualização de portais informativos também cresceu no ambiente de desordem informativa (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017).

No entanto, conforme Amaral (2020), as narrativas jornalísticas de acontecimentos complexos nunca dão conta de sua totalidade, mesmo que riscos possam ser antecipados. Para a pesquisadora, a desigualdade social ainda é abordada de maneira tímida como um problema gerencial e não estrutural, pois falta a inclusão de vozes de especialistas que possam debater os problemas históricos do país (AMARAL, 2020). Contudo, o jornalismo é uma ferramenta de cidadania (SALAVERRÍA, 2020). O bom jornalismo exige mais do que contar ou empacotar histórias, demanda contextualização e explicação dos acontecimentos, análise de suas consequências e riqueza da pluralidade de fontes, o que ressalta a relevância da qualidade de formação dos futuros jornalistas e da leitura crítica de mensagens da mídia. Sugerimos que a educação midiática pode ser um antídoto importante para evitar o colapso não apenas dos sistemas de saúde públicos, mas dos próprios sistemas de informação, e contribuir para uma sociedade mais democrática. Assim, apresentamos neste trabalho uma reflexão sobre as maneiras como o fenômeno da pandemia evidencia relações estabelecidas entre política, saúde e desinformação, um mapeamento de ações que contemplam a *news literacy* nos cursos de Jornalismo de instituições de ensino superior público e privado e entrevistas com representantes de organizações do mercado profissional e da sociedade civil para mitigar as informações falsas e a cultura do ódio.

2 Política, Saúde e Desinformação

Em 31 de dezembro de 2019, a OMS emitiu o primeiro alerta sobre um tipo de pneumonia, ainda de causa desconhecida, identificada na cidade de Wuhan, na China. As primeiras análises indicaram o surgimento de um novo tipo de coronavírus, similar ao da Síndrome Respiratória Aguda Grave (Sars)⁹. Em poucas semanas, a doença se

espalhou por países de diferentes continentes. O vírus foi nomeado pela OMS de SARS-CoV-2 e a doença causada por ele de Covid-19 (MANZANO, 2020). O Brasil teve o seu primeiro paciente confirmado no final de fevereiro, um homem que retornara da Itália (AQUINO; MONTEIRO, 2020), e em março já haviam centenas de outros casos confirmados ou suspeitos. Ao falar sobre o coronavírus pela primeira vez, durante viagem presidencial aos Estados Unidos, o presidente Jair Bolsonaro (sem partido) afirmou que “o poder destruidor do vírus” estaria sendo superdimensionado (VASCONCELOS, 2020). No dia seguinte, disse que “é mais fantasia a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propaga”¹⁰. Em seguida, a OMS declarou a pandemia do novo coronavírus, mediante o registro de mais de 118 mil casos em 114 países, e 4.291 mortes. O Ministério da Saúde divulgou uma série de recomendações para diminuir a velocidade de transmissão do coronavírus no Brasil, como a suspensão de aulas e de eventos que promoviam aglomerações (MARIZ, 2020). Porém, dois dias depois, sem luvas ou máscara de proteção, o presidente da República apertou a mão e fez fotos com manifestantes reunidos em frente ao Palácio do Planalto, descumpriu recomendação do Ministério da Saúde e voltou a chamar de “histeria” e “extremismo” as medidas para contenção do vírus no país¹¹.

Assim como em outros países, prefeitos e governadores estipularam um período de quarentena. O distanciamento social foi adotado em 24 de março na cidade de São Paulo, na mesma semana em que a medida também entrou em vigor no Rio de Janeiro, as duas capitais do país com maior incidência de acometidos pela doença naquele momento¹². O fechamento do comércio e de atividades econômicas consideradas não-essenciais provocou reações acaloradas de setores alinhados ao governo Bolsonaro. Contrário ao distanciamento social horizontal, o presidente deu declarações e compartilhou vídeo em redes sociais com críticas às restrições adotadas nos estados (PARAGUASSU, 2020), ressaltando os prejuízos à economia e aumento do desemprego decorrentes das medidas contra a pandemia (VARGAS; PORTO, 2020). Na cobertura jornalística diária, ações e afirmações de Bolsonaro eram desmentidas por médicos, pesquisadores e especialistas em infectologia¹³. Em pronunciamento em rede nacional no dia 24 de março, ele ainda acusou a imprensa brasileira de espalhar pânico em torno do coronavírus¹⁴. A saída do governo de três Ministros de Estado em curto espaço de tempo incrementou a instabilidade política e o tensionamento com os demais poderes de Estado. A relação entre o governo e a imprensa tornou-se ainda mais conflituosa pela atitude violenta de apoiadores do presidente. Eles agrediram os jornalistas que cobriam um ato pró-Bolsonaro no Dia Mundial da Liberdade de Imprensa¹⁵, no mesmo dia em que o secretário geral da ONU, António

10 BOLSONARO DIZ QUE ‘PEQUENA CRISE’ DO CORONAVÍRUS É ‘MAIS FANTASIA’ E NÃO ‘ISSO TUDO’ QUE MÍDIA PROPAGA, 2020

11 BOLSONARO DESCUMPRE MONITORAMENTO POR CORONAVÍRUS, PARTICIPA DE ATO E CUMPRIMENTA APOIADORES NO DF, 2020

12 CORONAVÍRUS: SP E RJ COMEÇAM MAIOR QUARENTENA DO PAÍS, 2020

13 SOCIEDADE BRASILEIRA DE INFECTOLOGIA E OUTRAS ENTIDADES MÉDICAS SE MANIFESTAM SOBRE PRONUNCIAMENTO DE BOLSONARO, 2020

14 BOLSONARO CRITICA IMPRENSA E FECHAMENTO DE ESCOLAS E DIZ QUE CRISE PASSARÁ, 2020

15 PROFISSIONAIS DE IMPRENSA SÃO AGREDIDOS DURANTE MANIFESTAÇÃO ANTIDEMOCRÁTICA COM A PRESENÇA DE BOLSONARO, 2020

Guterres, defendia o papel crucial de toda a mídia para que a população tome decisões bem informadas durante a pandemia (JOURNALISTS PROVIDE ‘ANTIDOTE’ TO COVID-19 MISINFORMATION, UN CHIEF SAYS AHEAD OF WORLD PRESS FREEDOM DAY, 2020). Tal ação dos seguidores de Bolsonaro foi repudiada por organizações e instituições democráticas brasileiras. As relações entre Política, Saúde e desinformação tornaram-se cada vez mais entrelaçadas. A chefia do Ministério da Saúde ainda foi trocada duas vezes entre os meses de março e agosto de 2020 e passou a ser comandada por um ministro interino, um general sem experiência prévia na área de saúde (GUILLINO, 2020). Neste cenário, a sociedade brasileira enfrentou informações descoordenadas por parte das autoridades políticas do país (ALVES, 2020).

A avalanche de fake news sobre a origem e disseminação do vírus, sintomas, diagnóstico, tratamentos, estatísticas de contágio e impactos na economia, promoveu a cultura do ódio e afetou a saúde pública no país, levando as pessoas a correrem graves riscos por não terem domínio de critérios de validação de informação (POSETTI e BONTCHEVA, 2020; PINTO, 2019).

3 A cobertura midiática: pontuando contradições

A ampla disseminação de informações falsas mobilizou mais de 100 jornalistas de 70 países na Aliança CoronaVirusFacts, uma iniciativa global de checagem de notícias relacionadas à pandemia e disponibilizadas num banco de dados online aberto ao público (POYNTER, 2020). Duas pesquisas divulgadas no mês de março apontaram preocupação com informações disseminadas nas redes sociais sobre o coronavírus e maior confiança do público no jornalismo profissional. Um levantamento da Edelman revelou que 64% da população em dez países - incluindo o Brasil - vê o trabalho da imprensa como a fonte mais confiável no contexto de pandemia da Covid-19¹⁶. O Datafolha apurou que os programas jornalísticos das emissoras de televisão são as fontes com maior índice de confiança (61%) para informações sobre a doença, seguidos pelos jornais impressos (56%) (MARQUES, 2020) no país.

As coberturas jornalísticas televisivas constroem a experiência social cotidiana e, ao mesmo tempo, informam e desinformam (BECKER, 2016b). Os telejornais revelam como a pandemia impõe transformações nos modos dominantes de viver, trabalhar e ocupar o tempo, e atiram nos olhos da sociedade o sofrimento dos cidadãos que morrem infectados pela doença sem qualquer atendimento hospitalar. Esses relatos despertam grande atenção e mostram problemas ambientais,

16 A Edelman é uma agência global de comunicação e foi criada para proteger marcas e reputações de empresas e organizações parceiras nos Estados Unidos. Hoje, tal agência é considerada uma das maiores consultoras de relações públicas e marketing no mundo, aferindo em suas pesquisas a credibilidade e a confiabilidade de empresas, governos, organizações não governamentais e da mídia, como a do Trust Barometer. Tal levantamento abrange mais de 34 mil pessoas em 28 mercados. Disponível em: <<https://www.edelman.com.br/sobrenos>>; <https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2020-especial-coronavirus>>. Acesso em 5 mai. 2020.

econômicos e sociais. Entretanto, segundo Amaral (2020), a maior parte dos discursos é direcionada à classe média e as instruções de hábitos que devem ser adotados para a prevenção da doença são enunciados para tornar as pessoas responsáveis pelas suas próprias saúdes, sem um efetivo amparo do Estado. Além disso, as reportagens não levam em conta o repertório socioeconômico e cultural e a vivência da maioria da população. As matérias apresentam dados sobre comunidades carentes e não para estes grupos marginalizados. A pesquisadora destaca ainda que as narrativas jornalísticas de acontecimentos complexos minguam após determinado período de tempo, o que não permite um aprofundamento dos problemas estruturais, como a fragilidade do sistema público de saúde, abordados como problemas de gerenciamento. O jornalismo declaratório e a cobertura realizada em casa e não nas ruas, prejudicada pela falta da devida apuração e ausência de posicionamentos diversos sobre questões relevantes, tampouco contribuem para a ampliação de conhecimentos sobre a realidade social (Idem). De fato, a descrição dos acontecimentos na cobertura do coronavírus pela mídia tem prevalecido sobre a interpretação, o que exige, segundo Pinto (2019), mais transparência e menos objetividade no relato dos fatos, levando em consideração recursos econômicos, sociais e culturais dos receptores.

Nesse sentido, perceber como a informação é produzida, quem produz, quais são as fontes, a credibilidade que merecem e os elementos fornecidos pelo emissor para avaliar a veracidade e a qualidade da informação (PINTO, 2019) torna-se um exercício importante de cidadania. Iniciativas diversas da sociedade civil têm promovido debates e seminários para ampliar a compreensão e a consequência da pandemia. Entretanto, como ressalta Santos (2020), os debates culturais, políticos e ideológicos são opacos e distantes do cotidiano vivido pela grande maioria da população, os cidadãos comuns. As próprias periferias têm implementado modos de atender as comunidades no país, como divulgado pela imprensa em Paraisópolis, São Paulo, e são os movimentos sociais e a Central Única das Favelas (CUFA) que propõem medidas ao poder público para garantir condições protetivas contra o coronavírus à população das favelas (CHIARA, 2020). Neste contexto, tornam-se relevantes projetos específicos em alfabetização midiática para notícias, sobretudo, diante do enorme crescimento das informações falsas (CHAVEZ; MELO, 2019). Assim, buscamos neste trabalho, primeiramente, identificar como os Cursos de Jornalismo do país incorporam práticas pedagógicas, de pesquisa e extensionistas, que buscam contribuir para uma leitura crítica e criativa de notícias e das mensagens da mídia em suportes e linguagens diversos e para um engajamento mais consciente no ambiente midiático convergente, as quais conformam o campo da *Media Literacy* (BECKER, 2016)¹⁷.

17 Embora não existe uma única definição para este campo, considera-se neste trabalho que a melhor tradução da *Media Literacy* é a expressão Mídia e Educação, pois congrega a leitura crítica de mensagens da mídia em processos de aprendizagem formais e informais, práticas pedagógicas inovadoras em contextos sociais e culturais diversos, considerando o interesse e o repertório dos estudantes, bem como a inclusão digital, por meio do desenvolvimento de pesquisas acadêmicas e políticas públicas democráticas (BECKER, 2016a).

4 Um mapeamento da *media literacy* nos cursos de jornalismo

18 Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 20/04/2020

Para mapear iniciativas na academia capazes de colaborar para leitura crítica, produção de conteúdos midiáticos mais diversos e compreensão do processo de produção, circulação e consumo de notícias, iniciamos nossa busca no portal do Ministério da Educação (e-mec¹⁸), focalizando os cursos de Graduação em jornalismo. O resultado da pesquisa sinalizou 524 cursos no país, entretanto, observamos que os dados disponibilizados de grande parte desses cursos nesta plataforma são repetidos. Excluímos aqueles que foram citados mais de uma vez e chegamos a um total de 331 cursos. Porém, verificamos ainda que em 75 universidades deste conjunto não existe a oferta de Cursos de Jornalismo, o que exigiu a retirada destas instituições de nossa amostra, e chegamos a um número final de 256 cursos de jornalismo distribuídos nas cinco regiões no país: Sudeste (115), Nordeste (54), Sul (47), Centro-Oeste (21) e Norte (19).

Com o intuito de observar o espaço aberto ou não para disciplinas e atividades de pesquisa e extensão que estabelecem relações entre Comunicação e Educação, buscamos explorar outras fontes de pesquisa para refinar os resultados de nosso mapeamento, matrizes curriculares, ementários, projetos pedagógicos dos cursos, registros de grupos de pesquisa e projetos de extensão de distintas instituições de ensino. Nesse percurso, verificamos que apenas 56 cursos (21,9%) privilegiam esse campo de conhecimento e que a presença de disciplinas e atividades de extensão e pesquisa que estabelecem relações entre Comunicação e Educação é distribuída de maneira desigual nas regiões do país, 24 na região Sudeste (42,9%), 11 na região Nordeste (19,6%), 10 na região Sul (17,9%), 6 na região Centro-Oeste (10,7%) e 5 na região Norte (8,9%).

A maior parte destas ações está concentrada nas atividades de ensino e corresponde às disciplinas que integram as matrizes curriculares (69,6%), seguida de iniciativas de Grupos de Pesquisa (20,3%) e de atividades extensionistas (10,1%). Identificamos um total de 69 iniciativas, número maior que o total de cursos identificados com a presença de disciplinas e atividades de pesquisa e extensão que abordam relações entre Comunicação e Educação, pois algumas universidades apresentam propostas que articulam essas atividades de maneiras diversas, tanto nas matrizes curriculares de seus cursos de jornalismo quanto em grupos de pesquisa e projetos de extensão.

A partir deste mapeamento foi possível ainda observar que as ações que estabelecem relações entre Comunicação e Educação e se debruçam sobre a leitura crítica e a produção de conteúdos jornalísticos nos cursos identificados são tratadas por nomenclaturas distintas. A

sistematização dos dados do mapeamento realizado demonstra que o termo “Educomunicação” é o mais utilizado em 18,3% das ações que estabelecem diálogos entre as áreas da Comunicação e da Educação, provavelmente, por reunir o trabalho de pesquisadores renomados, um número significativo de produção científica no país e possuir uma graduação específica na Universidade de São Paulo. A expressão “Comunicação e Educação” evidencia a interdisciplinaridade entre esses saberes e este termo é usado em 12,7% destas iniciativas, do mesmo modo que “Leitura Crítica da Mídia”, também referida como “Leitura crítica da Comunicação” ou “Análise Crítica da Mídia” em algumas instituições. “Mídia e Educação” é o termo adotado em quase 10% das instituições. “Educação para a mídia”, “Comunicação e Cidadania” e outros termos utilizados que traduzem a reunião das áreas de Comunicação e Educação nessas atividades são usados com menor incidência. Contudo, este mapeamento permitiu identificar que estas ações ainda não são privilegiadas em quase a metade dos Cursos de Jornalismo do país. No entanto, observa-se tanto na academia quanto por parte de organizações civis e do mercado um interesse em expandir estas práticas, incrementando a leitura crítica de notícias no ambiente de desordem informativa e no atual contexto político e social do país.

5 Iniciativas de combate às fake news: vozes do campo da mídia

O termo *News Literacy* não tem uma única definição nos estudos acadêmicos (MAKSL, ASHLEY e CRAFT, 2015). Para o Reuters Institute, a *news literacy* consiste na “habilidade de analisar criticamente notícias e informações que as pessoas recebem por diferentes fontes” (*apud* CHAVES e MELO, 2019, p.64). Mas, essa competência não deixa de estar inserida nas premissas da *Media Literacy*, pois o letramento midiático deve estimular o desenvolvimento de habilidades analíticas e capacidade crítica e não ater-se apenas às competências tecnológicas nos usos das ferramentas (HOBBS, 2014). Nesse sentido, Cooke (2018) argumenta que a educação midiática deve abranger diversos conjuntos de literacias, como o audiovisual, o digital e o noticioso. Esse último pode ser compreendido como uma subárea da *media literacy*, aplicada ao ciclo de produção da notícia, de forma a habilitar os cidadãos a selecionar, compreender e avaliar as notícias, promovendo a consciência democrática cívica (DVORKIN, 2018; MIHAILIDIS, 2012).

Para Mihailidis (2016), o ensino, a pesquisa e a prática da *news literacy* deve ter em consideração um diálogo próximo com o campo profissional do jornalismo, assim como ter em vista os modos como

novas tecnologias e novas práticas estão redefinindo as notícias na cultura digital. De tal modo, uma compreensão abrangente do cenário contemporâneo da *news literacy* no Brasil, além de abordagens propostas pelas instituições acadêmicas, demanda também uma investigação das iniciativas geradas por empresas, organizações e profissionais do campo da mídia.

Assim, buscamos, em um segundo momento de nossa investigação, analisar também os modos como o campo da mídia compreende e aplica a *news literacy*, por meio de entrevistas realizadas por email e/ou gravadas por telefone e posteriormente transcritas, com representantes das Redes Cordiais, LupaEducação e EducaMídia, identificando seus objetivos, motivações, desafios e métodos de trabalho. O projeto **Redes Cordiais** (<https://www.redescordiais.com.br/>), criado pelas jornalistas Clara Becker e Alana Rizzo, promove treinamentos com influenciadores digitais baseados em três áreas: educação digital para redes sociais (*social media literacy*), comunicação não-violenta e combate à desinformação e às fake news. Já o **LupaEducação** (<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/03/28/lupa-educacao/>) é o braço educacional da Agência Lupa, *startup* jornalística especializada em *fact checking*, que realiza palestras e cursos para jornalistas, estudantes e cidadãos em geral. Inicialmente direcionado ao ensino de técnicas e ferramentas de verificação de informações, o programa ampliou seu escopo de educação midiática, a fim de promover leituras críticas e combater as notícias falsas. O **EducaMídia** (<https://educamidia.org.br/quem-somos>), por sua vez, é um programa de capacitação de professores dos ensinos fundamental e médio em educação midiática dos jovens, criado pela entidade sem fins lucrativos Instituto Palavra Aberta, que se fundamenta na interpretação crítica, produção de conteúdos e participação responsável na sociedade. No Quadro 1 abaixo, apresentamos um breve perfil dos entrevistados e das organizações e sintetizamos as respostas referentes às principais questões abordadas nas oito perguntas feitas aos entrevistados, previamente elaboradas.

Quadro 1: práticas de *News Literacy* na mídia

Entrevistados	Clara Becker Co-fundadora do Redes Cordiais	Patricia Blanco Presidente do Conselho Diretor do Instituto Palavra Aberta/ EducaMídia	Douglas Silveira Diretor de Marketing e Educação da Agência Lupa
			
Perfil biográfico	Formada em Comunicação Social pela PUC-Rio e em Letras pela UFRJ. Atuou como jornalista nas revistas Piauí e Veja Brasília e na Agência Lupa, especializando-se em combate à desinformação. É co-autora dos livros <i>The Football Crônicas</i> , editado pela Ragpicker Press, e <i>Los Malos</i> , pela Universidad Diego Portales. Atualmente vive no Irã e trabalha como freelancer.	Formada em Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, com Pós-graduação em Marketing pela ESPM. Desde 1990, atua na área de Comunicação e Relações Governamentais e, atualmente, também exerce a presidência executiva do Instituto Palavra Aberta/ EducaMídia.	Formado em Publicidade e Jornalismo pela PUC-Rio, com pós-graduação em Filosofia pela UnB e MBA em Marketing Digital pela FGV-Rio. Trabalhou no Canal Futura e em edições do Prêmio Gestão Escolar, da Fundação Roberto Marinho. Foi gerente de Comunicação da TV Escola, canal do Ministério da Educação, em Brasília e coordenou o programa LupaEducação.
Conceitos empregados	A expressão “ <i>social media literacy</i> ” foi utilizada nas primeiras ações do Redes Cordiais, com foco em redes sociais, mas depois foi adotado o termo “educação midiática” para evitar anglicismo.	O termo é “educação midiática” é mais adequado, pois não se trata de um processo estanque. “ <i>A educação é um processo que leva a vida toda, sem prazo para expiração. E como estamos tratando de um mundo conectado em que as coisas mudam rapidamente, precisamos estar sempre em movimento</i> ”.	A LupaEducação emprega mais frequentemente “educação midiática”, uma vez que seus treinamentos vão além da leitura crítica de notícias, mas também de outras formas de conteúdo.
Relevância da <i>news literacy</i>	Para a jornalista, a desordem de informação corrói a confiança nas instituições democráticas e divide a sociedade em bolhas que não dialogam entre si: “ <i>Navegar no ecossistema da informação hoje requer pensamento crítico e habilidades de verificação que mesmo nativos digitais, como influenciadores, não dominam</i> ”.	O Instituto Palavra/EducaMídia Aberta considera que a educação midiática é fundamental para contornar a “ <i>crise de credibilidade e legitimidade no jornalismo brasileiro. Restaurar a confiança na imprensa passa por ajudar os cidadãos a construir uma postura crítica em relação à qualidade do jornalismo oferecido pelos veículos</i> ”.	O jornalista defende a necessidade de estimular a leitura crítica do conteúdo de organizações de mídia “tradicionais” no combate à desinformação. Mas ele argumenta que a educação midiática deve transcender o jornalismo, pois as notícias falsas têm desdobramentos em diversos campos e atividades profissionais.

Modelos de atuação	O Redes Cordiais conta com recursos de fundações do terceiro setor, de projetos com a iniciativa privada e de doações de pessoas físicas. O trabalho desenvolvido tem foco no treinamento de comunicadores digitais no combate ao discurso e à cultura de ódio e às notícias falsas, mediante parcerias com outras entidades e organizações, como Agência Lupa, e oficinas de comunicação não-violenta para influenciadores.	Vinculado a uma entidade sem fins lucrativos, o Instituto Palavra Aberta/ EducaMídia também conta com parcerias para sua atuação. Além dos recursos do próprio Instituto Palavra Aberta, mantido pela contribuição dos seus associados, o projeto é contemplado pelo Google.org, braço filantrópico do Google. A entidade oferece uma plataforma com materiais pedagógicos disponíveis para professores e alunos.	O LupaEducação está inserido no modelo de negócios da Agência Lupa. Suas ações incluem palestras e cursos presenciais e online no Brasil e no exterior, treinamentos corporativos contratados por empresas, oficinas em instituições de ensino públicas e outros projetos, mantidos por meio de parcerias diversas (Google, Facebook, Canal Futura, Instituto Tecnologia & Equidade-IT&E e APPCívico).
Motivações	Mitigar a desinformação e qualificar diálogos nas redes sociais, por meio da educação midiática.	Formar ética e criticamente cidadãos e cidadãs para o mundo conectado, contribuindo para que tomem as melhores decisões na hora de se informar e consumir conteúdos online e off-line.	Repensar as plataformas digitais, que não podem mais ser compreendidas como uma “segunda tela”, pois são o principal meio de informação de uma significativa parcela da sociedade.
Desafios	Sensibilizar e atrair influenciadores para o seu treinamento.	Combater as disparidades educacionais no Brasil e a crescente deslegitimação do trabalho da imprensa, ressaltando a importância da qualidade da informação.	Educar pessoas idosas em relação para as mídias e inserir no currículo dos cursos de jornalismo atividades de fact-checking e leitura crítica de notícias.
O letramento midiático e o ensino de jornalismo	A jornalista considera essencial uma disciplina de letramento midiático nas faculdades de jornalismo, bem como “ <i>uma educação para o consumo da informação nas redes sociais</i> ”.	O Instituto Palavra Aberta/ Educa Mídia ressalta que a educação midiática e a compreensão do <i>processo de produção da notícia</i> são relevantes para interagir com a mídia com responsabilidade e senso crítico.	Para o LupaEducação há necessidade de educar futuros comunicadores, incorporando tecnologias e inovação e os alunos têm esse interesse. Porém, ele observa resistências de <i>professores e reitores</i> .
O jornalismo no contexto da Covid-19	Para a representante das Redes Cordiais, “ <i>abriu-se uma janela de oportunidade para a revalorização do jornalismo (...). Evidente que a desinformação é uma ameaça à saúde pública. Quem valoriza a própria saúde e a saúde da sociedade precisa entender a responsabilidade de aprender sobre conteúdos enganosos e combatê-los</i> ”.	Segundo o Educa Mídia, “[O papel do jornalismo é] <i>informar com credibilidade. Estamos em meio à maior crise de saúde pública da nossa era, o que angustia e desespera as pessoas. Informação de qualidade é uma espécie de antídoto para esse clima caótico e uma vacina contra a desinformação</i> ”.	O jornalista responsável pelo Lupa-Educação ressalta que “ <i>se de um lado, vemos profissionais de saúde lutando contra a doença, expondo suas vidas para salvar vidas, por outro lado, temos os jornalistas, seja em suas casas ou nas redações, lutando contra outra epidemia, a da desinformação</i> ”.

Fonte: autoria própria

Os representantes das **Redes Cordiais**, do **Instituto Palavra (EducaMídia)** e da **Agência Lupa** acreditam que a tradução mais adequada da expressão *news literacy* é educação midiática. Seus depoimentos revelam a crescente relevância dessa prática, ainda que utilizando uma variabilidade de modelos de atuação, métodos de trabalho e de captação de recursos e parcerias. As principais

motivações do trabalho que realizam são promover práticas não-violentas de comunicação e combater a desordem informativa. Eles reconhecem a importância de pensar a educação midiática também na formação dos futuros profissionais e são unânimes em apontar que o jornalismo é revalorizado no atual cenário político, afligido por posições polarizadas e pela desinformação.

6 Considerações Finais

Diante da pandemia da Covid-19 as informações falsas são tanto um problema político quanto de saúde pública. As práticas jornalistas devem contribuir para a formulação de políticas públicas capazes de promover mudanças sociais, condições de vida digna à população e respeito aos direitos humanos e às diferenças. Segundo Pereira (2020), a checagem da origem e busca de fontes primárias das informações, a leitura crítica dos textos da mídia e o uso de tecnologias para transformação das comunidades é relevante para desconstruir preconceitos e evitar a desinformação¹⁹. O ensino do jornalismo também precisa estar comprometido com a produção de informações bem apuradas, confiáveis e transparentes. Na formação dos futuros jornalistas um repertório conformado por conteúdos disciplinares sobre ética, história, questões sociais e literatura, que permita interpretar a sociedade contemporânea, é tão importante quanto o conhecimento sobre estruturas das empresas de comunicação, processos econômicos que funcionam no mundo, direito à informação e destrezas profissionais necessárias para a produção de conteúdo jornalístico (SALAVERRÍA, 2020). Para o pesquisador Ramon Salaverría, a alfabetização midiática rende resultados bem melhores do que ações judiciais para combater a disseminação de informações falsas, pois permite apreender elementos que podem nos alertar sobre a manipulação de uma informação²⁰.

Contudo, as práticas de *news literacy* não estão restritas aos espaços formais de educação e ao campo da mídia. Em um cotidiano social cada vez mais mediado pelas múltiplas telas nas quais circulam uma abundância de informações distribuída de maneira acelerada, pessoas de todas as idades têm apreendido o que se passa no país e no mundo pelas redes sociais e dispositivos móveis, sem verificar a credibilidade das fontes e estabelecendo uma relação emocional com as notícias. Assim, consideramos que a *news literacy* ou a educação midiática pode ser um antídoto importante para evitar o colapso não apenas dos sistemas de saúde, mas do próprio sistema de informação e, em acordo com o posicionamento do secretário geral da ONU,

19 Cf: <https://www.abpeducom.org.br/educucomunicacao-contribui-para-combate-ao-novo-coronavirus/>. Acesso em 11 mai, 2020.

20 Cf: https://www.academia.edu/43016142/Ram%C3%B3n_Salaverr%C3%ADa_El_problema_ahora_no_es_encontrar_las_noticias_sino_encontrar_la_verdad?email_work_card=view-paper. Acesso em 12 mai, 2020.

António Guterres, também contra à infodemia. Afinal, como destaca Santos (2020), o que o fenômeno do coronavírus nos permite ver e o como isso for interpretado e avaliado determinarão o futuro da civilização em que vivemos.

REFERÊNCIAS

ALVES, Chico. **Bolsonaro é obstáculo para ministros da Saúde na luta contra a pandemia**. UOL, Coluna Chico Alves, 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/chico-alves/2020/05/14/bolsonaro-e-obstaculo-para-ministros-da-saude-na-luta-contr-a-pandemia.htm>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

AMARAL, Márcia. **Entrevista Objethos**, Observatório da Ética Jornalística. Disponível em: < <https://objethos.wordpress.com/2020/04/08/marcia-amaral-regras-absolutas-nao-servem-na-cobertura-de-acontecimentos-extremos/>>. Acesso em 12 mai, 2020.

AQUINO, Vanessa; MONTEIRO, Natália. **Brasil confirma primeiro caso da doença**. Ministério da Saúde - Agência Saúde, 2020. Disponível em: <<https://www.google.com/search?q=primeiro+caso+de+coronavirus&oq=primeiro+caso+de+coronavirus&aqs=chrome..69i57j0l7.2941j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>>. Acesso 13 abr. 2020.

BECKER, B. Mídia, **Telejornalismo e Educação**. Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo: ECA/USP, v. 10, n. 1, 2016a. **DOI:** <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i1p149-164>. Acesso em: 16 de abr. de 2020.

_____. **Televisão e Telejornalismo: Transições**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016b.

BECKER, Beatriz. GOES, Francisco. **Fake News: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística**. **Âncora, Revista Latino-americana de jornalismo**, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, UFPB, Vol.7, N.1, 2020, p.1-20. No prelo.

BITENCOURT, Rafael; MURAKAWA, Fábio; CAMAROTTO, Mirillo. **'Fake news crescem mais do que número de casos', diz Mandetta**. Valor, 2020. Disponível em: <<https://valor.globo.com/>

brasil/noticia/2020/04/07/fake-news-crescem-mais-do-que-numero-de-casos-diz-mandetta.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2020.

BOLSONARO DIZ QUE ‘PEQUENA CRISE’ DO CORONAVÍRUS É ‘MAIS FANTASIA’ E NÃO ‘ISSO TUDO’ QUE MÍDIA PROPAGA. G1, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/10/bolsonaro-diz-que-questao-do-coronavirus-e-muito-mais-fantasia.ghtml>>. Acesso em 5 mai. 2020.

BOLSONARO DESCUMPRE MONITORAMENTO POR CORONAVÍRUS, PARTICIPA DE ATO E CUMPRIMENTA APOIADORES NO DF. G1, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/15/mesmo-com-recomendacao-de-monitoramento-por-coronavirus-bolsonaro-participa-de-carro-de-ato-em-brasilia.ghtml>>. Acesso em: 5 mai. 2020.

BOLSONARO CRITICA IMPRENSA E FECHAMENTO DE ESCOLAS E DIZ QUE CRISE PASSARÁ. UOL, 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/covid-19-bolsonaro-culpa-imprensa-por-panico-e-volta-a-falar-gripezinha.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

BRANDALISE, Camila; ROVANI, Andressa. **100 dias que mudaram o mundo**. Universa, UOL, 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/reportagens-especiais/coronavirus-100-dias-que-mudaram-o-mundo/#cover>>. Acesso em: 11 mai. 2020.

BRASIL É 2º NO RANKING MUNDIAL EM NOVAS MORTES POR COVID-19, DIZ OMS. UOL, 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/2020/08/08/coronavirus-balanco-da-oms-registra-716075-mortes-e-19187943-casos-no-mundo.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 11 ago. 2020.

BRASIL REGISTRA MAIS DE 103 MIL MORTES POR COVID-19; FORAM 56.081 NOVOS CASOS EM 24 HORAS. G1 - Globo, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/08/11/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-11-de-agosto-segundo-consorcio-dos-veiculos-de-imprensa.ghtml>>. Acesso em: 11 ago. 2020.

CHAVES, M.; MELO, L. **Educação midiática para notícias: histórico e mapeamento de iniciativas para combater a desinformação por meio da educação**. Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 3, 2019, p. 62-82. Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/>>

article/view/38091>. Acesso em: 27 abr. 2020.

CHIARA, Márcia de. **Paraisópolis cria rede de solidariedade para conter danos do Coronavírus.** Estadão, 2020. Disponível em: <<https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,paraisopolis-cria-rede-de-solidariedade-para-conter-danos-do-coronavirus,70003270413>>. Acesso em: 25 set. 2020.

COOKE, Nicole A. **Fake news and alternative facts: Information literacy in a post-truth era.** Chicago: American Library Association, 2018.

CORONAVÍRUS: SP E RJ COMEÇAM MAIOR QUARENTENA DO PAÍS. Exame, 2020. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/sp-e-rj-comecam-maior-quarentena-do-pais/#:~:text=Por%20Reda%C3%A7%C3%A3o%20EXAME&text=S%C3%A3o%20Paulo%20e%20Rio%20de,restri%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20circula%C3%A7%C3%A3o%20de%20pessoas.>>. Acesso em: 13 abr. 2020.

CRONOLOGIA DA EXPANSÃO DO NOVO CORONAVÍRUS DESCOBERTO NA CHINA. G1, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2020/01/22/cronologia-da-expansao-do-novo-coronavirus-descoberto-na-china.ghtml>>. Acesso 13 abr. 2020.

DAHER, Valquíria. **A Fiocruz diante da Covid-19.** Ciência Hoje, 2020. Disponível em: <<http://cienciahoje.org.br/artigo/a-fiocruz-diante-da-covid-19/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

DVORKIN, Jeffrey. **Critical news literacy.** New York: Routledge, 2018.

EDELMAN. Trust Barometer 2020. **Relatório especial: Confiança e o Coronavírus. Resultados brasileiros, 2020.** Disponível em: <https://www.edelman.com.br/sites/g/files/aatuss291/files/2020-03/Edelman%20Trust%20Barometer%202020_Coronavirus_Brasil%20com%20Global.pdf>. Acesso em 29 abr. 2020.

EDUCAMÍDIA. EducaMídia, 2020. Disponível em: <<https://educamidia.org.br/quem-somos>>. Acesso em: 25 set. 2020.

GUILLINO, Daniel. **Governo oficializa general Pazuello como ministro interino da Saúde.** O Globo, 2020. Disponível em: <<https://>

oglobo.globo.com/sociedade/governo-oficializa-general-pazuello-como-ministro-interino-da-saude-1-24459898>. Acesso em: 25 set. 2020.

LUPA EDUCAÇÃO. Piauí, UOL, 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/03/28/lupa-educacao>>. Acesso em: 25 set. 2020.

MARQUES, José. **TVs e jornais lideram índice de confiança em informações sobre coronavírus, diz Datafolha**, Folha de S. Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/tvs-e-jornais-lideram-indice-de-confianca-em-informacoes-sobre-coronavirus-diz-datafolha.shtml>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

HOBBS, R. **Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom**. Thousand Oaks, CA: Corwin, 2011.

_____. **Reflection on News Literacy**. Renee Hobbs at the Media Education Lab, 2014. Disponível em: <https://mediaedlab.com/2014/09/08/reflection-on-news-literacy/>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

JOURNALISTS PROVIDE ‘ANTIDOTE’ TO COVID-19 MISINFORMATION, UN CHIEF SAYS AHEAD OF WORLD PRESS FREEDOM DAY. UN News, 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/en/story/2020/05/1063012>>. Acesso em 6 mai. 2020.

MAKSL, A; CRAFTS.; ASHLEY, S. **The Usefulness of a News Media Literacy Measure in Evaluating a News Literacy Curriculum**. Journalism @ Mass Communication Educator (aejmc), 2016.

MANZANO, Fabio. **Doença provocada pelo novo coronavírus é batizada de Covid-19 pela OMS**. G1 Ciência e Saúde, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2020/02/11/oms-da-nome-a-doenca-provocada-pelo-novo-coronavirus-covid-19.ghtml>>. Acesso 13 abr. 2020.

MARIZ, Renata. **Ministério da Saúde recomenda adiar eventos com aglomeração de pessoas**. O Globo, 2020. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/ministerio-da-saude-recomenda-adiar-eventos-com-aglomeracao-de-pessoas-1-24303045>>. Acesso em 5 mai. 2020.

MIHAILIDIS, Paul. **Exploring news literacy**: Preparing future journalists — and citizens — for engagement in global digital culture. Journalism Education. Association for Journalism Education, v.5, n.1, 2016. Disponível em <https://www.academia.edu/27138511/Exploring_News_Literacy_Preparing_future_journalists_and_citizens_for_engagement_in_global_digital_culture>. Acesso em 7 jan. 2020.

_____. **News Literacy**: Global perspectives for the newsroom and the classroom. New York: Peter Lang, 2012.

OPAS. ENTENDA A INFODEMIA E A DESINFORMAÇÃO NA LUTA CONTRA A COVID-19. PAHO, 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14>. Acesso em: 13 mai. 2020.

PARAGUASSU, Lisandra. **Bolsonaro divulga vídeo de apoiadora com crítica a governadores**. Economia UOL, 2020. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2020/04/02/bolsonaro-divulga-video-de-apoiadora-com-critica-a-governadores-e-diz-que-ela-fala-por-milhoes.htm>>. Acesso em 5 mai. 2020.

PINTO, M. **Educação para a Comunicação Social**: experiências educativas com o jornalismo em Portugal. [Entrevista concedida a] REHDER, M.; SALDANHA, F. **Comunicação & Educação**, 24(1), 2019, 95-107. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v24i1p95-107>> Acesso em: 20 abr. 2020.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. **Disinfodemic**: Deciphering Covid-19 Desinformation. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2020. Disponível em: <https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2020.

POYNTER. **Covid-19: Poynter Resources**. Poynter Institute, 2020. Disponível em: <<https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>>. Acesso em: 6 mai. 2020.

PROFISSIONAIS DE IMPRENSA SÃO AGREDIDOS DURANTE MANIFESTAÇÃO ANTIDEMOCRÁTICA COM A PRESENÇA DE BOLSONARO. G1 Política, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/03/profissionais-de-imprensa-sao-agredidos-durante-manifestacao-antidemocratica-com-a-presenca-de-bolsonaro.ghtml>>. Acesso em: 25 set. 2020.

REDE CORDIAIS. Rede Cordiais, 2020. Disponível em: <<https://www.redescordiais.com.br/>>. Acesso em: 25 set. 2020.

REDE GLOBO. **A Jornada de Consumo de Conteúdo do Brasileiro**. Negócios Globo, 2020. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Storage%20%20COMUNICACAO%20MERCADOLOGICA/A%20JORNADA%20DE%20CONSUMO%20DE%20CONTE%20C3%9ADO%20DO%20BRASILEIRO_2.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2020.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Cruel Pedagogia do Vírus**. São Paulo: Boitempo, 2020.

SALAVERRÍA, Ramon. **O jornalismo é tautológico!** Pois é um fazer que contém em si todos os significados. Entrevista à Carlos Costa. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC), v. 43, n.1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-58442020110>. Acesso em: 12 mai 2020.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE INFECTOLOGIA E OUTRAS ENTIDADES MÉDICAS SE MANIFESTAM SOBRE PRONUNCIAMENTO DE BOLSONARO. Gaúcha ZH, 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/sociedade-brasileira-de-infectologia-e-outras-entidades-medicas-se-manifestam-sobre-pronunciamento-de-bolsonaro-ck87d7hgj01gp01rzaqgikztj.html>>. Acesso em 6 mai. 2020.

VARGAS, Mateus; PORTO, Gustavo. **Após ato, Bolsonaro vê “histeria” em combate a Coronavírus e desafia Maia e Alcolumbre**. Estadão, 2020. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,apos-ato-pro-governo-bolsonaro-desafia-maia-e-alcolumbre-a-testarem-popularidade-nas-ruas,70003234266>>. Acesso e 5 mai. 2020.

VASCONCELOS, Renato. **Coronavírus: relembro o que Bolsonaro já falou sobre a pandemia**. Estadão, 2020. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,coronavirus-o-que-bolsonaro-ja-falou-ate-agora-sobre-a-pandemia,70003234776>>. Acesso em 5 mai. 2020.

WARDLE, Claire, DERAKHSHAN, Hossein. **Report: Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and**

policy making. Conselho Europeu, Estrasburgo, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 27 abr. 2020.

RECEBIDO EM: 17/05/2020

ACEITO EM: 07/08/2020

Quem cuida de quem cuida? As redes sociais em tempos de combate à pandemia da COVID-19 contra as fake news.

O caso do Instagram e do WhatsApp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí



Orlando Maurício de
Carvalho Berti¹

Resumo: Se os que cuidam são bem cuidados, podemos ter melhores atos de acolhimento, notadamente entre os profissionais que trabalham na gama dos serviços de saúde. Entremeio ao caos diário, principalmente na saúde pública, apresentamos os trabalhos comunicacionais de acolhimento a quem está diretamente no enfrentamento à COVID-19 no território piauiense. Trazemos o estudo de caso da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí e seu balizamento via Instagram e WhatsApp para a promoção, vivência, acolhimento e combate às fake news de quem cuida de quem cuida no estado. Tenta-se explicar como estão ocorrendo os novos normais e a importância do acolhimento e da utilização dos meios de comunicação virtuais nesses enfrentamentos de períodos pandêmicos.

Palavras-chave: Redes sociais; fake news; COVID-19; Piauí.

¿Quiénes son los que se preocupan por los que se preocupan? Redes sociales en tiempos de lucha contra la pandemia COVID-19 contra noticias falsas. El caso de la Red Solidaria de seguridad laboral en Instagram y WhatsApp de la provincia de Piauí, Noreste de Brasil

Resumen: Si los que reciben atención están bien atendidos, podemos tener mejores actos de bienvenidas, especialmente entre los profesionales que actúan en la gama de servicios de salud. En medio del caos diario, especialmente en salud pública, presentamos una

¹ Pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela UMESp – Universidade Metodista de São Paulo. Doutor em Comunicação Social pela UMESp, com estágio doutoral na Universidad de Málaga (Espanha). Mestre em Comunicação Social pela UMESp. Especialista em Comunicação Institucional pela UFPI – Universidade Federal do Piauí. Especialista em Docência Superior pela FSA – Faculdade Santo Agostinho. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo – pela UFPI. Professor, pesquisador, extensionista e diretor de Relações Internacionais da UESPI – Universidade Estadual do Piauí. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI.

investigación en comunicación como temas de acogida aquellos que trabajan directamente en la lucha contra COVID-19 en el territorio de la provincia de Piauí, Nordeste de Brasil. Traemos un estudio de caso de la Red Solidaria para la Seguridad Laboral en Piauí y su baliza a través de *Instagram* y *WhatsApp* para promover, experimentar, dar las bienvenidas y luchar contra las noticias falsas de quienes se preocupan por quienes se preocupan por la situación de la provincia. Tratamos de explicar cómo están ocurriendo las nuevas normales y la importancia de dar la bienvenida y usar los medios virtuales en estas confrontaciones de períodos de pandemia.

Palabras clave: Redes sociales; fake news; COVID-19; Provincia de Piauí.

COVID-19 pandemic against fake news.

The case of the Instagram and Whatsapp on the Occupational Safety Solidarity Network, in Piauí

Abstract: If those who take care are also well-cared, we may have better acts of welcoming, notably among professionals who work in the range of health services. In the midst of the daily chaos, especially in public health, we present a communication work of welcoming to those who work directly confronting COVID-19, in Piauí State, Northeast of Brazil. We bring the study case of the Occupational Safety Solidarity Network, in Piauí, and its basis for understanding Instagram and Whatsapp in order to promote, experience, welcome and fight the fake news of those who take care of the ones who take care in the state. We try to explain the “new normal” and the importance of welcoming and the use of virtual media in dealing with pandemic times.

Keywords: Social networks; fake news; COVID-19; Piauí State.

1 Introdução

O ano de 2020 será memorável para boa parte da população mundial. A menos que alguém esteja morando em algum lugar isolado ou perdido no meio de um oceano ou área de selva, longe de qualquer meio eletrônico de comunicação e distante de diálogo entre pessoas nos últimos meses, a COVID-19 terminou atingindo a todos, direta ou indiretamente. As consequências pandêmicas da doença que parou praticamente o mundo são chamadas de “novo normal”. E são sobre esses novos normais que pretendemos debater e discutir.

Diariamente, vemos noticiários trazendo aumento do número de

infectados e falecimentos. Acompanhamos histórias dos invisibilizados pela pandemia. Notamos as mudanças drásticas consequentes desse mal que foi registrado pela primeira vez no interior da China. Espalhou-se entre o final de 2019 e início de 2020 para parte do Mundo. A doença tornou-se pandêmica em março. Até abril já tinha atingido todos os países. E de lá até o início do primeiro semestre de 2020 (marco temporal do fim deste trabalho) promoveu caos, isolamento, dicotomias, aumento de fake news e provas de que a globalização, tão festejada neste século, não conseguiu dar conta de evitar a pior pandemia dos últimos 100 anos.

Durante a pandemia não podemos abraçar, beijar, às vezes, sequer ter contato direto com alguém. Deixamos de frequentar a maioria dos lugares públicos que nos dão prazer. Quase não podemos mais viajar, muito menos ver pessoas queridas, notadamente nossos pais, avós e bisavós. Em vários casos, por semanas, tivemos (e ainda temos) de ficar em casa. Alguns, por mais de quatro meses, não pisaram fora de suas residências. O termo “isolamento social” é tão normal e usado quanto à importância de continuarmos sobrevivendo. Outros tiveram de diariamente sair de suas residências para garantir o funcionamento do básico para a sobrevivência coletiva (supermercados, farmácias, postos de combustíveis, serviços de água, luz, gás, TV a cabo, internet, entre outros). Alguns tiveram de acompanhar os casos de quem se contaminou com a doença, trabalhando como médicos, enfermeiros, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, assistentes sociais, maqueiros, recepcionistas, auxiliares de serviços gerais, agentes funerários e coveiros.

Várias justificativas são proeminentes na feitura deste trabalho. Uma delas é acadêmica, outra social e outra pessoal.

No campo acadêmico, justifica-se a tentativa de dar respostas sobre a obrigação de quem se considera docente, pesquisador e extensionista. É necessário fazer algo, a Academia precisava se mobilizar. E está se mobilizando, mesmo em períodos tão nebulosos. Por atuarmos no campo comunicacional, principalmente ligado às questões mais sociais, decidimos agir. Este artigo é uma resposta. Suas consequências são a empiria de uma ideia, plenamente apoiada pela instituição de ensino que atuamos e pela fundação estadual de pesquisa de nosso estado. No campo social, precisamos fazer algo em prol dos nossos semelhantes. Só dispensar os funcionários de nosso condomínio, isolar-se em casa, apregoar em nossas redes sociais fotos, textos e vídeos importantes sobre a temática não eram suficientes. Precisávamos agir mais. Surge o projeto desta pesquisa. No campo pessoal, destacamos o fato de morarmos em um bairro eminentemente de idosos, de pessoas que se isolaram, que precisavam ser respeitadas. Precisávamos intervir.

Por isso, é objeto deste artigo refletir sobre as ações

comunicacionais e consequências da Rede de Segurança do Trabalho no Combate e Prevenção à Pandemia de COVID-19 entre empresas públicas e privadas nos territórios de desenvolvimento do Piauí. É um trabalho acadêmico e empírico comunicacional, de atuação estadual e que pretende explicar, analisar, refletir, propor ações práticas e deixar heranças comunicacionais de como estão ocorrendo os novos normais, a importância do acolhimento, da disseminação de informações, para ter a consequência de cuidar de quem cuida e como seus esclarecimentos podem combater, notadamente, as fakes news, nesses enfrentamentos de períodos pandêmicos.

A problemática do artigo reside em responder o seguinte questionamento: se os que cuidam são bem cuidados, podemos ter melhores atos de acolhimento, notadamente entre os profissionais que trabalham na gama dos serviços de saúde; entremeio ao caos diário, principalmente na saúde pública? Como a comunicação, especificamente as redes sociais, mediatiza o cuidar de quem cuida e pode ajudar a combater a propagação de fake news?

O jornal O Globo (2020) relatava, ainda na terceira semana de maio, que o Brasil já tinha mais de cem médicos mortos pela COVID, sendo dois por dia. No mesmo período, o Jornal Nacional (2020) apontava que eram 108 enfermeiros mortos e mais de 4.100 contaminados. Se os que cuidam de quem cuida padecem, como cuidar do restante?

Metodologicamente, parte-se para um estudo de caso, balizado nos ensinamentos de Robert Yin (2005), no saber contar e destacar a evidência de um fenômeno. É feita uma pesquisa exploratória e de campo virtual, tendo como lócus o Instagram e o aplicativo WhatsApp. O marco temporal do trabalho reside na análise de quase quatro meses, entre abril e julho de 2020, entremeio aos picos da expansão e platô da COVID-19 no Piauí. Até o marco temporal de finalização do trabalho, no início de agosto de 2020, a Universidade Johns Hopkins (2020) apontava que o Brasil passava dos 2.800.000 casos e rumava para as 100.000 mortes, em segundo lugar mundial. O Brasil continuava em curva ascendente de novos casos e falecimentos.

Para fins de facilitação de leitura, o trabalho é dividido em três partes.

A primeira, “*Redes sociais e fake news. Múltiplas realidades em tempos das pós-verdades*”, de caráter de fundamentação teórica, trata de contemporizar pontos reflexivos sobre as questões da profusão de redes sociais, bem como das notícias falsas (fake news) e como atingem a divulgação de campanhas massivas e, mais ainda, obstaculizam tempos de divulgação e de atos uníssonos em prol do combate a um mal maior.

A segunda parte, “*A Rede de Segurança do Trabalho no Combate*

e Prevenção à Pandemia de COVID-19 entre empresas públicas e privadas nos territórios de desenvolvimento do Piauí e sua utilização do Instagram e do WhatsApp”, de caráter de identificação do objeto, trata sobre o que é a Rede, suas faces e interfaces, frisando como ela pode ser instrumento de cuidados para quem cuida, por meio de uma rede virtual midiática de segurança do trabalho.

A terceira e última parte, *“Cuidando de quem cuida. Pontos e contrapontos do Instagram e do WhatsApp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí. Ouvir o próximo para combater as fake news e evoluir a solidariedade comunicacional”*, de caráter analítico, trata de mostrar os resultados do trabalho da Rede, bem como elencar pontos que possam ser úteis para a criação de outras redes, explicação de novos atos de solidariedade, tão necessários na Era COVID-19 e, ainda, propor e refletir pontos que possam ser levados em conta na importância do cuidar e, principalmente, do cuidar de quem cuida.

Boa leitura!

2 Redes sociais e fake news. Múltiplas realidades em tempos das pós-verdades

O termo rede social parece até novo neste século de tantas novidades e de profusão frenética de conteúdo, mas há séculos as redes sociais fazem parte do mundo, interligando pessoas e promovendo contatos a quem não está necessariamente próximo fisicamente. Um dos exemplos mais céleres corresponde aos correios.

No final do século XX, as redes sociais virtuais ganharam status mundial e ampliaram os caminhos para uma revolução tecnológica e coletiva. Praticamente todas as pessoas, ou, ao menos, as pessoas que têm algum tipo de conexão via Internet, têm redes sociais. A ONU (2020), em sua última divulgação de dados no final de 2019, revelou que 4,1 bilhões de pessoas estão conectadas no planeta, ou 53,6% da população; mas os desconectados estão em um abismo de desigualdade. Destaca-se que a desconexão não significa não sofrer interferência dos conectados, pois estes, de maneira solidária ou manipulatória, retransmitem, retraduzem e compartilham o que acessam virtualmente por meio dos conteúdos da Rede Mundial de Computadores, aumentando consideravelmente o fluxo de informações, que até o final do século XX ainda eram homogeneizadas pelos meios convencionais e massivos de comunicação.

As redes sociais crescem, instigam e explodem em acessos. Viram um mecanismo comercial sem precedentes. Somem, outras se sedimentam, surgem novas sociabilidades. A vida precisa estar

conectada e mostrada nas redes. É quase um mantra nesse período de pós-verdades, de questões em que a autenticidade só é válida se for passada pelas redes.

Os resultados não tão positivos de tamanha explosão midiática e informacional são as consequências do fetiche da velocidade, já refletidas no início deste século por Sylvia Moretzsohn (2002). Esse fetiche é jornalístico e transformou comportamentos da imediatividade do compartilhamento de informações. Quase 20 anos depois da aplicação inicial do conceito, a imediatividade é dada em quase tudo o que é transmitido virtualmente, seja informacional, de entretenimento e até de pornografia. Quase tudo com consequências diretas nas vidas dos moradores do planeta, estando estes conectados ou não.

Tamanhos imediatismos têm também como consequência conteúdos cada vez mais exagerados, múltiplos, efêmeros, quase sempre sem dar tempo às possibilidades de filtragem. Ingredientes perfeitos para as fake news (notícias falsas). Elas terminam por confundir, propagar ódios, dicotomizar política, social, econômica e religiosamente a sociedade. Apesar de terem o noticiamento no nome, quase sempre as notícias falsas são o oposto do noticiamento convencional e histórico de fatos.

De acordo com o verbete do Dicionário de Cambridge (2020, online), as fake news são “histórias falsas que parecem notícias, disseminadas na internet ou usando outras mídias, geralmente criadas para influenciar opiniões políticas ou como uma piada: há uma preocupação com o poder das notícias falsas de afetar os resultados das eleições”.

Na segunda década deste século, ganharam tons mais abrangentes, notadamente nas questões eleitorais. Ultimamente, nas questões da saúde. Em 2016, segundo Angie Holan, o termo fake news foi considerado a mentira do ano pelo site de análises políticas *PolitiFact*.

Hossein Derakhshan e Claire Wardle (2017) identificam sete tipos de fake news: conteúdo enganoso; conteúdo fabricado; conteúdo impostor; conteúdo manipulado; falsa conexão; falso contexto e sátira ou paródia. Cada um mais perigoso e mais gerador de preocupações, dada sua multiplicidade. Esses sete tipos, cada um a seu efeito explosivo e manipulatório, têm consequências desastrosas quando são confundidos com assuntos sérios, principalmente em períodos de alta necessidade de informação.

Marco Aurélio Ruediger (2019) destaca que os avanços das fake news, propagadas por humanos e/ou robôs, impõem uma série de desafios sociais. Estes desafios ocorrem principalmente por causa da profusão de novas tecnologias, notadamente envolvendo máquinas, inteligência artificial, ciberespionagem, sistemas computacionais e

técnicas estatísticas complexas, tornando desafiadora a distinção entre verdade e mentira, sendo mais urgente a compreensão das notícias falsas, suas origens, motivações e finalidades.

Renê Braga (2018) enfatiza que as fake news se refugiam em meios de comunicação menos regulados (ou mais difíceis de regulação), sendo que a internet se torna a plataforma mais eficiente e menos arriscada para a profusão de notícias desabonadoras. O mesmo autor reflete que essa prática não é nova, trazendo históricos de como os impressos eram usados para difamar e difundir notícias. Ele ressalta o quanto a própria Internet é rápida e mais eficaz na contemporaneidade, refletindo, inclusive, não só as questões políticas, mas também, mais contemporaneamente, as questões econômicas.

Afonso de Albuquerque (2020) diz que as fake news surgem como cogumelos, do nada, e alerta que não é uma definição utilizada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Sendo que ela trabalha com os termos:

disinformation e misinformation. Misinformation é informação errada e disinformation é a informação propositalmente errada. Fake news é um conceito mais popular, fácil de ser entendido. É um conceito que tem pouquíssima densidade teórica. É o mal do nosso tempo (ALBUQUERQUE, 2020, p. 193).

Para Luís Felipe Miguel (2019), contemporaneamente, o movimento que abre caminho para fake news é indissociável ao que gera circuitos alternativos de produção de informação, ampliando a necessária pluralidade do ambiente comunicacional. “Não queremos correntes de boatos pelo WhatsApp, mas tampouco queremos que a Rede Globo, a Rede Record, a revista Veja ou o jornal O Estado de S. Paulo sejam nossas únicas janelas para o mundo” (MIGUEL, 2019, p. 56).

[...] fomenta-se o exercício do direito à livre manifestação e profusão de ideias, estimulando o debate e propiciando o surgimento de meios de comunicação e informação descentralizados. Ademais, a numerosa criação de dados, informações e notícias em ambiente digital demonstrou duas facetas. A positiva, conexas ao acesso informacional e garantia do direito à liberdade de expressão. Lado outro, demonstra-se a negativa na medida em que impossibilita a verificação do conteúdo veiculado pelos diversos sujeitos, em função do grande volume de dados (GUIMARÃES; SILVA, 2019, p. 111).

Quando o assunto é saúde, as fake news podem ser ainda mais devastadoras e ter consequências mais maléficas, impactando expressivamente uma geração inteira. Vide as questões relacionadas, e polemizadas, com os tensionamentos e noticiamentos contra a vacinação e sobre determinados tipos de tratamentos médicos, aceitos ou rejeitados ao sabor de escolhas religiosas e ideais

político-ideológicos.

Segundo a Escola Nacional de Saúde Pública (2020), por meio de pesquisa no aplicativo *Eu Fiscalizo*, foi detectado um balanço parcial entre os meses de março e abril de 2020 que mostrou que há uma disseminação sistêmica, errônea e maldosa sobre como combater a pandemia de COVID-19. Constatou-se que

[...] entre as fake news denunciadas, 2,9% são contra o uso de álcool em gel, 2,9% declaram o novo coronavírus como teoria conspiratória, 1,4% são relacionadas à difamação de políticos, 1,4% declaram ter a causa do óbito de parentes alterada para Covid-19 e 0,4% consistem em charlatanismo religioso, com tentativa de venda de artefatos para a cura da doença. O estudo também aponta que 15,9% das fake news se referem à Covid-19 como uma farsa (ESCOLA DE SAÚDE PÚBLICA, 2020, online).

Heitor Pasquim, Marcos Oliveira e Cássia Soares (2020) trazem as reflexões sobre saúde, pós-verdade e fake news. Os autores sugerem que o crescimento destas fake news evidencia a necessidade de serem entendidas e combatidas. Por isso, mais do que entender e lutar contra as fake news, precisamos oferecer possibilidades de informação, principalmente de quem faz parte do campo comunicacional. Daí, entremeio também às questões do cuidar e do cuidar de quem cuida, é que apresentaremos a Rede, objeto da pesquisa e ação deste artigo.

3 A Rede de Segurança do Trabalho no Combate e Prevenção à Pandemia de COVID-19 entre empresas públicas e privadas nos territórios de desenvolvimento do Piauí e sua utilização do Instagram e do WhatsApp

O que podemos fazer para tentar ajudar em meio a tanto caos de saúde e comunicação? Esse foi o principal questionamento da proposição da Rede de Segurança do Trabalho no Combate e Prevenção à Pandemia de COVID-19 no Piauí. Por que o território piauiense? Justamente por ser o nosso lugar de fala e de atuações social, acadêmica, política e familiar. Propomos um lugar de fala de ação, bem ao estilo preconizado por Djamila Ribeiro (2019), no sentido de podermos intercalar nossas formações e vivências em prol do social.

A Rede foi criada como projeto de pesquisa acadêmica, com intervenção social e atuação virtual. Com a pandemia, agir no dia a dia era uma exposição perigosa, advertida pelas instituições de ensino superior e de pesquisa de nosso estado. Por isso, a escolha da utilização de meios virtuais para a empiria. A intenção de abranger o Piauí todo seria impossível de maneira física, pois o estado tem 224 municípios,

distribuídos em 251.616,8 quilômetros quadrados, com 3.273.227 habitantes, como destaca o IBGE (2020), trata-se de uma extensão territorial quase do tamanho de toda a Itália.

Buscou-se com a rede: implementar uma hub de divulgação e solidariedade, entre entes públicos e privados, para vivência coletiva na feitura de manuais colaborativos de segurança relacionados ao combate e à prevenção da pandemia do COVID-19 nos 12 territórios de desenvolvimento piauiense; incentivar a solidariedade e a colaboração, via mecanismos virtuais (WhatsApp e Instagram), para a troca de expertises e experiências sobre segurança do trabalho do estado para o combate e prevenção à pandemia; recomendar, entre entes públicos e privados do Piauí, respeitando as regionalidades e as características dos territórios de desenvolvimento, ações coletivas da segurança do trabalho durante o combate e prevenção à COVID-19 no estado; mapear a aplicação e a vivência durante o combate e a prevenção à pandemia da COVID-19 no Piauí nos territórios de desenvolvimento.

As metas foram: implementar a Rede no espaço de dois meses, a contar maio de 2020; vivenciar a Rede com consequências práticas, no máximo, a partir do segundo mês; refletir coletivamente a melhoria, para construção de materiais e produtos de segurança do trabalho, no prazo a partir do segundo mês; deixar uma herança acadêmica e social dos trabalhos da Rede, em termos públicos e privados, a partir do quinto mês de implementação dos trabalhos.

Metodologicamente, a Rede utiliza-se de pesquisas de cunho quanti-qualitativo, empregando procedimentos de pesquisa com levantamentos de campo virtual, por meio do incentivo de agentes públicos e privados do estado do Piauí para a implantação, organização, vivência e avaliação da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Combate e Prevenção à Pandemia de COVID-19 no Piauí, o que representam, na prática, a feitura de manuais de segurança sobre essa questão pandêmica.

Pedro Demo (2000, p. 17) enfatiza que o questionamento sistemático consiste na grande marca da ciência, pois há uma valorização ao processo de elaboração argumentada (teórica e prática). E isso se pretende fazer metodologicamente neste trabalho. Concorda-se com o pensamento de Karl Popper (2004), ao dizer que nenhum conhecimento é inteiramente objetivo, sendo que os valores e crenças do pesquisador podem interferir no seu trabalho.

Carlos Jung (2004, p. 9) diz que a função da ciência é aperfeiçoar o conhecimento, possibilitando a substituição de conceitos anteriores por novos. A ciência, ainda na visão do autor, proporciona uma forma da humanidade buscar melhoria contínua em sua qualidade de vida, através da busca incessante de novos conhecimentos sobre o universo

de si própria.

Fred Nichols Kerlinger (1979, p. 15) afirma que o cientista é um esmiuçador de fatos, em que ideias estereotipadas devem ser substituídas pela compreensão das razões da preocupação com as evidências factuais.

Destaca-se também uma explicação científica para a investigação com as discussões trazidas por Pedro Marinho (1980, p. 16), ao enfatizar que a pesquisa é mais uma busca de respostas significativas do que a procura por respostas taxativas. “O conhecimento do mundo pelo método científico é o fim último da ciência” (BARBOSA FILHO, 1978, p. 5).

Para Maria Cecília de Souza Minayo (2009, p. 14), a metodologia ocupa um lugar central no interior das teorias, e está referida a elas, além de ser o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade, incluindo de forma simultânea a teoria da abordagem, ou seja, o método, os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas) e a criatividade do pesquisador, que seriam sua experiência, com capacidade e sensibilidade.

Arilda Schmidt Godoy (1995) alega que parte de questões ou focos de interesses amplos vão se definindo na medida em que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos, segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

A pesquisa qualitativa tem como uso a descrição do fenômeno, detalhando-o, para rumar a assuntos desconhecidos. Aborda a perspectiva do “outro”, faz leitura do fenômeno do ponto de vista concorrente, sendo o objeto empático, vê o outro lado. Além disso, aprofunda significados, com detalhamentos. “Na pesquisa qualitativa, por sua natureza, o processo é bem mais indutivo. Há uma exploração do tema de forma muito mais livre e aberta. O pesquisador está muito menos escravizado por seu instrumento” (CASTRO, 2006, p. 107).

Desta forma, são tidos como fases da execução da Rede: seu destaque e divulgação por meio de um perfil no aplicativo Instagram (*@piauisemcovid*) e da utilização do WhatsApp, por disparos de mensagens e recepções de materiais via conta comercial, no telefone (86) 9 8133 1012.

Uma das técnicas de divulgação é a postagem direta, realizada ainda nas primeiras semanas, a fim de atingir o máximo de público, para a Rede ser conhecida e receber mais conteúdos. Outro ponto da execução está na construção de conteúdos advindos dos agentes que estão na linha de frente do combate à pandemia, bem como a vivência das temáticas. A formação comunicacional da equipe da pesquisa está

presente para a filtragem dos conteúdos apresentados, bem como a correta socialização em termos jornalísticos e científicos do material. Esses materiais farão parte de manuais práticos para a socialização das ideias da pesquisa. Depois os materiais apresentados serão avaliados, a partir da realização de relatórios, o debate com os membros da Rede, bem como a apresentação de todo o material colhido. São feitos trabalhos específicos visando às peculiaridades dos 12 territórios.

Todas essas ações são realizadas para coibir fake news.

Metodologicamente, se faz necessário conhecer os territórios de desenvolvimento do Piauí. Partimos da classificação do Governo do Estado do Piauí a partir da Lei Complementar número 87, de 22 de agosto de 2007 (PIAUI, 2007), que trata sobre o Planejamento Participativo Territorial para o Desenvolvimento Sustentável do Estado.

Além dos municípios que fazem parte dos territórios de desenvolvimento, mencionamos que macrorregião eles fazem parte, área territorial em quilômetros quadrados, sua porcentagem relacionada ao total do território do estado e suas potencialidades. Os dados são prementes para mostrar-se e justificar-se a magnitude e necessidade da criação, ação e implementação da Rede.

O território dos Carnaubais² faz parte da macrorregião Meio Norte, com 20.231 Km² (7,8% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: agroindústria de laticínios, bovinocultura de corte, plantação de cana-de-açúcar, extrativismo de babaçu e carnaúba, indústria do vestuário, mineração de rochas ornamentais, ovinocaprinocultura, suinocultura e turismo.

O território Chapada das Mangabeiras³ faz parte da macrorregião dos Cerrados, com 56.114 Km² (21,65% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: agroindústria, com produção de aguardente de cana, polpas de fruta e óleos vegetais, agronegócio, notadamente com soja e milho, bovinocultura de corte e de leite, comércio e serviços, energia eólica e solar, extrativismo do buriti, fruticultura, horticultura, mineração de calcário corretivo de solo e para outros fins industriais, além de diamante e turismo.

O território Chapada Vale do Rio Itaim⁴ faz parte da macrorregião Semiárido, com 12.472 Km² (4,81% do território piauiense), tendo como potencialidades a agroindústria de doces e geleias, apicultura, bovinocultura de leite, energia eólica e solar, mandiocultura, mineração, vermiculita, gesso e rochas ornamentais e ovinocaprinocultura.

Enquanto isso, o território de Cocais⁵ faz parte da macrorregião Meio Norte, com 17.825 Km² (6,88% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: a agroindústria, notadamente de aguardente de cana, cajuína e óleos vegetais, artesanato de palha, tecelagem, alumínio e joias, avicultura, bovinocultura de corte e de leite, cajucultura, energia eólica, extrativismo de babaçu, carnaúba e

2 Fazem parte desse território os municípios de: Assunção do Piauí (IDH: 0,499); Boa Hora (IDH: 0,575); Boqueirão do Piauí (IDH: 0,560); Buriti dos Montes (IDH: 0,574); Cabeceiras do Piauí (IDH: 0,583); Campo Maior (IDH: 0,656); Capitão de Campos (IDH: 0,583); Castelo do Piauí (IDH: 0,587); Cocal de Telha (IDH: 0,555); Jatobá do Piauí (IDH: 0,566); Juazeiro do Piauí (IDH: 0,570); Nossa Senhora de Nazaré (IDH: 0,586); Novo Santo Antônio (IDH: 0,528); São João da Serra (IDH: 0,582); São Miguel do Tapuio (IDH: 0,556); e Sigefredo Pacheco (IDH: 0,581).

3 Fazem parte desse território os municípios de: Alvorada do Gurguéia (IDH: 0,578); Avelino Lopes (IDH: 0,554); Barreiras do Piauí (IDH: 0,557); Bom Jesus (IDH: 0,668); Colônia do Gurguéia (IDH: 0,628); Corrente (IDH: 0,642); Cristalândia (IDH: 0,573); Cristino Castro (IDH: 0,566); Curimatá (IDH: 0,607); Currais (IDH: 0,542); Elizeu Martins (IDH: 0,595); Gilbués (IDH: 0,548); Júlio Borges (IDH: 0,582); Manoel Emídio (IDH: 0,573); Monte Alegre do Piauí (IDH: 0,578); Morro Cabeça no Tempo (IDH: 0,542); Palmeira do Piauí (IDH: 0,557); Parnaguá (IDH: 0,575); Redenção do Gurguéia (IDH: 0,589); Riacho Frio (IDH: 0,541); Santa Filomena (IDH: 0,544); Santa Luz (IDH: 0,588); São Gonçalo do Gurguéia (IDH: 0,560) e Sebastião Barros (IDH: 0,536).

4 Fazem parte desse território os municípios de: Acauã (IDH: 0,528); Belém do Piauí (IDH: 0,551); Betânia do Piauí (IDH: 0,489); Caldeirão Grande do Piauí (IDH: 0,588); Caridade do Piauí (IDH: 0,541); Cural Novo do Piauí (IDH: 0,527); Francisco Macêdo (IDH: 0,553); Jacobina do Piauí (IDH: 0,535); Jaicós (IDH: 0,524); Marcolândia (IDH: 0,562); Massapê do Piauí (IDH: 0,525); Padre Marcos (IDH: 0,541); Patos do Piauí (IDH: 0,563); Paulistana (IDH: 0,600); Queimada Nova (IDH: 0,515) e Simões (IDH: 0,575).

5 Fazem parte desse território os municípios de: Barras (IDH: 0,595); Batalha (IDH: 0,545); Brasileira (IDH:

jaborandi, horticultura, indústria do vestuário, mineração de opala, argila, pedras e rochas ornamentais, ovinocaprinocultura, piscicultura, suinocultura e turismo.

Já o território Entre Rios⁶ faz parte da macrorregião Meio Norte, com 19.816 Km² (7,64% do território do Piauí), tendo como potencialidades: agroindústria de aguardente de cana, cajuína, doces, laticínios e óleos vegetais, agronegócio de soja, artesanato, bovinocultura de corte, produção de cana-de-açúcar para açúcar e etanol, comércio de serviços, com forte potencial para saúde e educação, energia hidráulica e bioenergia, extrativismo de babaçu e carnaúba, hortifruticultura, indústria de cerâmica, vestuário, química, bebidas, alimentos e móveis, piscicultura, suinocultura e turismo.

O território Planície Litorânea⁸ faz parte da macrorregião Litoral, com 6.325 Km² (2,44% do território piauiense), tendo como potencialidades: agroindústria de laticínios, bovinocultura de leite, comércio e serviços, energia eólica, fruticultura irrigada, gás e petróleo, ovinocaprinocultura, piscicultura e o turismo.

Já o território Serra da Capivara⁸ faz parte da macrorregião Semiárido, com 25.465 Km² (9,82% do território piauiense), tem potenciais de: agroindústria de doces e geleias, apicultura, artesanato, energia eólica e solar, fruticultura irrigada, mineração, notadamente com minério de ferro e níquel, ovinocaprinocultura e turismo.

O território Tabuleiros do Alto Parnaíba⁹ faz parte da macrorregião Cerrados, com 34.550 Km² (13,33% do território piauiense), tendo como potencialidades: agronegócio (soja e milho), bovinocultura, comércio e serviços, energia hidráulica, eólica e solar, extrativismo de buriti, fruticultura irrigada, gás e petróleo, mineração e piscicultura.

Já o território Vale do Canindé¹⁰ faz parte da macrorregião Semiárido, com 14.290 Km² (5,51% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: apicultura, notadamente de mel, geleia real e própolis, avicultura, bovinocultura de leite, cajucultura, mineração de argila, ovinocaprinocultura e turismo.

O território Vale do Guaribas¹¹ faz parte da macrorregião Semiárido, com 10.586 Km² (4,08% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: apicultura, bovinocultura de leite, cajucultura notadamente de cajuína, doce e castanha, comércio e serviços, energia eólica e solar, mineração de calcário e rochas ornamentais e ovinocaprinocultura.

Enquanto isso, o território Vale do Sambito¹³ faz parte da macrorregião Semiárido, com 14.272 Km² (5,51% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: agroindústria de doces e geleias, laticínios, cajuína e polpa de fruta, avicultura, cajucultura, cana-de-açúcar, extrativismo de buriti, fruticultura

0,577); Campo Largo do Piauí (IDH: 0,528); Domingos Mourão (IDH: 0,550); Esperantina (IDH: 0,605); Joaquim Pires (IDH: 0,522); Joca Marques (IDH: 0,504); Lagoa de São Francisco (IDH: 0,529); Luzilândia (IDH: 0,545); Madeiro (IDH: 0,563); Matias Olímpio (IDH: 0,562); Milton Brandão (IDH: 0,508); Morro do Chapéu do Piauí (IDH: 0,550); Nossa Senhora dos Remédios (IDH: 0,533); Pedro II (IDH: 0,571); Piracuruca (IDH: 0,596); Piri-piri (IDH: 0,635); Porto (IDH: 0,549); São João da Fronteira (IDH: 0,515); São João do Arraial (IDH: 0,523) e São José do Divino (IDH: 0,565).

6 Fazem parte desse território os municípios de: Agricolândia (IDH: 0,599); Água Branca (IDH: 0,639); Alto Longá (IDH: 0,585); Altos (IDH: 0,614); Amarante (IDH: 0,598); Angical do Piauí (IDH: 0,630); Barro Duro (IDH: 0,612); Beneditinos (IDH: 0,557); Coivaras (IDH: 0,565); Curralinhos (IDH: 0,555); Demerval Lobão (IDH: 0,618); Hugo Napoleão (IDH: 0,599); Jardim do Mulato (IDH: 0,593); José de Freitas (IDH: 0,618); Lagoa Alegre (IDH: 0,550); Lagoa do Piauí (IDH: 0,583); Lagoinha do Piauí (IDH: 0,597); Miguel Alves (IDH: 0,539); Miguel Leão (IDH: 0,623); Monsenhor Gil (IDH: 0,615); Nazária (IDH: 0,602); Olha D'Água do Piauí (IDH: 0,576); Palmeirais (IDH: 0,562); Passagem Franca do Piauí (IDH: 0,561); Pau D'Arco do Piauí (IDH: 0,514); Regeneração (IDH: 0,591); Santo Antônio dos Milagres (IDH: 0,619); São Gonçalo do Piauí (IDH: 0,616); São Pedro do Piauí (IDH: 0,595); Teresina (IDH: 0,751) e União (IDH: 0,577).

7 Fazem parte desse território os municípios de: Bom Princípio (IDH: 0,532); Buriti dos Lopes (IDH: 0,565); Cajueiro da Praia (IDH: 0,546); Caraúbas (IDH: 0,505); Caxingó (IDH: 0,488); Cocal (IDH: 0,497); Cocal dos Alves (IDH: 0,498); Ilha Grande (IDH: 0,563); Luís Correia (IDH: 0,541); Murici dos Portelas (IDH: 0,530) e Parnaíba (IDH: 0,687).

8 Fazem parte desse território os municípios de: Bom Princípio (IDH: 0,532); Buriti dos Lopes (IDH: 0,565); Cajueiro da Praia (IDH: 0,546); Caraúbas (IDH: 0,505); Caxingó (IDH:

irrigada, ovinocaprinocultura e turismo.

Finalmente, o território Vale dos Rios Piauí e Itaueira¹⁴ faz parte da macrorregião Cerrados, com 27.293 Km² (10,53% do território piauiense), tendo como potencialidades econômicas: avicultura, bovinocultura de corte, cajucultura, comércio e serviços, energias hidráulica, solar e bioenergia, fruticultura irrigada, gás e petróleo, indústria de produtos químicos e farmacêuticos e turismo.

Esses são os caminhos da Rede, em uma metodologia aberta, que pode ser mudada no decorrer da realização da pesquisa, do que se levantará de seus resultados e, principalmente, de como se dará o combate e a prevenção da pandemia do COVID-19 no Piauí e suas consequências para o estado e seus territórios de desenvolvimento.

4 Cuidando de quem cuida. Pontos e contrapontos do Instagram e do WhatsApp da Rede de Solidariedade de Segurança do Trabalho no Piauí. Ouvir o próximo para combater as fake news e evoluir a solidariedade comunicacional

Acredita-se, e vive-se cientificamente, em metodologias ativas, não como camisas de força, mas como componentes de rumo de uma ideia, mas que a partir da colocação para debate social, possa ser modificada no decorrer do processo.

Assim, trabalha-se com a Rede. Torce-se para a pandemia passar, ser controlada e que venha logo a vacina contra a COVID-19. Que a vacinação seja acessível a todas as populações. Enquanto isso, os trabalhos da Rede permanecem e suas ações científicas e metodológicas seguem os caminhos apontados por Arilda Godoy (1995); Carlos Jung (2004); Cecília Minayo (2009); Cláudio Castro (2006); Fred Kerlinger (1979); Karl Popper (2004); Manoel Barbosa Filho (1978); Pedro Demo (2000) e Pedro Marinho (1980), no sentido de fazer uma ciência com rumos sociais, seguindo os rigores metodológicos. É possível sim fazer Ciências Sociais Aplicadas com rigor, inclusive trabalhando não só com estatísticas, mas também com ações que justifiquem este próprio estudo de caso.

Espera-se, principalmente em termos analíticos, resultados a partir de três pontos básicos: formação da Rede, já implementada; funcionamento da Rede, também feito e em vias de avaliação; herança da Rede, ainda a ser feita devido ao fato de a pandemia não ter se esvaído. Esta última fase só será completa após o controle da pandemia. Ao menos, até o início de agosto de 2020, permanecia o aumento de infecções e mortes, com um longo platô de casos.

Quando pensamos na formação da Rede, pontuamos que ela é instigada com o mapeamento dos territórios de desenvolvimento do

0,488); Cocal (IDH: 0,497); Cocal dos Alves (IDH: 0,498); Ilha Grande (IDH: 0,563); Luís Correia (IDH: 0,541); Murici dos Portelas (IDH: 0,530) e Parnaíba (IDH: 0,687).

8 Fazem parte desse território os municípios de: Anísio de Abreu (IDH: 0,594); Bonfim do Piauí (IDH: 0,542); Campo Alegre do Fidalgo (IDH: 0,537); Capitão Gervásio Oliveira (IDH: 0,553); Caracol (IDH: 0,552); Coronel José Dias (IDH: 0,546); Dirceu Arcoverde (IDH: 0,561); Dom Inocêncio (IDH: 0,549); Fartura do Piauí (IDH: 0,548); Guaribas (IDH: 0,508); João Costa (IDH: 0,561); Jurema (IDH: 0,555); Lagoa do Barro do Piauí (IDH: 0,502); São Braz do Piauí (IDH: 0,596); São João do Piauí (IDH: 0,645); São Lourenço do Piauí (IDH: 0,595); São Raimundo Nonato (IDH: 0,661) e Várzea Branca (IDH: 0,553).

9 Fazem parte desse território os municípios de: Antônio Almeida (IDH: 0,620); Baixa Grande do Ribeiro (IDH: 0,564); Bertolínia (IDH: 0,612); Canavieira (IDH: 0,583); Guadalupe (IDH: 0,650); Jerumenha (IDH: 0,591); Landri Sales (IDH: 0,584); Marcos Parente (IDH: 0,590); Porto Alegre do Piauí (IDH: 0,563); Ribeiro Gonçalves (IDH: 0,601); Sebastião Leal (IDH: 0,562) e Uruçuí (IDH: 0,631).

10 Fazem parte desse território os municípios de: Bela Vista do Piauí (IDH: 0,576); Cajazeiras do Piauí (IDH: 0,562); Campinas do Piauí (IDH: 0,544); Colônia do Piauí (IDH: 0,588); Conceição do Canindé (IDH: 0,589); Floresta do Piauí (IDH: 0,538); Isaias Coelho (IDH: 0,582); Oeiras (IDH: 0,634); Santa Cruz do Piauí (IDH: 0,601); Santa Rosa do Piauí (IDH: 0,567); Santo Inácio do Piauí (IDH: 0,613); São Francisco de Assis do Piauí (IDH: 0,485); São Francisco do Piauí (IDH: 0,570); São João da Varjota (IDH: 0,559); Simplício Mendes (IDH: 0,627); Tanque do Piauí (IDH: 0,579) e Wall Ferraz (IDH: 0,544).

11 Fazem parte desse território os municípios de: Alagoinha do Piauí (IDH: 0,531); Alegrete do Piauí (IDH: 0,585); Aroeiras do Itaim (IDH: 0,519); Bocaina (IDH: 0,632); Campo Grande do Piauí (IDH: 0,560); Dom Expedito Lopes (IDH: 0,601); Francisco Santos (IDH: 0,608);

Piauí; com pré-identificação de possíveis agentes de segurança do trabalho no combate e na prevenção à pandemia nesses territórios de desenvolvimento, com buscas virtuais e por meio de solidariedade de atuações nas redes, vivenciando esses agentes, via sistema de indicação e de mobilização; com a potencialização da Rede, por meio de mensagens instantâneas sobre segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19 (as mensagens devem ser enviadas através do aplicativo WhatsApp); com a potencialização dos discursos, da rede de solidariedade e de informações acerca de segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19 (via Instagram).

Esta interface trouxe os primeiros resultados, principalmente agregando profissionais de saúde e outras redes de solidariedade ao perfil do Instagram da Rede piauiense. O fortalecimento via aplicativo WhatsApp também foi crucial.

Quando pensamos o funcionamento da Rede, pontuamos que ela proporciona: a agregação de valores, de troca de mensagens, de informação e, principalmente, de uma maior consciência entre os membros de empresas públicas e privadas sobre manuais informais de segurança do trabalho para prevenção e combate ao COVID-19; o mapeamento dos territórios com maior e menor abrangência e participação da Rede; muitos debates na Rede, via grupos de WhatsApp institucionalizados no sentido de troca de expertises locais, regionais, nacionais e até internacionais sobre segurança do trabalho e criação de manual virtual (via Instagram) para prevenção e combate ao COVID-19; a socialização dos resultados de forma científica, social e midiática, visto que bons exemplos podem ser inspiradores para outras partes do País e até do Mundo.

Nota-se, em termos de resultados, em pleno combate à pandemia, que a questão de redes que possam trazer solidariedade e esperança se torna urgente. Com o passar dos dias, das semanas e até dos meses, diante de casos que se multiplicam, são notáveis os esgotamentos físicos e mentais de quem está na linha de frente. Nota-se um aumento da pressão de parte da população para o retorno aos trabalhos e funcionamento normal dos serviços, principalmente pelos que estão mais afetados financeiramente.

Outro ponto a ser levado em conta nos trabalhos da Rede é pensar e agir sobre a questão da contaminação dos profissionais da saúde, já que seus trabalhos têm alto potencial de estresse e exigem uma maior necessidade de visão midiática (no caso da Rede estudada). É preciso mostrar, principalmente, a realidade que esses profissionais vivem, isto é, o que é realmente estar na linha de frente.

Quando pensamos na herança da Rede, decidimos vivenciar e deixar: ferramentas e expertises que ajudem na prevenção de possíveis novas pandemias e, inclusive, no próprio enfrentamento

Fronteiras (IDH: 0,619); Geminiano (IDH: 0,561); Itainópolis (IDH: 0,541); Monsenhor Hipólito (IDH: 0,561); Paquetá (IDH: 0,509); Picos (IDH: 0,698); Pio IX (IDH: 0,564); Santana do Piauí (IDH: 0,574); Santo Antônio de Lisboa (IDH: 0,584); São João da Canabrava (IDH: 0,559); São José do Piauí (IDH: 0,552); São Julião (IDH: 0,594); São Luís do Piauí (IDH: 0,554); Sussuapara (IDH: 0,586); Vera Mendes (IDH: 0,503) e Vila Nova do Piauí (IDH: 0,565).

12 Fazem parte desse território os municípios de: Aroazes (IDH: 0,583); Barra D'Alcântara (IDH: 0,577); Elesbão Veloso (IDH: 0,595); Francinópolis (IDH: 0,564); Inhumas (IDH: 0,624); Ipiranga do Piauí (0,630); Lagoa do Sítio (0,541); Novo Oriente do Piauí (IDH: 0,562); Pimenteiras (IDH: 0,566); Prata do Piauí (IDH: 0,565); Santa Cruz dos Milagres (IDH: 0,577); São Félix do Piauí (IDH: 0,610); São Miguel da Baixa Grande (IDH: 0,563); Valença do Piauí (IDH: 0,647) e Várzea Grande (IDH: 0,571).

13 Fazem parte desse território os municípios de: Aroazes (IDH: 0,583); Barra D'Alcântara (IDH: 0,577); Elesbão Veloso (IDH: 0,595); Francinópolis (IDH: 0,564); Inhumas (IDH: 0,624); Ipiranga do Piauí (0,630); Lagoa do Sítio (0,541); Novo Oriente do Piauí (IDH: 0,562); Pimenteiras (IDH: 0,566); Prata do Piauí (IDH: 0,565); Santa Cruz dos Milagres (IDH: 0,577); São Félix do Piauí (IDH: 0,610); São Miguel da Baixa Grande (IDH: 0,563); Valença do Piauí (IDH: 0,647) e Várzea Grande (IDH: 0,571).

14 Fazem parte desse território os municípios de: Arraial (IDH: 0,560); Brejo do Piauí (IDH: 0,515); Canto do Buriti (IDH: 0,576); Flores do Piauí (IDH: 0,545); Floriano (IDH: 0,700); Francisco Ayres (IDH: 0,577); Itaueira (IDH: 0,583); Nazaré do Piauí (IDH: 0,576); Nova Santa Rita (IDH: 0,554); Paes Landim (IDH: 0,575); Pajeú do Piauí (IDH: 0,559); Pavussu (IDH: 0,526); Pedro Laurentino (IDH: 0,572); Ribeira do Piauí (IDH: 0,520); Rio Grande do Piauí (IDH: 0,572); São José do Peixe (IDH: 0,573); São Miguel do Fidalgo (IDH: 0,525); Socorro do Piauí (IDH: 0,561) e Tamboril do Piauí (IDH: 0,501).

e ação das epidemias já existentes, recorrentemente presentes nos territórios de desenvolvimento do Piauí e possíveis de serem prevenidas e debatidas. Vale ressaltar que se isso é feito em conjunto, sempre há melhores resultados.

O que a Rede já deixa de consequências e reflexões é que há um fluxo muito grande e necessário de informações, principalmente que precisam ser circundantes, para abranger o público ao qual ela se destina, bem como a população em geral, como fontes alternativas e de significação dos atuais esforços para o combate à pandemia.

No perfil da Rede, não se veiculam tratamentos milagrosos, nem questões de querelas político-ideológicas, mas sim da importância do que, cientificamente, está constatado e da questão dos dados por meios oficiais, notadamente acadêmicos.

Nessa interface, começamos os debates a respeito da urgência do próprio combate as fake news. Estas notícias continuam a circundar os ambientes de combate à pandemia e coadunam com o que foi expresso sobre profusão, características e consequências, elencados por: Afonso de Albuquerque (2020); Heitor Pasquim, Marcos Oliveira e Cássia Soares (2020); Hossein Derakhshan e Claire Wardle (2017); Escola Nacional de Saúde Pública (2020); Glayder Guimarães e Michael Silva (2019); Luís Felipe Miguel (2019); Marco Aurélio Ruediger (2019) e Renê Braga (2018).

Novamente, o Instagram tem se mostrado uma ferramenta comunicacional válida por ter alcance fácil, ser rápido e ter uma série de funcionalidades de alto envolvimento para o público-alvo inicial: os profissionais de saúde (diretos e indiretos) no combate à pandemia. As avaliações são dadas, principalmente, via sistema de *stories* para contrariar fake news. No período estudado (final de abril ao início de agosto), houve a média de cinco stories desmentidos por dia. A maioria sobre o fim das vagas de UTI em hospitais do estado e também da reabertura rápida de todas as atividades comerciais. Os pontos balizadores dos desmentidos partem, principalmente, do Governo estadual e das prefeituras das maiores cidades, que têm feito uma comunicação exemplar, ágil em termos do combate às notícias falsas, que permanecem circundantes.

Carece um estudo mais aprofundado sobre a profusão de fake news no Piauí, mas, ao menos em termos de monitoramento de grupos e perfis pessoais do Instagram, notamos que quanto mais a pandemia provoca o isolamento social, mais ele é desrespeitado e muito disso acontece por causa de notícias falsas, advindas principalmente de sites tidos como noticiosos (quase todos nacionais) e compartilhados plenamente pelo WhatsApp, chegando até o Instagram.

Essa constatação é mais uma prova de que um ponto primário de combate as fake news são as tentativas de esclarecimento via

WhatsApp. Uma estratégia é divulgar através dos sites de notícias do estado que há a Rede. Esse trabalho é feito com o envio de material para todos os meios de comunicação do Piauí.

Um próximo passo será trabalhar especificamente as necessidades comunicacionais dos 12 territórios. Até o marco temporal do término deste artigo, via-se que a distribuição proporcional de casos e falecimentos por conta da pandemia no Piauí era disforme, havendo problemas sérios em três territórios, sendo que quatro estavam com bem menos casos, inclusive com várias cidades sem serem atingidas. Entender essas diferenças regionais e colocar seus atores do combate em contato virtual constituem ações que ajudam no processo de cuidar.

Nota-se que a Rede, aos poucos, também vai se agregando a outras redes, tanto do Piauí, quanto fora do estado, na interligação de conhecimentos e expertises, dando suas primeiras respostas empíricas ao bem maior, que é o controle da pandemia.

5 Considerações

Nota-se que cuidar de quem cuida será um dos processos contemporâneos mais urgentes do novo normal, não só em tempos pandêmicos, mas também após eles. A solidariedade, o ouvir, o abraçar (nem que seja, momentaneamente, desaconselhável) fazem parte desse processo e nada mais válido do que fazê-lo virtualmente, em um primeiro momento e, fisicamente, em um segundo momento. Voltar aos princípios básicos dos processos comunicacionais da comunicação pessoal constitui as chaves psicológicas e comunicacionais apontadas no resgate do processo.

As principais contribuições científicas e tecnológicas desta pesquisa vão desde a reflexão do fenômeno, justificando a própria Rede em questão e seus recursos públicos aplicados, bem como no incentivo a entes públicos e privados do Piauí (e respectivos atores), não só em questões de segurança do trabalho durante o combate e a prevenção à pandemia, mas também no fortalecimento de redes de solidariedade e esperança para outras perspectivas atuais, notadamente em consequência à batalha ao atomismo e aos tempos de isolacionismo, determinados pelo próprio isolamento social e as consequências pandêmicas da COVID-19.

Cientificamente, a realização de relatórios de pesquisa, da própria socialização dos materiais em artigos científicos que possam ser apresentados em eventos e também da feitura de e-book, por si só já mostram a importância e a contribuição da proposta ora apresentada.

Em termos tecnológicos, continuam os testes de expertises, condicionamentos e perspectivas de monitoramento via redes

sociotécnicas. Também segue o entendimento de questões analíticas, recomendativas e avaliativas para a construção de manuais e produtos relacionados à pandemia e a outras problemáticas da saúde, de questões sociais do Piauí e do combate as fake news.

Explicamos o fenômeno a partir da própria questão da importância da Rede como elemento colaborativo do cuidar. As ações solidárias instigam mais pontos convergentes que é o combate coletivo e individual da pandemia.

Reflete-se que é pela coletividade que conseguir-se-ão resultados mais efetivos. Se os entes públicos e privados não se unirem em seus respectivos territórios de desenvolvimento e isolamentos municipais, as próprias fake news terão mais protagonismo.

Que este trabalho não seja o fim, mas seja meio de reflexão, ação e vivência de que é preciso cuidar. Que o cuidar seja constante, dissipador, agregador e edificante, que seja refletido não só para as questões pandêmicas, mas também para todas as sociabilidades.

Levando em conta sempre o lado positivo dos fatos, que possamos entender que o voltar a olhar nos olhos, o conversar cara a cara, o abraçar, o se reunir para conversar amenidades e o viajar para um lugar realmente com o intuito de aproveitar e não mais só para fazer álbuns fotográficos façam parte desse normal, juntamente com a valorização de todas as profissões, sejam elas dos médicos, enfermeiros, fisioterapeutas, fonoaudiólogos, psicólogos, assistentes sociais, auxiliares de serviços gerais, maqueiros, agentes funerários, coveiros e quem faz os serviços básicos, a fim de garantir o nosso conforto no dia a dia.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência**. Rio de Janeiro: Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 1, n. 14, 2020, p. 184-198.

BARBOSA FILHO, Manoel. **Introdução à pesquisa: métodos, técnicas e instrumentos**. João Pessoa: Universitária da UFPB, 1978.

BRAGA, Renê Moraes da Costa. **A indústria das fake news o discurso de ódio**. IN: PEREIRA, Rodolfo Viana (org.). Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio. Belo Horizonte: IDDE, 2018.

CASTRO, Cláudio de Moura. **A prática da pesquisa**. São Paulo:

Pearson Prentice Hall, 2006.

DERAKHSHAN, Hossein; WARDLE, Claire. **Information disorder: definitions**. IN: Understanding and Addressing the Desinformation Ecosystem. Filadélfia: University of Pennsylvania, 2017.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção de conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

DICIONÁRIO DE CAMBRIDGE. **Significado de fake news**. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/fake-news>>. Acesso em: 19 mai. 2020.

ESCOLA NACIONAL DE SAÚDE PÚBLICA. **Estudo identifica principais fake news relacionadas à Covid-19**. Disponível em: <<http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/informe/site/materia/detalhe/48963>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, 1995.

GUIMARÃES, Glayder Daywerth Pereira; SILVA, Michael César. **Fake news à luz da responsabilidade civil digital: o surgimento de um novo dano social**. Fortaleza: Revista Jurídica da Faculdade 7 de Setembro, v. 16, n. 2, 2019, p. 99-114.

HOLAN, Angie Drobic. **2016 Lie of the Year: Fake news**. Disponível em: <<https://www.politifact.com/article/2016/dec/13/2016-lie-year-fake-news/>>. Acesso em: 02 mai. 2020.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Extensão territorial e população total do Piauí**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi.html>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **Coronavirus Resourch Center**. Disponível em: <<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>>. Acesso em: 04 ago. 2020.

JORNAL NACIONAL. **Brasil tem 108 enfermeiros mortos em mais de 4,1 contaminados pelo coronavírus**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/12/brasil->

tem-108-enfermeiros-mortos-e-mais-de-41-mil-contaminados-pelo-coronavirus.ghml>. Acesso em: 23 mai. 2020.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento aplicada a novas tecnologias, produtos e processos**. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2004.

KERLINGER, Fred Nichols. **Metodologia da pesquisa em Ciências Sociais: um tratamento conceitual**. São Paulo: EPU, 1979.

MARINHO, Pedro. **A pesquisa em ciências humanas**. Petrópolis: Vozes, 1980.

MIGUEL, Luís Felipe. **Jornalismo, polarização política e a querela das fake news**. Florianópolis: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, 2019, p. 46-58.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio da pesquisa social**. IN: DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu; MINAYO, Maria Cecília de Souza (orgs.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2009.

MORETZSOHN, Sylvia. **O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

O GLOBO. **Brasil ultrapassa a marca de cem médicos mortos por Covid-19, dois por dia**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/coronavirus/brasil-ultrapassa-marca-de-cem-medicos-mortos-por-covid-19-dois-por-dia-1-24438369>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Estudo da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero**. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2019/11/1693711>>. Acesso em: 25 mai. 2020.

PASQUIM, Heitor; OLIVEIRA, Marcos; SOARES, Cássia Baldini. **Fake news sobre drogas: pós-verdade e desinformação**. São Paulo: Revista Saúde e Sociedade, v. 29, n. 2, 2020, pp. 1-13.

PIAUI. **Lei Complementar Nº 87 de 22/08/2007. Estabelece o Planejamento Participativo Territorial para o Desenvolvimento Sustentável do Estado do Piauí e dá outras providências**. Disponível em: <<http://legislacao.pi.gov.br/legislacao/default/ato/13144>>. Acesso em: 18 abr. 2020.

POPPER, Karl R. **A lógica das ciências sociais**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala**. São Paulo: Pólen, 2019.

RUEDIGER, Marco Aurélio. **Desinformação nas eleições 2018: o debate sobre fake news no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2019.

SEPLAN – SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DO PIAUÍ. **Territórios de desenvolvimento do Piauí – Mapa de potencialidades**. Disponível em: <http://www.seplan.pi.gov.br/mapa_abril19.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Fake News no contexto da pandemia de COVID-19:

considerações a partir da cultura política

Resumo: Neste artigo analisamos as *Fake News* sobre COVID-19 a partir da perspectiva da cultura política. A partir da análise de dados da Pesquisa Mundial de Valores e de grupos focais, evidenciamos que as características da cultura política brasileira funcionam como um caldo de cultura de *Fake News*. Nesse sentido, as *Fake News* da COVID-19 devem ser compreendidas como fenômeno político. Esta perspectiva é fundamental para projetar estratégias que combatam as *Fake News* relacionadas com a pandemia.

Palavras-chave: *Fake News*; cultura política; COVID-19; desconfiança.

Fake news en el contexto de la pandemia Covid-19: consideraciones desde la cultura política

Resumen: En este artículo analizamos las *Fake News* sobre el COVID-19 a partir de la perspectiva de la cultura política. Analizamos datos de la Encuesta Mundial de Valores y de grupos focales, y evidenciamos las características de la cultura política brasileña que funcionan como caldo de cultivo de *Fake News*. Por ello, las *Fake News* sobre COVID-19 deben ser comprendidas como fenómeno político. Esta perspectiva es fundamental para proyectar estrategias de combate contra *Fake News* sobre COVID-19.

Palabras clave: *Fake News*; cultura política; COVID-19; desconfianza.

Fake News in the context of the COVID-19 pandemic: considerations from a political culture

Abstract: In this paper we propose an analytical perspective for understanding COVID-19 Fake News based on the concept of political culture. For this, we analyze data from the World Values Survey and focus groups. We state that the characteristics of brazilian political culture work as a breeding stock for Fake News. In that sense, we must understand COVID-19 Fake News as a political phenomenon. These insights are highly valuable for designing strategies against COVID-19 Fake News.

Key-words: Fake News; political culture; COVID-19; mistrust.



Sofia Isabel Vizcarra
Castillo¹

Débora de Oliveira Santos²

Henrique Carlos de
Oliveira de Castro³

¹ Professora da Graduação de Relações Internacionais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Foi pos-doutoranda no Departamento de Economia e Relações Internacionais no Projeto sobre Cultura Política e a Cultura Mundial de Valores da Universidade Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora em Sociologia e mestre em Ciência Política pela Pontifícia Universidade Católica do Peru (PUCP) e Mestre em Segurança Internacional pelo Institut d'études Politiques de Paris – Sciences Po.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.

³ Doutor em Ciência Política e Professor do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil. Foi Brazilian Fulbright Distinguished Chair in Democracy and Human Development no Kellogg Institute, University of Notre Dame e professor convidado na École des hautes études en sciences sociales, Paris. Pesquisador Principal da Pesquisa Mundial de Valores (World Values Survey), Diretor Nacional para Brasil. Bolsista do CNPq.

1 Introdução

As fake news podem ser compreendidas como um fenômeno comunicacional, político e social recente, porém estão ancoradas em práticas e valores arraigados cultural e socialmente no Brasil. Diante de um contexto caracterizado pela difusão do acesso à internet, pela popularização das novas redes sociais nas mais diversas camadas da sociedade e pela hiper individualização, espaços virtuais abrem-se às possibilidades de produção e consumo de conteúdo informacional plural, porém não necessariamente confiável.

A emergência do fenômeno das fake news chamou a atenção pela potencial influência que tiveram na opinião pública em processos políticos recentes em nível nacional e internacional⁴. Os usos instrumentais das fake news para fins políticos e eleitorais trouxeram preocupações sobre o funcionamento das sociedades e seus respectivos sistemas políticos (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; BENNET; LIVINGSTON, 2018; HUMPRECHT, 2019; INGLEHART; NORRIS, 2016; PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019). Porém, com a eclosão da pandemia do novo coronavírus, percebemos a permanência das fake news, mesmo em um cenário em que o poder político não esteja diretamente em disputa.

Notadamente, a pandemia de COVID-19, declarada no início do ano 2020, é um dos mais importantes acontecimentos do século XXI até o momento. Além dos graves impactos sociais e econômicos, a rapidez com que o vírus se espalhou ao redor do mundo e o pouco que a ciência médica sabe a respeito do tratamento e das sequelas da doença têm colaborado para construir um ambiente de incertezas e desinformação em torno da pandemia. Nesse contexto, observamos a presença de diversas fake news sobre o novo coronavírus, que obstaculizam a adesão da população às medidas de saúde pública necessárias para o combate da pandemia, e também potencializam as disputas políticas em torno da doença, cenário especialmente problemático no Brasil, tendo em vista a precedente conjuntura de forte polarização política no país. Conforme apontam o portal do Ministério da Saúde⁵ e dados coletados pela Fiocruz, a maioria dessas fake news se referem a métodos caseiros de prevenção ou cura, a fármacos contra o vírus (como a cloroquina e ivermectina) e notícias sobre pesquisas falsas, dados e subregistro de casos (ROCHA, 2020).

Sendo assim, diante da presença das fake news com conteúdos relacionados ao coronavírus cabe indagar: como a perspectiva da Ciência Política, particularmente da Cultura Política, pode auxiliar na compreensão de fake news no contexto da COVID-19? Para responder a esta pergunta, voltamo-nos para o caso do Brasil, discutindo de que maneira as condições existentes na cultura política podem estar

4 Por exemplo: na eleição presidencial nos Estados Unidos, em 2016; e no referendo de separação entre o Reino Unido e a União Europeia ("Brexit"), em 2016.

5 O site de identificação de Fake News do Ministério da Saúde do Brasil pode ser consultado no seguinte endereço: <https://www.saude.gov.br/component/tags/tag/novo-coronavirus-fake-news?limitstart=0>

associadas à ampla presença de fake news na sociedade brasileira. Nossa hipótese central é que não existem fake news da COVID-19, mas sim que existem fake news dos brasileiros e, principalmente, fake news como fenômeno político, sendo parte do contexto atual de polarização da sociedade brasileira.

Para responder esta pergunta usamos métodos mistos, quantitativos e qualitativos, sendo eles: (1) análise descritiva de dados da Sétima Onda da Pesquisa Mundial de Valores (*World Values Survey* - WVS) coletados durante o ano 2018, em uma amostra probabilística da população brasileira; (2) análise de conteúdo de dados oriundos de grupos focais do mesmo projeto de pesquisa, realizados em cinco capitais do Brasil durante o ano 2019, sobre a temática de fake news e política. Também completamos a pesquisa com informações sobre a COVID-19, provenientes de uma revisão da cobertura jornalística sobre a pandemia e da literatura especializada em temas de desinformação e saúde pública.

O artigo se organiza em três seções, além da introdução e das conclusões. A primeira traz um panorama geral sobre a desinformação em temas de saúde pública, apresentando o contexto e as possíveis consequências que a campanha de desinformação atual sobre a COVID-19 pode ter para a sociedade brasileira. A segunda seção apresenta as bases teóricas sobre o conceito de cultura política e sua relação com a desconfiança nas instituições públicas na criação de um caldo de cultura favorável para as fake news. Finalmente a terceira seção apresenta os resultados da análise sobre as fake news como fenômeno político e o potencial da perspectiva da cultura política como chave para compreender o funcionamento das fake news no contexto da pandemia de COVID-19.

2 A desinformação em temas de saúde pública

As fake news atingiram uma porção significativa dos canais pelos quais as pessoas se informam, seja pelo formato que possuem, em redes sociais e aplicativos de mensagens, seja pelo conteúdo que veiculam, alinhado com crenças e valores de quem nelas acreditam. Na área da saúde, fenômenos de desinformação não são novidade. Estudos anteriores já apontavam para os graves riscos que a desinformação e o descrédito da informação científica e de campanhas sanitárias têm em termos de saúde pública.

Um caso emblemático, que gerou campanhas de enfrentamento à desinformação sobre o tema, é o movimento antivacinas atual. Originado durante a década de 1980 no Reino Unido e nos Estados Unidos, a partir de evidências científicas duvidosas - e posteriormente

falseadas - sobre um possível vínculo entre vacinação infantil e autismo, o movimento social antivacinas é formado principalmente por mães e pais preocupados com as consequências das vacinas na saúde de seus filhos, organizados no chamado PROVE (*Parents Requesting Open Vaccine Education*). Para o movimento, estudos sobre a segurança das vacinas não seriam imparciais e estariam alinhados a uma conspiração entre grandes farmacêuticas e governos para promover campanhas de vacinação (GROSS, 2009).

Apesar dos esforços de autoridades em difundir que esses estudos não tinham validade, os danos da desinformação foram muito maiores do que os previstos e as consequências continuam sendo devastadoras (GROSS, 2009). A resistência à vacinação de doenças preveníveis, como o sarampo, tem levado ao reaparecimento de doenças em lugares onde já tinham sido erradicadas, aumentando sua incidência em nível global. Em resposta a esse problema, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o movimento antivacinas como uma das dez principais ameaças à saúde mundial⁶.

No Brasil, campanhas de desinformação sobre saúde também estão presentes. Estudos recentes apontam que há surtos de sarampo, doença que havia sido erradicada no Brasil, relacionados a indivíduos não-vacinados (APS *et al.*, 2018), mesmo a vacinação sendo obrigatória no país. Além do sarampo, informações falsas também têm sido difundidas sobre febre amarela e dengue. No caso da febre amarela, boatos sobre um suposto surto da doença levaram à procura por fármacos desnecessários (HENRIQUES, 2018).

Esse tipo reação comportamental da população, em busca de produtos que acreditam ser necessários para garantir a sua saúde, pode desencadear tanto o desabastecimento desses produtos, quanto riscos à saúde associados à automedicação. O mesmo comportamento tem sido observado na pandemia da COVID-19, com a atual procura em massa por medicamentos como cloroquina, hidroxicloroquina e ivermectina⁷. Segundo pesquisadores da Fiocruz, 80% das consultas recebidas até março de 2020 no seu aplicativo “Eu fiscalizo” são referentes a curas caseiras e medicamentos contra a COVID-19 (ROCHA, 2020).

Nesse mesmo sentido, em estudo sobre a dengue, Villela e Almeida (2013) apontam que informações apresentadas como científicas (mesmo que não as sejam) equivalem, na percepção dos cidadãos, a informações verdadeiras. Percebe-se aqui o mesmo caso do movimento antivacinas, em que a desconfiança em relação às campanhas de saúde pública surge de uma suposta informação científica. Assim, quando há uma oposição sobre condutas de saúde pública, numa disputa entre dois conhecimentos aparentemente equivalentes, o cidadão tende a escolher sua conduta a partir de

6 Para a lista completa de ameaças, ver: <https://www.who.int/news-room/feature-stories/ten-threats-to-global-health-in-2019>.

7 Exemplos sobre procura do medicamento se repetem em diversas cidades do país, como mostra a seguinte reportagem: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2020/04/06/procura-por-hidroxicloroquina- chega-a-aumentar-355percent-em-farmacia-na-bahia-pessoal-comprava-11-caixas-para-estocar.ghtml>

outros critérios de legitimidade, não necessariamente científicos. Este parece ser também o caso da disputa em torno dos usos de medicamentos como a cloroquina e a ivermectina durante a pandemia de COVID-19, com uma constante disputa entre condutas de saúde pública aparentemente equivalentes.

Mesmo que a desinformação na saúde não seja um fenômeno recente, esses estudos indicam que ela está relacionada à credibilidade e à legitimidade percebidas pelos cidadãos em relação à informação que utilizam para tomar decisões. Quando pertinente, a informação permite orientar e gerar condutas desejadas, criar confiança nas instituições e evitar reações psicoemocionais adversas que possam agravar a situação de crise (COVELLO, 2003; DISATO; VAFEIADIS; AMARAL, 2015). Mas, quando se trata de desinformação, as consequências podem ser graves.

Num mundo cada vez mais interdependente, riscos referentes às doenças aumentam proporcionalmente com o grau de interconexão. Nesses contextos, a informação é base para o desenvolvimento de uma “reflexividade” (GIDDENS, 1991; BECK, 1992), isto é, a “capacidade das pessoas de estabelecer uma revisão contínua de suas atitudes e comportamentos a partir de novas informações ou conhecimentos dos aspectos da vida social” (VILLELA; ALMEIDA, 2013, p. 126). Assim, informação e meios de comunicação desempenham um papel fundamental à saúde pública.

Porém, segundo Seymour *et al.* (2015), o descrédito em evidências científicas é potencializado pelo uso de novas redes sociais, cujas postagens diluem a origem da informação, dificultando a verificação das fontes desses conteúdos. Esse problema se agrava pela tendência a relativizar informações oficiais, que, por um lado, ocorre devido a dúvidas sobre a imparcialidade dessas informações (GROSS, 2009); e, por outro, pelo conflito entre informação e sistema de crenças, isto é, quando as convicções pessoais acionadas para interpretar essas informações são percebidas como contrárias às orientações oficiais de saúde pública (KATA, 2010; KAUFMAN, 2010). Como as crenças em temas de saúde se relacionam com o sistema de crenças geral, elas estão associadas à confiança nas instituições, que comunicam e implementam ações de saúde pública. Parte desta desconfiança informacional se vincula, justamente, à desconfiança nas instituições públicas que produzem informações oficiais.

Nesse sentido, problemas de desinformação em saúde pública não podem ser compreendidos sem o contexto mais amplo no qual eles se inserem. No caso da COVID-19, a desinformação deve ser situada no contexto político atual brasileiro: as fake news sobre a pandemia não são, necessariamente, específicas sobre saúde, mas refletem a polarização política da sociedade, e, portanto,

devem ser abordadas também como um fenômeno político. Com base nessas considerações, propomos compreender as fake news sobre a COVID-19 como um objeto político, a ser analisado na perspectiva da cultura política, mais além de unicamente um tema de comunicação em saúde pública.

3 Fake News e cultura política: o apelo aos valores enraizados dos brasileiros

Para discutir as fake news como objeto político, é preciso caracterizar a cultura política brasileira. A formação política do Brasil é marcada pelo autoritarismo, grande desigualdade social, rupturas políticas, mau desempenho institucional, corrupção sistêmica e uma cidadania passiva frente à forte presença do Estado. Resulta disso, uma cultura política híbrida, que desconecta as condições formais e os valores democráticos das práticas informais e autoritárias aceitas socialmente (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018; BAQUERO; GONZÁLEZ, 2016).

Isso “se materializa quando os cidadãos, ao mesmo tempo em que consideram a democracia a melhor forma de governo, não se mostram satisfeitos com o desempenho das instituições políticas democráticas” (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016, p. 10), gerando, conseqüentemente: atitudes ambivalentes sobre a democracia; memória simbólica do passado autoritário numa nostalgia da ditadura; e a manutenção de velhas práticas políticas, como o nepotismo, o patrimonialismo e o clientelismo (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2016; BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; CASTRO, 2014; MOISÉS, 2008).

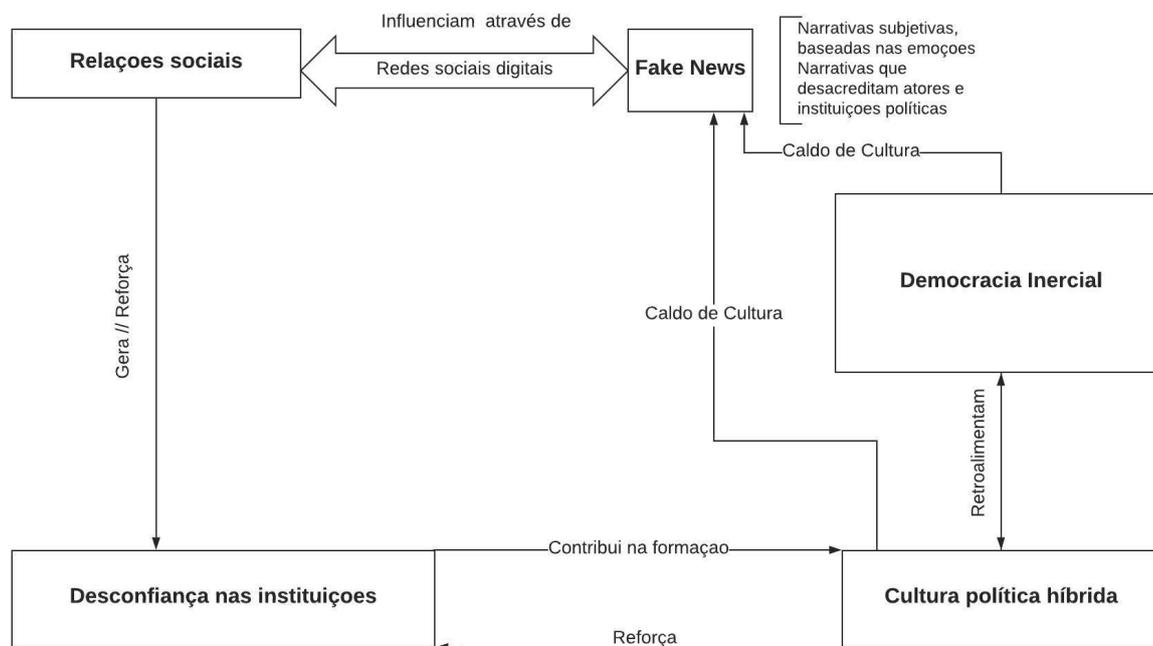
Ao contrário do esperado, a vivência em um período democrático (eleições regulares, estabilidade política e alternância de poder) não conseguiu socializar valores e atitudes mais democráticos e não foi suficiente para superar características híbridas e heranças autoritárias (BAQUERO; GONZÁLEZ, 2011). Isso se reforça pela presença de uma democracia inercial no Brasil, com assimetrias entre o desenvolvimento político e o desenvolvimento econômico. Em democracias inerciais, as instituições de mediação política são incapazes de transmitir e traduzir demandas sociais em políticas públicas eficientes e satisfatórias (BAQUERO, 2018), o que reforça a insatisfação e a desconfiança dos cidadãos para com as instituições políticas. O caldo de cultura da sociedade brasileira é, portanto, formado pela retroalimentação entre a cultura política híbrida e a democracia inercial.

Nos últimos anos, a desconfiança institucional se intensificou. A conjuntura de crises políticas e econômicas gerou radicalização política e uma cultura de descrédito generalizado (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016; BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018). A ausência de confiança nas instituições cria um círculo vicioso em regimes democráticos, já que instituições sem confiança perdem legitimidade, ao mesmo tempo que não conseguem apoio suficiente para restabelecê-la. Mas, a confiança não é produzida pelas instituições, e sim um fator externo, produto da herança cultural (ALMOND; VERBA, 1963; INGLEHART, 1977), de “crenças enraizadas nas normas culturais” socialmente compartilhadas e reproduzidas em processos de socialização política (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016, p. 11). Portanto, a desconfiança presente na sociedade brasileira é gerada e reforçada por crenças e valores transmitidos em relações sociais, em agências socializadoras como família, escola, trabalho e amigos.

Como as novas tecnologias de comunicação e informação criaram espaços virtuais para essas relações sociais, as novas redes sociais se tornaram uma agência socializadora. Valores e crenças socialmente compartilhados podem ser reproduzidos em espaços virtuais de convivência social. Porém, algumas questões devem ser ponderadas. Por um lado, a hiper individualização nas novas redes sociais cria a ilusão de um debate público sem mediação, no qual o indivíduo é completamente livre para se expressar num ambiente aparentemente sem regras e sanções sociais (CASTRO, 2015). Por outro, os algoritmos dessas redes também criam “bolhas” de relações sociais, que se tornam, por vezes, “bolhas” ideológicas.

Como as fake news estão cada vez mais presentes nos espaços virtuais de sociabilidade, esses conteúdos reforçam traços da cultura política brasileira. Ao mesmo tempo, as narrativas subjetivas das fake news, baseadas em emoções e temas sensíveis que deslegitimam atores e instituições (PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019), também se disseminam com maior facilidade dado o caldo de cultura política da sociedade brasileira. O esquema abaixo, elaborado por Piccinin, Castro e Vizcarra (2019), ilustra esse argumento.

Figura 1. Diagrama - O círculo vicioso da desconfiança e as fake news.



Fonte: Piccinin, Castro e Vizcarra (2019).

Assim, as fake news encontram um ambiente sociocultural fértil para a sua disseminação ao acionar convicções políticas individuais já existentes, independentemente dos conteúdos que venham a assumir, sejam eleitorais ou de saúde pública. Ou seja, as fake news que circulam atualmente no Brasil compartilham das mesmas questões de fundo e estão relacionadas com o mesmo caldo de cultura política. Além disso, o contexto político atual de forte descrédito e radicalização política também dá aspectos políticos às fake news relacionadas à COVID-19, estimulando as disputas entre conhecimentos em torno da pandemia.

4 As fake news como fenômeno político no contexto da COVID-19

A cultura política da sociedade brasileira é marcada pelo hibridismo e pela presença de uma democracia inercial, com altos níveis de desconfiança interpessoal e institucional (CASTRO, 2009; BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2018). Como mencionamos anteriormente, a desconfiança é um fator chave para compreender o contexto de disseminação de *Fake News*, podendo resultar em danos sociais significativos quando associada a temas de saúde pública. Nesta seção, analisaremos, primeiramente, a relação entre desconfiança,

instituições políticas e meios de comunicação tradicionais; depois, discutiremos como essas características se refletem no contexto da pandemia de COVID-19.

4.1 A desconfiança do brasileiro nas instituições políticas e de comunicação tradicionais

No Brasil, índices de confiança nas instituições políticas e nas instituições de comunicação são relativamente baixos quando comparados com os níveis de confiança interpessoal (PICCININ; CASTRO; VIZCARRA, 2019). Estes resultados são corroborados por dados coletados em grupos focais, realizados em cinco capitais brasileiras pela equipe *World Values Survey* Brasil durante o ano 2019, nos quais verificamos a presença de traços da cultura política híbrida brasileira (BAQUERO; RANINCHESKI; CASTRO, 2018). Particularmente, a desconfiança nas instituições aparece em falas que expressam descontentamento com o desempenho institucional e com o comportamento de líderes políticos, vinculando-os, principalmente, à corrupção.

[Participante]: Porque o que eu vejo aí, pô, o Lula ficou e o que o Lula fez? Roubou, roubou. O PT só queria saber de roubar. Está todo mundo roubando, roubou, então, só tem ladrão. Não sei como não saiu briga, ali. Agora tem Crivella. Roubou, roubou. Ali só tem ladrão nessa brincadeira aí. Eles estão lá só para favorecer a si próprio, comprar isso, comprar aquilo. A gente fica nesse fogo cruzado [...]. (WVS, 2019)

Essa mesma desconfiança aparece em relação aos meios de informação tradicional, mas com duas tendências distintas. Por um lado, os participantes dos grupos focais, quando perguntados sobre fontes de informação que confiam e sobre como saber se uma notícia é falsa ou não, mencionaram os jornais como sendo fontes confiáveis de informação. Por outro lado, também manifestaram certa desconfiança associada à percepção de que a mídia tende a ser parcial e orientada pelos seus próprios interesses.

[Moderador]: E vocês acham que, por exemplo, os jornalistas poderiam... ser... criar fake news? [Participante 1]: Os jornalistas criam fake news, a Joice Hasselmann já foi processada por isso algumas vezes. [Moderador]: Uhum. Participante 2, o que você acha? [Participante 2]: Acredito que sim, acredito que sim. É... assim, eu defendo muito a questão do interesse, né? Sempre há um interesse. E como toda a informação é gerada por um ser humanos, vamos dizer assim, sempre tem um interesse ali. É... e é igual ele falou, é... tem empresas de... grandes empresas de marketing, que elas são pagas e são profissionais só pra

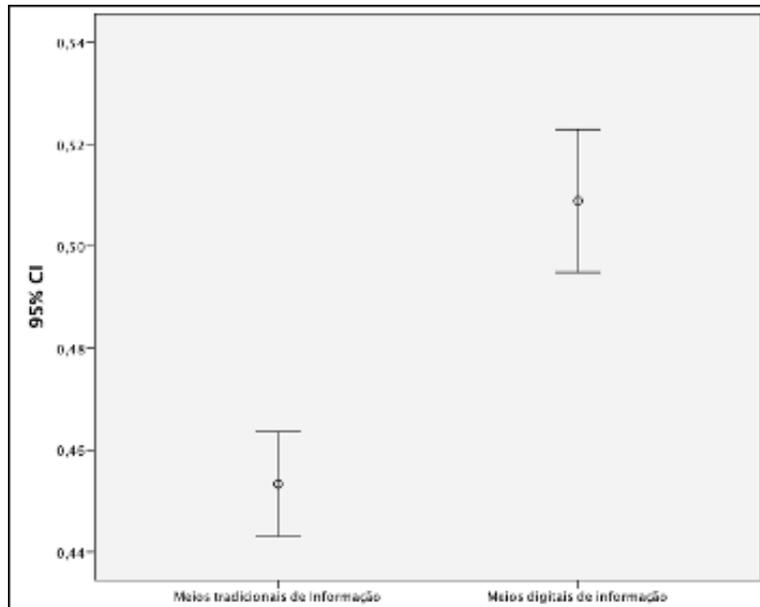
desenvolver estratégias... é... utilizando... é... manipulações de dados. É... a gente vê isso no meio político muito. Hoje em dia, a gente vê isso. Mas isso é utilizado desde... muito tempo atrás. (WVS, 2019).

Não confiar em instituições políticas e não confiar nos veículos tradicionais de mídia cria um vácuo que parece ser preenchido pelas relações interpessoais. A partir dos grupos focais, identificamos que círculos pessoais são uma das principais fontes de informação dos participantes: familiares e amigos são acionados tanto para se informar, quanto para checar se informações são verdadeiras ou falsas. Em contrapartida, também se verificam situações nas quais receptores de *Fake News* que não acreditaram nas informações recebidas a partir dos seus círculos pessoais: “[Participante]: Eu tenho um grupo de primos que, às vezes, dá vontade de enrolar um jornal e bater neles (risos). Pra ver se absorvem alguma informação” (WVS, 2019).

[Participante]: Eu... tipo, eu passei... assim, eu passo muito para o meu namorado e para a minha irmã assim. Que são pessoas assim que eu... eu não passo muito essas coisas no grupo. Aparecia notícia assim: “Ah, político tal e tal está fazendo isso e isso. Tal político tá fazendo isso e isso”. Aí eu tenho esse debate assim, tipo, tanto com o meu namorado, como a minha irmã, de ver: “Olha, será que isso é verdade e tal”. (WVS, 2019).

Analisamos agora a possibilidade de exposição às *Fake News*. Considerando que essas notícias falsas se concentram na internet, construímos dois índices a partir de variáveis de frequência de uso para diferentes meios de informação: 1) “Meios tradicionais de informação”, representando as médias das variáveis de frequência de uso de “Jornais diários”, “Jornais de TV”, “Jornais de rádio” e “Conversas com amigos ou colegas”; e 2) “Meios conectivos”, representando as médias das variáveis de frequência de uso de “Celular”, “E-mail”, “Internet” e “Redes Sociais”. Os resultados estão no Gráfico 1, abaixo:

Gráfico 1: Gráfico de erro de frequência de informação por “Meios tradicionais de informação” e “Meios conectivos de informação”.



Fonte: Piccinin, Castro e Vizcarra (2019).

Esses resultados apontam que os brasileiros já utilizam mais de meios digitais de informação do que de meios tradicionais para se informar. O uso de meios conectivos pode deixá-los mais expostos às informações falsas, e, em tese, mais suscetíveis a consumir e compartilhar fake news. Isso se verifica também nos grupos focais, nos quais encontramos menções aos meios conectivos como fonte de informação, desde sites da internet até redes sociais, como YouTube, Twitter, Facebook e WhatsApp. Muitos participantes também expressaram a sensação de não ser possível fugir daquilo que é veiculado nos meios conectivos: “[Participante]: TV você pode desligar, mas rede social você já está muito vinculado” (WVS, 2019).

[Moderador]: Gente, eu não sabia dessa história. Onde vocês ficaram sabendo dela? [Participante 1]: Eu vi isso no zap. [Participante 2]: Eu recebi pelo WhatsApp, internet. [Participante 3]: É. Tem site na internet que sai muito. [Moderador]: Pela internet? [Participante 4]: É. E no Facebook. (WVS, 2019).

Além desses aspectos, outro ponto relevante é a percepção que pessoas têm sobre a circulação de fake news. Há um consenso de que o compartilhamento dessas notícias é feito por quem acredita nos seus conteúdos e ignora fatos e dados para sustentar posicionamentos e crenças já existentes: “[Participante] Então, hoje em dia, ainda existe

isso, não basta também você mostrar a verdade pra pessoa. Surgiu um movimento de que a verdade é aquilo que eu decido que é a minha verdade, como se fosse uma fé, uma religião” (WVS, 2019). Esse consenso aparece também na percepção de que a circulação dessas notícias se dá dentro de círculos pessoais de confiança, em que o compartilhador confia em quem lhe enviou a notícia.

[Participante 1]: É. Essa questão da confiança, né? Você receber uma mensagem de uma pessoa querida, que é sua... então você não vai achar que ela tá mandando uma coisa errada pra você. [Participante 2]: Estatisticamente as fake news mais circulam em grupos familiares no WhatsApp. (WVS, 2019).

[Participante 1]: Relacionado ainda à política, elas servem meio... as pessoas continuam... ainda tem gente que continua defendendo. Então é pra meio que... é... atacar mesmo: “Olha, eu tava certo” [...]. [Participante 2]: Pra justificar o governo. [Participante 1]: Justificar e justificar a atitude que ela tomou: “Eu tava certa e você...”. Ou o contrário também: “Ó, eu tava certa e ele tá danando com tudo”. Tipo, pra meio que... pra afirmar, se autoafirmar, aquilo que você acredita, você vai, mesmo que não seja verdade, você vai propagar pra... pra que as outras pessoas vejam que você tava certo. (WVS, 2019).

A falta de confiança é um importante traço da cultura política híbrida brasileira, que tem se intensificado em um descrédito generalizado que alcança inclusive os meios tradicionais de informação. Paralelamente, a sociedade brasileira está cada vez mais conectada, utilizando de novas redes sociais para se informar. Os dados aqui apresentados apontam que o brasileiro tem buscado sua informação sobretudo a partir de círculos sociais, o que não garante a veracidade dessa informação e dificulta a construção de estratégias de combate à desinformação, em especial no contexto da pandemia.

Se por um lado, o vácuo de confiança parece ser preenchido por relações interpessoais, que acontecem dentro de espaços virtuais; por outro, identifica-se que a circulação das fake news se dá em círculos pessoais de confiança. Esses círculos são reforçados por “bolhas” algorítmicas, que, ao reafirmar crenças e valores pré-existentes, tornam-se “bolhas” ideológicas, abastecidas por informações que não são, necessariamente, verdadeiras. É nesse caldo de cultura que as fake news sobre a COVID-19 têm se proliferado. Como discutimos a seguir, as fake news sobre a pandemia adotaram as mesmas características e dinâmica de difusão daquelas sobre política, desacreditando, principalmente, informações de origem oficial e científica. Portanto, valendo-se do caldo de cultura de profunda desconfiança da sociedade brasileira.

4.2 Compreender a dimensão política das fake news sobre a COVID-19

As fake news sobre a COVID-19 podem ser compreendidas como um fenômeno político por dois motivos. Em primeiro lugar, como apontamos anteriormente, pela relação entre confiança nas informações de origem pública e a confiança nas instituições em geral. Em segundo lugar, porque estão diretamente vinculadas às posturas de atores políticos, replicando, também, padrões de difusão já detectados durante campanhas eleitorais. Nesse sentido, as fake news sobre a pandemia devem ser compreendidas desde as lentes da cultura política híbrida dos brasileiros, que influenciam como os cidadãos reagem à circulação desse tipo de notícia no país. Assim, os brasileiros tendem a acreditar naquelas notícias que se alinham às suas convicções pessoais e políticas prévias, reforçando suas bolhas de informação individual.

No caso das notícias da COVID-19, a interpretação a partir da perspectiva da cultura política se torna relevante já que os próprios atores políticos têm tornado a pandemia objeto de confronto político. Isto é, os conteúdos das fake news estão alinhados a discursos políticos, tanto sobre a gravidade da pandemia, quanto sobre as supostas curas já disponíveis. Isso faz com que o ambiente de polarização, instaurado durante a campanha presidencial e descrito na segunda seção deste artigo, seja estendido e reforçado durante o contexto de pandemia. O suposto confronto entre saúde e economia estrutura o debate público em condições similares àquelas do período das eleições. Nessas situações, a cultura política de cada um se torna um fator chave para decidir em quais notícias de saúde pública devemos acreditar. Isso ecoa nas crenças dos brasileiros em relação à ciência e tecnologia, em que 37% dos cidadãos não acreditam, total ou parcialmente, que a ciência e tecnologia estão tornando sua vida mais saudável, fácil e confortável, e 32% não acham, total ou parcialmente, que é importante saber sobre ciência no seu dia a dia (WVS, 2020).

Como o compartilhamento destas fake news ocorre através de redes sociais digitais e aplicativos de mensagem direta, gerando uma “cultura da conectividade” (DIJCK, 2016), facilita-se a criação de bolhas de comunicação virtuais que reforçam nossas crenças e valores a partir de conteúdos sem base factual ou real. E, como verificamos a partir dos dados dos grupos focais, são as bolhas virtuais de relações interpessoais os principais espaços de informação do brasileiro, que tem desacreditado nos meios tradicionais de informação. Porém, são nos espaços virtuais que os indivíduos se sentem livres para defender informações que fortalecem suas crenças, independentemente da sua veracidade, enquanto são protegidos por um ambiente considerado anônimo e com baixas sanções sociais (DURKHEIM, 2013). E este quadro se agrava no contexto da pandemia de COVID-19, tendo em vista a necessidade de adoção de

medidas coletivas de saúde pública para lidar com a doença.

A COVID-19, no entanto, não é o primeiro problema de saúde pública no país que é associado a campanhas de desinformação em redes sociais. Um estudo sobre a zika no Brasil, no contexto dos jogos Olímpicos de 2016, confirma que as redes sociais são um fator que reforça a desinformação, já que nelas é possível a ação de outras novas tecnologias, como os *bots*, que aumentam exponencialmente a velocidade de propagação de boatos relacionados à saúde (GHENAI; MEJOVA, 2017).

No país, este tipo de tecnologia também tem sido detectado em outras áreas, principalmente em campanhas políticas (ARNAUDO, 2017; RUEDIEGER *et al.*, 2018), e parece ser novamente usado por atores políticos para compartilhar informações falsas sobre saúde pública. Assim, essas estratégias de difusão de fake news sobre a COVID-19 replicam estratégias já existentes no Brasil no campo da política, e que são, atualmente, investigadas pelo Supremo Tribunal Federal⁹. Tanto no fundo como na forma, estas fake news são de natureza principalmente política, e, nesse sentido, mais do que fake news sobre a COVID-19, o que vemos são fake news dos brasileiros, circulando a partir de um caldo de cultura política de desconfiança institucional existente na sociedade brasileira, independentemente do conteúdo específico da desinformação.

Compreender como a dimensão política das fake news atua nas percepções da população brasileira sobre a pandemia da COVID-19 é um insumo chave para poder inovar e criar formas de comunicação efetivas e eficazes na orientação da população sobre o vírus. Estudos anteriores apontam que estratégias clássicas de informação e educação são insuficientes em tempos de pós-verdade. É necessário conhecer tanto o conteúdo das notícias falsas, como as atitudes e valores das pessoas que não acreditam nas informações oficiais (KATA, 2010), analisando também o potencial de ferramentas de informação digital, como redes sociais e algoritmos de inteligência artificial, para auxiliar as campanhas de informação e a tomada de decisão do cidadão (REYNA, 2012; WITTEMAN; ZIKMUND-FISHER, 2012; GHENAI; MEJOVA, 2017; GUI *et al.*, 2017).

5 Conclusão

Mesmo passada a conjuntura de disputa eleitoral no Brasil, a circulação de fake news nas novas redes sociais permaneceu, tornando-se um forte agravante no contexto da crise de saúde pública

9 Até o momento da submissão do presente artigo, o também denominado “Inquérito das Fake News” continua em andamento e diversos meios de comunicação estão dando cobertura ao mesmo. Para mais detalhes, ver: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,entenda-o-inquerito-das-fake-news-contra-o-supremo,7000279593>

da pandemia de COVID-19. Diante da manutenção desse problema, somos levados a indagar quais outras questões de fundo podem estar associadas ao fenômeno das fake news. Assim, buscamos analisá-las a partir da perspectiva da cultura política. Partimos da hipótese de que as fake news não são só um fenômeno comunicacional, mas também político; e, nesse sentido, mais do que fake news sobre eleições ou sobre a pandemia, o que temos são fake news dos brasileiros, alinhadas ao caldo de cultura política da população brasileira.

Na análise do caso brasileiro, a dimensão política das fake news aparece tanto na mobilização do sistema de crenças, acionando traços da cultura política híbrida e da democracia inercial, quanto na forma em que elas refletem a polarização política e o descrédito generalizado presentes na sociedade brasileira. Essa dimensão política faz com que as fake news em torno da COVID-19 não sejam diferentes de outras notícias falsas que circularam, principalmente, durante o pleito eleitoral.

Isto é, independentemente dos seus conteúdos, as fake news no Brasil têm apelado às mesmas bases sociais e culturais e estão distribuídas dentro da mesma conjuntura de disputa política. Portanto, não só a cultura política é uma importante questão de fundo na compreensão da disseminação das fake news sobre a pandemia do novo coronavírus, como também indica que a prevalência desse fenômeno na sociedade brasileira está mais relacionada com o imaginário político brasileiro do que com seus conteúdos específicos.

Portanto, para criar estratégias de combate às fake news é preciso compreender a cultura política e incorporar às suas características nas estratégias comunicacionais. Não é suficiente checar e explicar o conteúdo da desinformação, é preciso incorporar a desconfiança, a polarização e outros aspectos socioculturais como variáveis da comunicação em tempos de pandemia. Fica assim evidente a importância do componente político como dimensão fundamental para entender e explicar não apenas a política, mas também os fenômenos sociais, econômicos e comunicacionais.

Por fim, os resultados encontrados neste trabalho abrem espaço para novas indagações. Assim, notamos que ainda é preciso verificar em que medida os conteúdos das fake news sobre a COVID-19, especificamente, são congruentes com os valores dos brasileiros. E, da mesma forma, analisar de que forma essas fake news sobre a pandemia podem estar alinhadas a narrativas políticas que buscam fomentar um descrédito para com a comunidade científica, muito presente no contexto político atual.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. **Social Media and Fake News in the 2016 Election.** Journal of Economic Perspectives, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.

ALMOND, G. A.; VERBA, S. **The civic culture:** political attitudes and democracy in five countries. Princeton: Princeton University Press, 1963.

APS, L. R. DE M. M. et al. **Adverse events of vaccines and the consequences of non-vaccination:** A critical review. Revista de Saúde Pública, v. 52, p. 1-13, 2018. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29668817/>.

ARNAUDO, D. **Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections.** Oxford: [s.n.]. Disponível em: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/>.

BAQUERO, M. **Democracia Inercial:** assimetrias entre economia e cultura política na América Latina. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2018.

BAQUERO, M.; CASTRO, H. C. DE; RANINCHESKI, S. M. **(Des) confiança nas instituições e partidos políticos na constituição de uma democracia inercial no Brasil:** o caso das eleições de 2014. Política & Sociedade, v. 15, n. 32, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15n32p9>.

BAQUERO, M.; GONZÁLEZ, R. S. **Cultura política, mudanças econômicas e democracia inercial.** Uma análise pós-eleições de 2014. Opinião Pública, v. 22, n. 3, p. 492-523, 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762016000300492&script=sci_abstract&tlng=pt.

BAQUERO, M.; RANINCHESKI, S.; CASTRO, H. C. DE O. DE. **A formação política do Brasil e o processo de democracia inercial.** Revista Debates, v. 12, n. 1, p. 87-106, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/81460>.

BECK, U. **Risk Society: Towards a New Modernity.** London: SAGE Publications, 1992.

BENNET, W. L.; LIVINGSTON, S. **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/abs/10.1177/0267323118760317>.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **É a confiança interpessoal um indicador confiável de democracia?** Um estudo a partir dos resultados da Pesquisa Mundial de Valores (WVS) na América Latina. II Congreso Latinoamericano de Opinión Pública. Anais... Buenos Aires: 2009.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **Cultura Política Comparada: democracia e mudanças econômicas: Brasil, Argentina e Chile.** Brasília: Verbena, 2014.

CASTRO, H. C. DE O. DE. **New Social Networks and Unionism (or new clothings for new forms of doing politics).** In: *Contemporary Unionism: A New View for the Trade Union Movement*. São Paulo: Selected Texts UGT/ CESIT, 2015. p. 180-189.

COVELLO, V. T. **Best practices in public health risk and crisis communication.** *Journal of Health Communication*, v. 8, n. July 2014, p. 5-8, 2003. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/713851971>.

DIJCK, J. VAN. **La cultura de la conectividad.** Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2016.

DISTASO, M. W.; VAFEIADIS, M.; AMARAL, C. **Managing a health crisis on Facebook: How the response strategies of apology, sympathy, and information influence public relations.** *Public Relations Review*, v. 41, n. 2, p. 222-231, 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811114001866>.

DURKHEIM, E. **The Division of Labour in Society.** 2nd. ed. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013.

GHENAI, A.; MEJOVA, Y. **Catching Zika Fever: Application of Crowdsourcing and Machine Learning for Tracking Health Misinformation on Twitter.** *Proceedings - 2017 IEEE International Conference on Healthcare Informatics, ICHI 2017*, p. 518, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1707.03778.pdf>.

GIDDENS, A. **The consequences of modernity**. Cambridge: Polity Press, 1991. v. 103.

GROSS, L. **A broken trust: Lessons from the vaccine-autism wars**. PLoS Biology, v. 7, n. 5, 2009. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosbiology/article/authors?id=10.1371/journal.pbio.1000114>.

GUI, X. et al. **Managing uncertainty: Using social media for risk assessment during a public health crisis**. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, v. 2017-May, p. 4520-4533, 2017. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3025453.3025891>.

HENRIQUES, C. M. P. **A dupla epidemia: febre amarela e desinformação**. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v. 12, n. 1, p. 9-13, 2018. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1513>.

HUMPRECHT, E. **Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies**. Information Communication and Society, v. 22, n. 13, p. 1973-1988, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2018.1474241>.

INGLEHART, R. **The silent revolution: changing values and political styles among Western publics**. Princeton: Princeton University Press, 1977.

INGLEHART, R. F. **Modernization, existential security, and cultural change: Reshaping human motivations and society**. Handbook of Advances in Culture and Psychology, v. 7, p. 1-59, 2016.

INGLEHART, R.; NORRIS, P. **Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash: Faculty Research Working Paper**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2818659.

INGLEHART, R.; WELZEL, C. **Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence**. Edinburgh: Cambridge University Press, 2005.

KATA, A. **A postmodern Pandora’s box: Anti-vaccination misinformation on the Internet**. Vaccine, v. 28, n. 7, p. 1709-1716,

2010. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20045099/>.

KAUFMAN, S. R. **Regarding the rise in autism:** Vaccine safety doubt, conditions of inquiry, and the shape of freedom. *Ethos*, v. 38, n. 1, p. 8-32, 2010. Disponível em: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1548-1352.2009.01079.x>

MOISÉS, J. A. **Cultura política, instituições e democracia:** lições da experiência brasileira. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 66, p. 11-43, 2008. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092008000100002&script=sci_abstract&tlng=pt.

PICCININ, F.; CASTRO, H. C. DE O. DE; VIZCARRA CASTILLO, S. I. **Fake News nas eleições: notas sobre a crise de confiança e a cultura política brasileira.** III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. In: *Anais...Porto Alegre: 2019.*

REYNA, V. F. **Risk perception and communication in vaccination decisions:** A fuzzy-trace theory approach. *Vaccine*, v. 30, n. 25, p. 3790-3797, 2012. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22133507/>.

ROCHA, J. **O Cerco da ciência às Fake News.** *Jornal da Ciência.* Maio/ Junho/ Julho. Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. p. 16-17. 2020.

RUEDIEGER, M. A. et al. **Bots, Social Networks and Politics in Brazil: Policy Paper.** Rio de Janeiro: [s.n.].

SCHWARTZMAN, S. **Bases do autoritarismo brasileiro.** [s.l: s.n.].

SEYMOUR, B. et al. **When advocacy obscures accuracy online:** Digital pandemics of public health misinformation through an antifuoride case study. *American Journal of Public Health*, v. 105, n. 3, p. 517-523, 2015. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25602893/>.

VILLELA, E. F. DE M.; DE ALMEIDA, M. A. **Representações sociais sobre dengue:** Reflexões sobre a mediação da informação em saúde pública. *Saúde e Sociedade*, v. 22, n. 1, p. 124-137, 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-12902013000100012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt.

VOGEL, L. **Viral misinformation threatens public health.** CMAJ : Canadian Medical Association journal = journal de l'Association medicale canadienne, v. 189, n. 50, p. E1567, 2017. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5738254/>.

WITTEMAN, H. O.; ZIKMUND-FISHER, B. J. **The defining characteristics of Web 2.0 and their potential influence in the online vaccination debate.** Vaccine, v. 30, n. 25, p. 3734-3740, 2012. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22178516/>.

WORLD VALUES SURVEY BRAZIL. **Focus groups held in Porto Alegre, Rio de Janeiro, Manaus, Brasília and Recife. Porto Alegre during the months of July to September:** WVS Brasil, 2019.

WORLD VALUES SURVEY. **World Values Survey: Round Seven - Brazil Datafile.** 2020. Disponível em: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>.

Entrevista

Entrevista com Luiz Artur Ferraretto e Fernando Morgado

Flexibilidade, responsabilidade, parceria e coragem para a cobertura da Covid 19



Flávio Antônio Camargo Porcello¹

Luiz Artur Ferraretto e Fernando Morgado são autores do e-book *Covid-19 e Comunicação: Um guia prático para enfrentar a crise*, lançado pelo Núcleo de Estudos de Rádio (NER) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O guia foi criado pensando a atuação da mídia durante e após o confinamento e o isolamento social durante a pandemia. O e-book tem 62 páginas, foi publicado em português e espanhol (brevemente também em inglês e francês) e pode ser baixado gratuitamente no site do Núcleo de Estudos de Rádio (NER) da UFRGS ou no link bit.ly/guianer. O conteúdo aborda questões como nomenclaturas relacionadas à Covid-19, alerta contra falsos especialistas e Fake News, ética e responsabilidade do profissional de comunicação, manutenção dos negócios durante a pandemia, características do *home office*. Conforme os autores, o livro baseia-se nas recomendações da Organização Mundial da Saúde para o combate à pandemia e representa um esforço conjunto dos integrantes do NER da UFRGS no sentido de extrapolar seu foco de estudo original em um momento que exige uma visão ampla, colaborativa e integrada de todos os protagonistas da comunicação.

Luiz Artur Ferraretto é professor no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde é coordenador do Núcleo de Estudos de Rádio. Com a jornalista Elisa Kopplin Ferraretto, escreveu *Técnica de redação radiofônica* (1991) e *Assessoria de imprensa, teoria e prática* (7ª edição em 2009). São de sua autoria: *Rádio – O veículo, a história e a técnica* (3ª edição em 2007), *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais* (2002), *Rádio e capitalismo no Rio Grande do Sul: as emissoras comerciais*

¹ Jornalista diplomado pela UFRGS, Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Professor do curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

e suas estratégias de programação na segunda metade do século 20 (2007) e *Rádio – Teoria e prática* (2014). Participa de antologias com ensaios sobre Comunicação e publica artigos em revistas científicas da área, concentrando as pesquisas na história e no futuro dos meios de comunicação, em especial analisando o rádio comercial. E-mail: luiz.ferraretto@ufrgs.br.

Fernando Morgado é professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha). Professor convidado da Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco (México), da Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (México), da ESPM-Rio e da Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Publicou os livros *Silvio Santos: a trajetória do mito* (5ª edição em 2017), *Comunicadores S.A.* (2019), *Cómo hacer presentaciones exitosas* (2017) e *Blota Jr.: a elegância no ar* (2015). É coordenador-adjunto do Núcleo de Estudos de Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e pesquisador associado do Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e Representação (Lembrar) da ESPM-Rio.

Flávio Porcello: Parabéns pela iniciativa em um momento tão oportuno. De onde surgiu a ideia?

Luiz Artur Ferraretto – Inicialmente, creio que seja necessário deixar bem claro como vemos o **e-book**. Não se trata, obviamente, de uma obra que tenha nos agrado produzir. Trata-se de um livro que tivemos a necessidade de escrever. Neste sentido, o nosso norte foi sempre o conjunto de recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS). Dentro do Núcleo de Estudos de Rádio (NER) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), nós vínhamos acompanhando os movimentos de emissoras e de profissionais desde o início da pandemia e debatendo internamente o que ocorria, além de mantermos alguns diálogos com o pessoal de mercado a respeito de suas estratégias e iniciativas frente à crise. Nada muito diferente do que fazemos habitualmente, embora buscássemos já dar algum tipo de contribuição possível em relação aos efeitos da Covid-16 no mercado de rádio, nosso foco de estudo. A ideia do livro em si foi do Fernando, sugerindo que produzíssemos algo dando conta do ocorrido nas emissoras e a partir do conversado, até então, entre nós. De outra parte, tendo lido alguns planos de contingência da área de saúde para enfrentar a crise em si, eu andava pensando quais cenários poderíamos vislumbrar para o rádio em caso de crise econômica moderada, mediada ou profunda. Dentro do NER, já vínhamos conversando informalmente sobre o impacto, por exemplo, do novo coronavírus no produto final do telejornalismo e da publicidade televisiva. Particularmente, por minha esposa – a jornalista Elisa Kopplin Ferraretto – atuar como assessora da diretoria do Hospital

de Clínicas de Porto Alegre, já havia me dado conta da necessidade de uma estratégia coordenada da área de comunicação para auxiliar no combate à Covid-19. Quando o Fernando fez a proposta, eu sugeri que o foco fosse amplo, não se restringindo ao rádio. Imaginei que tínhamos expertise suficiente para tal empreitada. De um lado, por eu ter auxiliado, anos atrás, a Elisa na produção do livro *Assessoria de imprensa – Teoria e prática*, obra da qual ela é a autora principal e que considera a comunicação de forma ampla. De outro, pelo fato de, dentro do NER, sempre trabalharmos com o rádio em contexto e sob a influência do processo de convergência. Pesou ainda na contraproposta a experiência que o Fernando, com certeza, iria aportar – e o fez – em função de seu trabalho como consultor de empresas da área e de sua produção bibliográfica a respeito de grandes empresários do setor de rádio e televisão.

Fernando Morgado – A ideia do e-book também foi inspirada naquela que é uma das maiores e mais bonitas missões do NER: construir pontes entre os diversos agentes que compõem o rádio e, por extensão, a comunicação. Por isso, antes mesmo de definirmos qual formato o trabalho teria, Ferraretto e eu já tínhamos em mente que a obra deveria atender, de forma simultânea, às necessidades dos mais diferentes perfis de instituições e de profissionais. E esse atendimento só foi possível graças aos diálogos, ou seja, às pontes que construímos com produtores de conteúdo e empresários do setor, além, é claro, da bagagem intelectual que acumulamos ao longo de todos esses anos. É importante ressaltar ainda o caráter democrático que essa ideia teve desde o seu nascimento. Isso se traduziu até no projeto gráfico, que resultou em um arquivo fácil de ser baixado – mesmo por aqueles que têm dificuldade para se conectarem à internet – e lido – com letras em tamanho grande e frases destacadas. Nada foi feito à toa, tanto em termos de conteúdo quanto de forma. Ressalto ainda que, a todo momento, fomos impulsionados pelo sincero desejo de contribuir com aqueles que, neste momento, arriscam suas vidas para permanecerem na linha de frente da comunicação. Acreditamos que a união de esforços é vital para enfrentarmos e superarmos este período tão desafiador para a humanidade.

Flávio Porcello: O primeiro caso de Covid-19 no Brasil foi registrado em São Paulo no final de fevereiro. A primeira morte foi registrada também em São Paulo no dia 17 de março. Menos de um mês depois (dia 13 de abril) vocês lançavam o Guia. Como foi produzido tão rapidamente?

Ferraretto – Para que se compreenda como agimos e a quantidade de esforço colocado no processo de produção do e-book, é interessante que se citem as datas. A conversa entre o Fernando

e eu ocorreu na sexta-feira, dia 3 de abril. Naquele momento, descartamos, pela urgência, a publicação por editora, e, pela necessidade, a linguagem mais acadêmica. Durante o final de semana, trocamos alguns apontamentos, construindo o eixo do e-book, que é a ideia de trabalharmos com quatro valores centrais: *flexibilidade*, *responsabilidade*, *parceria* e *coragem*. Naquele final de semana, ainda definimos algumas noções a orientar a obra: (1) que trataríamos agências e assessorias de comunicação, jornais, revistas, estações de rádio, emissoras de televisão e serviços noticiosos e de entretenimento via internet como veículos de comunicação; (2) que encararíamos jornalistas, produtores audiovisuais, publicitários, radialistas, relações públicas e outros profissionais envolvidos com informação como produtores de conteúdo; e (3) que diferenciaríamos a comunicação profissional – a produzida pelos citados anteriormente – da feita pelos leigos – a população em geral. De 6 a 8 de abril, sempre trocando impressões com o Fernando, fiz a primeira versão do texto em jornadas de 15 a 16 horas diárias frente ao computador. Como já fizemos outros trabalhos mais acadêmicos juntos, eu sabia que lacunas o Fernando iria preencher. De 8 para 9, ele colocou contribuições em especial nos valores *parceria* e *coragem*. Ainda no dia 9, a Elisa fez uma revisão cuidadosa, aparando arestas entre as áreas de comunicação e de saúde. Na mesma quinta-feira, o Fernando, aproveitando a sua formação em Design, começou a diagramação do e-book, trabalho encerrado na madrugada do sábado, 11 de abril. Na Sexta-feira Santa, dia 10, acionei a mestrande e jornalista Paloma da Silveira Fleck para que montássemos um site na internet, possibilitando o ponto de referência para download da obra. Até o sábado, esse espaço já estava ativo.

Morgado – Conforme relatado pelo Ferraretto, este foi um trabalho extremamente intenso. Para que isso fosse possível, alguns fatores foram fundamentais, a começar pela grande sintonia que Ferraretto e eu temos. São muito parecidos os nossos pensamentos sobre os mais diversos temas. Além disso, nossas raras discussões duram pouco. Assim, ganhamos tempo. Temos muita disciplina com os projetos que abraçamos, cumprindo à risca os prazos que estabelecemos para nós mesmos. Também ajudou a experiência acumulada com trabalhos anteriores, afinal, temos diversos livros publicados e sabemos bem como funciona esse processo. Isso nos permitiu determinar tarefas e até nos anteciparmos a possíveis problemas. Graças a toda essa agilidade, conseguimos lançar um e-book que, além de ajudar produtores de conteúdo, auxilia pesquisadores, afinal, ele serve como um registro do tempo. Tudo foi escrito sob o calor dos acontecimentos. Por fim, devemos registrar a inestimável colaboração recebida de todos os colegas do Núcleo de Estudos de Rádio. Eles demonstraram um comprometimento raro de se encontrar

nos dias de hoje e foram vitais para que o e-book alcançasse toda essa repercussão no Brasil e no exterior. Houve ainda a importante parceria com o Consulado Geral da República Argentina no Rio de Janeiro e o Instituto Cultural Brasil-Argentina, responsáveis pela revisão da tradução que fiz do livro para o espanhol. Essa nova edição foi lançada poucos dias após a versão em português.

Flávio Porcello: A experiência de vocês com passagens relevantes em importantes veículos de comunicação do país por certo ajudou nos quesitos agilidade e precisão para publicar logo as informações vitais para salvar vidas. No que se basearam para elaborar os conteúdos?

Ferraretto – Partimos do que o NER produziu nos últimos três anos, procurando extrapolar para a comunicação o que foi feito com foco no rádio. Para contornar exageros acadêmicos, sopesamos tais informações com o que vínhamos observando na mídia em si e com que tínhamos conversado com empresários, gestores e profissionais. Fora isso, buscamos amparo em materiais produzidos internacionalmente com orientações para profissionais da área de comunicação. Na questão específica da pandemia de Covid-19, usamos o recomendado pela OMS. Fique claro também que o e-book, nesses aspectos, é uma obra fortemente posicionada em defesa do conhecimento científico e da necessidade da universidade ir ao encontro da sociedade.

Morgado – Além das recomendações feitas pela OMS, das nossas observações pessoais e das conversas que mantivemos com diversos protagonistas do setor de comunicação, o conteúdo do e-book também foi lastreado em uma extensa bibliografia, composta por quase 40 títulos. Todos eles foram devidamente registrados no fim da obra.

Flávio Porcello: Imagino que tenham sentido falta de informações precisas em momentos decisivos de expansão da pandemia. E, como profissionais e pesquisadores, devem ter se preocupado com a quantidade de informações equivocadas que circulavam pela mídia. Perceberam muitos problemas de comunicação entre fontes e público?

Ferraretto – O valor *responsabilidade* é todo amparado em desvios verificados tanto na comunicação profissional quanto naquela entre leigos. Destaco o observado de modo mais genérico no e-book: produtores de conteúdo e veículos de comunicação têm a obrigação de pensar suas limitações, possibilidades e necessidades. Não estamos acima do bem e do mal. Cometemos erros. No entanto, reduzimos erros se orientamos o trabalho pelos preceitos da ética e da técnica. Considero essencial que se busque quem, efetivamente, tem o que dizer e o faz com base em evidências científicas. Por que estabelecer

um contraditório entre um pesquisador relevante de sólido trabalho científico e um sujeito em busca de protagonismo midiático com suas teorias conspiratórias? No relacionado as Fake News, de largo impacto junto aos leigos, o próprio diretor-geral da Organização Mundial da Saúde, Tedros Adhanom Ghebreyesus, já alertou que, além da Covid-19, enfrentamos uma infodemia. Nesse sentido, reitero o escrito no e-book, quem trabalha com comunicação precisa, de um lado, exercer a dúvida constante e, de outro, buscar uma verdade razoável, aquela a que se chega em um determinado momento, mas pode ser contestada por novos fatos e opiniões de fontes no futuro. Isso delimita as dificuldades constantes do cotidiano, mas, ao serem enfrentadas com responsabilidade, estabelecem a diferença entre o profissional e o leigo.

Morgado – A pandemia agravou uma série de problemas que o mundo já enfrentava há tempos. A disseminação de Fake News é, sem dúvida, um desses problemas e somente a comunicação profissional é capaz de resolvê-lo. E para que o profissionalismo seja fortalecido, é fundamental que os comunicadores tenham acesso aos instrumentos necessários para a produção de informações precisas, afinal, elas colaboram diretamente com a sobrevivência das pessoas. Uma das intenções do nosso e-book gratuito é justamente democratizar alguns desses instrumentos, que tomaram a forma de conceitos, exemplos e processos de trabalho. Tenho a firme convicção de que, quando esta crise passar, o mundo não será mais o mesmo. Uma das mudanças mais importantes será a revalorização da comunicação profissional, que foi vítima de ataques sistemáticos – muitos deles covardes e infundados – durante os últimos anos.

Flávio Porcello: O e-book baseia-se em quatro valores fundamentais: flexibilidade, responsabilidade, parceria e coragem. Poderiam explicar melhor a aplicação destes valores?

Ferraretto – Vou me referir a cada um de forma mais genérica, explicando a articulação entre eles. Primeiro, acho muito importante deixar claro: *flexibilidade* não remete à flexibilização das práticas de confinamento determinadas pela OMS. Refere-se às alterações nas rotinas de trabalho e no produto final. Por exemplo, as reportagens de televisão em que o jornalista não está mais no palco de ação do fato em função de sua empresa, acertadamente, ter aderido, dentro do possível, ao distanciamento social. Outro exemplo é o dos anúncios publicitários em TV com a imagem reduzida ao uso de caracteres sobre fundo neutro e com locução em off. São fortes impactos na técnica de produção, que admite ser flexibilizada, ao contrário da ética, impossível de passar por processo semelhante. Assim, chegamos ao segundo valor, a *responsabilidade*, definida no e-book como: “Quali-

dade de quem reconhece seu papel dentro da sociedade e o exerce da forma mais plena possível, procurando obedecer a parâmetros éticos e técnicos na realização de suas atividades”. Amparada na *flexibilidade* e na *responsabilidade*, *parceria* significa compreender a importância de identificar pontos de convergência nos processos comunicacionais, permitindo a obtenção de soluções tanto para a divulgação de informações fundamentais no combate à pandemia, quanto para a sobrevivência econômica dos diversos agentes envolvidos nesses processos. Já a *coragem* remete à inevitável necessidade de enfrentar tais consequências com soluções criativas e inovadoras, sem deixar de ser responsável, mas adotando estratégias e medidas que podem incluir flexibilização de rotinas produtivas e estabelecimento de parcerias.

Morgado – Vale salientar que esses quatro valores, apesar de terem definições muito claras e particulares, devem ser encarados e, sobretudo, aplicados de forma integrada. Por exemplo, a *flexibilidade* nos processos de trabalho, imposta pelas restrições do momento, não pode ser confundida com um relaxamento da responsabilidade que sempre deve pautar a produção de conteúdo. Em outras palavras: a *flexibilidade* só tem importância se for aplicada conjuntamente com a *responsabilidade*. Ao mesmo tempo, é preciso *coragem* para estabelecer *parcerias* nos mais diferentes níveis: entre profissionais, entre empresários e entre profissionais e empresários, visando, inclusive, a manutenção das atividades dos veículos de comunicação diante de um cenário extremamente desafiador em diversos aspectos, inclusive no comercial. É certo que as empresas devem priorizar a sua sobrevivência, mas ela só será possível se existir ousadia para pensar e fazer diferente daquilo que vigia antes da pandemia. Nesse sentido, um dos pontos que defendemos no **e-book** é o fortalecimento das associações e dos sindicatos da área de comunicação.

Flávio Porcello: Chama a atenção o fato de o e-book ter sido produzido pelo Núcleo de Estudos em Rádio (NER), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), do qual vocês são os coordenadores. O rádio, ainda mais com a expansão pela internet, revela-se uma mídia imprescindível por sua agilidade e penetração em todas as camadas sociais. Poderiam discorrer sobre o papel do rádio em tempos de crise?

Ferraretto – Vou citar um trecho do próprio e-book a respeito das emissoras de rádio de cidades de menor porte: “não há emissora que conheça mais a sua audiência do que uma rádio de cidade de médio ou de pequeno porte, dado o seu grau de inserção na comunidade”. Independentemente do local onde atua, o rádio já fornecia simbolicamente uma companhia às pessoas, além de oferecer informação em paralelo à realização de outra atividade por parte do ouvinte, ele-

mentos a caracterizá-lo como companheiro virtual do público. Isolada fisicamente, mas conectada pela tecnologia, a audiência nunca antes precisou tanto dessa companhia.

Morgado – O rádio é um aliado estratégico no enfrentamento ao novo coronavírus. Trata-se da segunda maior mídia em termos de alcance no Brasil, podendo ser consumida por qualquer um, inclusive analfabetos e pessoas que vivem em regiões remotas. Em muitas localidades, o rádio é o único meio através do qual as autoridades podem se comunicar ao mesmo tempo com toda a população. Além disso, trata-se de uma das formas mais democráticas de diversão, afinal, os ouvintes não pagam nada para escutar. Aliás, não custa lembrar que conversar e tocar música também são formas de prestar serviço.

Flávio Porcello: Vocês são pesquisadores renomados e com larga produção bibliográfica imprescindível para os estudos e pesquisas científicas. Atuam hoje com destaque nas instituições UFRGS e FACHA. Como veem a ponte entre universidade e realidade social?

Ferraretto – Creio que o e-book é uma prova material (ou digital) do que consideramos a respeito disso. Universidade existe para dar respostas à sociedade. Tais respostas precisam ser claras e acessíveis. O livro constitui-se em um material amparado na ciência – as pesquisas que realizamos –, mas produzido em linguagem coloquial. Particularmente, não concebo a universidade como uma torre dourada de onde pessoas autodefinidas como referências expõem ideias sem considerar a utilidade dessas ou a possibilidade que essas possam ser colocadas em prática. Tenho consciência da necessidade de pesquisa teórica, mas não me refiro a isso. Por exemplo, o estudo do rádio precisa ser feito pela aplicação de conhecimento científico de dezenas de ciências. No entanto, não pode se constituir em uma crítica pela crítica. Há uma série de problemas do mundo real de que a universidade ainda não conseguiu dar conta. No NER, procuramos identificá-los e, dentro do possível, oferecer soluções ou, no mínimo, pistas nesse sentido. Obviamente, não temos todas as respostas. E, por esse motivo, é essencial que dialoguemos com o mercado de rádio. Nosso foco é o rádio comercial e, assim, precisamos conversar com empresários, gestores e profissionais. Mais do que isso, julgamos necessário trazer tais pessoas para as nossas aulas e para os eventos organizados pelo NER. Não estamos mais na Revolução Industrial do século 19 ou na ditadura militar dos anos 1970. É necessário dialogar com capital e trabalho igualmente. Não existem em uma sociedade democrática isoladamente. E o papel da universidade é buscar compreendê-los criticamente sempre, mas nunca, por motivos pessoais, de forma leviana ou ressentida.

Morgado – As instituições de ensino, inclusive as privadas, ainda não foram capazes de construir um diálogo constante e consistente com a realidade social, principalmente aquela vivida no mercado. Há muito melindre e preconceito de parte a parte. Acreditamos que é possível ter um olhar crítico sobre o sistema comercial sem que isso signifique ofender aqueles que trabalham e investem nas emissoras privadas. O respeito e a tolerância que tanto desejamos ver na sociedade devem começar pela atitude de cada um de nós, inclusive no ambiente acadêmico. Nós, do NER, trabalhamos diuturnamente nesse sentido. Não por acaso, o e-book contou, ao mesmo tempo, com a divulgação de pessoas de todos os espectros políticos, de sindicatos patronais e de trabalhadores, de instituições públicas e privadas, com e sem fins lucrativos. A universidade pode e deve ser o espaço onde todas as vozes ressoem. Ainda há um longo caminho a ser percorrido nessa direção, mas, diante do sucesso do e-book e de outras iniciativas desenvolvidas pelo NER e por vários grupos de pesquisa, fico mais tranquilo em ver que pelo menos os primeiros passos já foram dados.

Flávio Porcello: O Brasil e o mundo mudaram depois da pandemia. E são mudanças significativas que vieram para ficar nas relações pessoais e profissionais. Como experientes professores que atuam em sala de aula formando os futuros jornalistas e profissionais de comunicação, como vocês avaliam essas mudanças?

Ferraretto – Na realidade, muitas das mudanças já estavam ocorrendo. Nada ocorre por acaso. Tudo é processo. Dialeticamente, tendências opõem-se, têm elementos rejeitados pela sociedade e criam sínteses. Por exemplo, o trabalho remoto já vinha sendo realizado em alguns setores da comunicação, como na publicidade. O mesmo pode se dizer da terceirização ou dos profissionais que assumem múltiplas funções. Essa constatação significa que o NER, antes da pandemia e agora, é favorável a tais procedimentos? Não. Significa que constatamos isso já há algum tempo e que, com base na ciência, precisamos lidar com tais processos. A pandemia acelera algumas rotinas e alterações no produto final, sendo possível que, devido à redução de custos proveniente de algumas dessas situações, elas sejam mantidas no futuro.

Morgado – Concordo com o Ferraretto quando ele afirma que muitas das mudanças faladas hoje em dia já ocorriam antes da pandemia. O quadro atual serviu para intensificar determinadas transformações. Ainda não é possível apontar quais delas serão definitivas. Fala-se muito, por exemplo, do trabalho remoto. Ele permite inegável redução de despesas por parte das empresas. Por outro lado, promove uma indisfarçável queda na qualidade do produto final. Será que o público aceitará como permanente essa perda de qualidade que hoje ele

tolera por compreender a excepcionalidade do contexto? Em outras palavras, o grau de exigência do público cairá? Ou será que a infraestrutura das cidades evoluirá tão rapidamente que o nível técnico das transmissões caseiras não tardará a subir? São perguntas cujas respostas demorarão a vir, pois o futuro econômico, político e sanitário do mundo mostra-se completamente imprevisível. Muitas das mudanças mais comentadas na atualidade tanto podem se intensificar quanto desaparecer em curto – ou até mesmo curtíssimo – espaço de tempo.

Flávio Porcello: Rádio, televisão, internet, entrevistas, podcasts, vídeos, teleconferências etc. Tudo parece utilizar as mesmas ferramentas para atingir o público. As características antes específicas de rádio, TV, jornal, fotografias aproximam-se a partir de agora ou cada veículo ainda manterá sua própria identidade?

Ferraretto – Todas essas manifestações comunicacionais citadas são construções culturais consolidadas como instituições sociais. Nada é para sempre. A mídiamorfose é um processo constante. Particularmente, acredito na manutenção de tais instituições por um bom período. No entanto, as zonas de sombra entre um e outro meio tendem a crescer. Mídias audiovisuais – com som e imagem dinâmica –, sonoras – com áudio apenas – e visuais – com texto e imagem estática – estão se misturando e já se transformaram em mídias convergentes. Ou você aceita isso ou fica fora do processo. A identidade sempre foi algo relativo. Em seu início, o rádio usou muito dos cabarés e do circo – o **cabaretier** e o mestre de picadeiro que deram origem ao animador de auditório –, do teatro – as novelas e os programas humorísticos – ou dos jornais – o noticiário. O jornal mudou ou, no mínimo, acelerou mudanças em curso quando o rádio surgiu. Precisou criar cadernos para públicos específicos e seu texto foi se objetivando. A televisão começou fazendo rádio com imagem. Por força da TV, jornais e revistas passaram a usar mais imagens. Com a internet e as redes sociais, ocorreram novas transformações. Hoje, sem que o público talvez perceba, por exemplo, jornais fazem rádio. É o caso de podcasts diários como *Café da Manhã*, da *Folha de São Paulo*, e *Ao Ponto*, de *O Globo*, oscilando, por vezes, entre hard news e infotainment. Será que as pessoas percebem tais produtos como notícia, como lazer, como rádio, como jornal ou como informação de um modo mais amplo? No futuro, dessa percepção dependerá a manutenção das identidades isoladas de jornais, emissoras de rádio, estações de TV ou portais de internet.

Morgado – Considero ser um equívoco delimitar as mídias pelas ferramentas tecnológicas que elas empregam, afinal, tratam-se de recursos extremamente descartáveis e perecíveis. Além disso, boa parte dessas ferramentas sempre foi comum aos diversos meios. A delimitação deve acontecer na seara da linguagem, ou seja, dos códigos

e dos processos. Estes sim carregam o DNA de cada mídia, ainda que sempre tenha existido um constante e saudável intercâmbio entre elas. O que vejo atualmente é simplesmente uma intensificação desse intercâmbio, sendo uma resposta natural às diversas restrições impostas pela pandemia. Isso, porém, não significa a substituição ou mesmo a extinção de meios. A humanidade já passou por outros momentos graves e tal extinção jamais ocorreu, pelo contrário: o acúmulo sempre prevaleceu, algo lógico para uma sociedade de consumo como esta na qual vivemos. Cada mídia tem a sua vocação e atende a um determinado conjunto de necessidades em determinados momentos do cotidiano do público. Em suma: ainda que a interação entre os meios tenha se intensificado neste momento, isso não significa o fim de qualquer forma de comunicação, pelo contrário, acredito que haverá o fortalecimento das mídias graças, justamente, ao que uma pode aprender com a outra nestes tempos tão difíceis.

Flávio Porcello: Vocês têm muita autoridade e conhecimento teórico e prático para responder uma questão para a qual o mundo espera resposta: depois da pandemia a produção de conteúdo mudou para sempre?

Ferraretto – Sim e não. Sim, no sentido da simplificação de alguns conteúdos, tornando-os mais coloquiais. É o caso da reportagem de rádio que, em algumas emissoras, já vivia um processo no qual o ao vivo tomava o lugar dos conteúdos gravados e editados. Mesmo no momento atual, de confinamento, esses parecem estar migrando para o podcast. Não, porque sempre vai haver público para uma produção mais cuidadosa e aprofundada. Jornais como o *USA Today* ou o *Metro*, com textos curtos e infográficos, não eliminaram publicações de conteúdo mais aprofundado como *The New York Times* ou *The Washington Post*. No caso do Brasil, um contexto bem diferente do dos Estados Unidos ou o da Europa, o problema é saber quanto tempo a economia e o mercado publicitário irão levar para se recuperarem, permitindo a sustentação de projetos de conteúdo mais aprofundado e até ousado. Nesse aspecto, cabe observar o enorme problema social existente no país dado o distanciamento entre a parcela muito rica – minoritária – e os extratos sociais, bem maiores, a viver na miséria. Tal situação apoia-se e reflete também o não enfrentamento da questão educacional em níveis fundamental e médio. Cabe lembrar que a sociedade brasileira, sem ter vivido plenamente a etapa do letramento, pulou para a da comunicação eletrônica. Produtos coloquiais e simplificados vão diretamente ao encontro de um público, infelizmente, com formação escassa.

Morgado – Em termos de produção e consumo de conteúdo, o acúmulo, conforme eu disse na resposta anterior, desponta como sen-

do o principal legado dessa pandemia. O atual quadro intensificou mudanças que fizeram brotar novos produtos e serviços comunicacionais, incluindo alguns, como bem lembrou o Ferrareto, mais coloquiais. Essas novidades conviverão com os produtos e serviços que já existiam. Além disso, novos formatos se misturarão aos velhos, gerando incontáveis variações. Haverá, portanto, uma ampliação desmesurada da oferta de conteúdo gerado a partir de estruturas cada vez mais precárias, seja por conta do avanço da doença, seja por conta da retração econômica. Assim, a vida dos profissionais e do próprio público se tornará ainda mais caótica. Em meio a tudo isso, deverão ser redobrados os cuidados, por exemplo, com as Fake News. É preciso que, de uma vez por todas, a Justiça alcance as corporações – a começar pelas gigantes digitais transnacionais – que lucram com a disseminação de mentiras. O tão falado mundo virtual é uma abstração, um engodo, uma fantasia que não pode mais ser empregada como desculpa para que alguns permaneçam vivendo à margem da lei. O mundo é um só. Precisamos salvá-lo. Para isso, necessitamos, entre outras coisas, de conteúdo crível e profissional.

FERRARETO, Luiz Artur e MORGADO, Fernando (orgs.). **Covid-19 e Comunicação: um guia prático para enfrentar a crise.** (NER UFRGS). ebook. 2020.

Entrevista

Entrevista com Luiz Artur Ferraretto e Metáforas, narrativas e proliferação de espécies midiáticas durante a pandemia de 2020:

uma conversa com Carlos A. Scolari.

Resumo: Este artigo apresenta uma entrevista feita por Fernanda Pires com Carlos A. Scolari sobre metáforas, narrativas e formas de interpretar a crise de saúde do Covid-19. São discutidas questões relacionadas à pandemia, à mídia e às tensões e desafios da pesquisa social. Durante a entrevista, Carlos A. Scolari explica a necessidade do ser humano interpretar o mundo através de narrativas e metáforas e conta como metáforas bélicas estão presentes no discurso da pandemia em muitos países, como é o caso da Espanha.

Scolari também usa o conceito de semiose social de Eliseu Verón para relacionar como o confinamento exasperou o funcionamento do circuito de produção-circulação-interpretação, incluindo as notícias falsas. Além disso, explica que temos uma enciclopédia mental e cultural (Eco, 1979), frequentemente baseada na ficção e na cultura popular que, usamos em situações de pandemia, contágio e confinamento. Além disso, Carlos A. Scolari discute como a maneira de se relacionar em redes não é exatamente algo novo para as novas gerações, mas algo que os adultos estão tendo que se adaptar durante a pandemia. Da mesma forma, ele explica que os pesquisadores que são adeptos do uso de métodos etnográficos qualitativos terão que se adaptar às ferramentas on-line e/ou alterar esses métodos quando seja necessário.

Palavras-chave: metáforas, narrativas; semiose social; cultura popular; crise de saúde; coronavírus.



Fernanda Pires¹

1 Professora e pesquisadora pós-doutoral (Juan de la Cierva) no grupo de pesquisa MEDIUM do Departamento de Comunicação da Universitat Pompeu Fabra-Barcelona. É doutora em Sociedade da Informação e o Conhecimento pela Universitat Oberta de Catalunya. Fez estadias de investigação na Universidade de São Paulo (USP) e no Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT). Suas linhas de pesquisa são: co-viewing, CGU, educação midiática, práticas sociais e cultura popular. Seus trabalhos foram publicados em revistas como Information, Communication & Society, Poetics, Television & New Media, Convergence, Comunicação e Sociedade, Matrizes entre outras.

Fernanda Pires também coordenou uma edição da Rizoma sobre “Narrativa dos Usuários”.

Nota final: Esta publicação foi financiada com a Ayuda Juan de la Cierva-Formación [FJCI-2017-32166] do Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades da Espanha.

Metáforas, narrativas y la proliferación de especies mediáticas durante la pandemia de 2020: una conversación con Carlos A. Scolari.

Resumen: Resumen: Este artículo presenta una entrevista de Fernanda Pires a Carlos A. Scolari sobre metáforas, narrativas y formas de interpretar la crisis sanitaria de la Covid-19. Se discuten cuestiones relacionadas con la pandemia, los medios de comunicación y las tensiones y desafíos de la investigación social. Durante la entrevista, Carlos A. Scolari explica la necesidad del ser humano de interpretar el mundo a través de narrativas y metáforas, y cuenta cómo las metáforas bélicas están presentes en el discurso de la pandemia en muchos países, como es el caso de España.

Scolari también utiliza el concepto de semiosis social de Eliseu Verón para relatar como el confinamiento ha exasperado el funcionamiento del circuito de producción-circulación-interpretación, incluyendo las noticias falsas. Además, nos explica que tenemos una enciclopedia mental y cultural (Eco, 1979), muchas veces basada en la ficción y la cultura popular, que utilizamos en situaciones de pandemia, contagios y encierros. Mas allá de eso, Carlos A. Scolari discute como la forma de relacionarse en las redes no es precisamente algo novedoso para las nuevas generaciones, pero sí algo a lo que los adultos están teniendo que adaptarse durante la pandemia. De la misma manera, explica que investigadores adeptos al uso de métodos etnográficos cualitativos, tendrán que adaptarse a las herramientas online y/o a cambiar a esos métodos cuando sea necesario.

Palabras-clave: metáforas, narrativas; semiosis social; cultura popular; crisis sanitaria; coronavirus.

Metaphors, narratives and proliferation of media species during the 2020 pandemic: a conversation with Carlos A. Scolari

Abstract: This article presents an interview by Fernanda Pires with Carlos A. Scolari about metaphors, narratives and ways of interpreting the Covid-19 health crisis. Issues related to the pandemic, the media and the tensions and challenges of social research are discussed. During the interview, Carlos A. Scolari explains the need for human beings to interpret the world through narratives and metaphors and tells how warlike metaphors are present in the pandemic discourse in many countries, such as Spain. Scolari also uses Eliseu Verón's concept of social semiosis to relate how the lockdown exasperated the functioning of the production-circulation-interpretation circuit, including fake news. In addition, he explains that we have a mental and cultural encyclopedia

(Eco, 1979), often based on fiction and popular culture that we use in situations of pandemic, contagion and lockdown. Besides, Carlos A. Scolari discusses how networking is not exactly something new for new generations, but something that adults have to adapt to during the pandemic. Likewise, he explains that researchers who are adept at using qualitative ethnographic methods will have to adapt to online tools and /or change those methods when necessary.

Keywords: metaphors, narratives; social semiosis; popular culture; health crisis; coronavirus.

Carlos A. Scolari é professor catedrático do Departamento de Comunicação da Universitat Pompeu Fabra - Barcelona. Seu livro mais recente é *Media Evolution: Sobre el origen de las especies mediáticas* (Buenos Aires: La Marca, 2019). Além deste volume, possui mais de quinze livros dedicados às novas teorias da comunicação, ecologia dos meios de comunicação, interfaces, novas alfabetizações midiáticas e narrativas transmídia. Além disso, Carlos A. Scolari foi pesquisador principal de diferentes projetos nacionais e internacionais, incluindo o projeto Transmedia Literacy do programa Horizonte 2020 da União Europeia.

Tenho o privilégio de trabalhar no grupo de pesquisa MEDIUM, o mesmo grupo em que Carlos A. Scolari desenvolve sua atividade científica e compartilha conversas muito enriquecedoras sobre novas mídias e práticas educacionais, o estudo de plataformas e, mais recentemente, sobre a crise gerada pelo COVID-19. Carlos A. Scolari é muito ativo em redes e plataformas sociais, especialmente no Twitter (@cscolari), Wordpress (Hipermediaciones.com) e Medium (cscolari). Ele sempre diz que, para ser um bom pesquisador, você precisa dominar todos os formatos de texto, desde saber como *twittar* até publicar um artigo em uma revista acadêmica. Durante a quarentena, seu blog incorporou uma série de autores convidados para contribuir com suas próprias análises e reflexões. Nesta entrevista, falamos precisamente sobre questões relacionadas à pandemia, à mídia e às tensões e desafios da pesquisa social.

Fernanda Pires: No seu blog Hipermediaciones.com, você escreveu sobre a pandemia e também convidou algumas pessoas para escrever sobre esse tópico. Por que você decidiu abrir o blog para outros autores?

CAS: Tento escrever um ou dois textos no *Hipermediaciones* todos os meses. No início da pandemia, em março, publiquei dois posts. Em um deles - “Coronavírus, epidemias e interfaces” - propus-me a refletir sobre como a crise do COVID-19 poderia ser analisada

com base nos conceitos de “interface” e “*assemblage*”, este último seguindo a linha de trabalho de **Manuel de Landa** (2006). Nesse contexto, recuperei o conceito de “*epidemic assemblage*” (conjunto epidêmico) proposto por **Nick Fox**. De acordo com Fox (2020, parágrafo 3), “*COVID-19 is just one part of a broad assemblage of human and non-human elements that have established the conditions for diseases to pass rapidly throughout our species*” (COVID-19 é apenas uma parte de um conjunto de elementos humanos e não humanos que estabelecem as condições para espalhar doenças rapidamente entre espécies).

Essa ideia está muito próxima da minha de “interface” entendida como uma rede de atores. Outro convidado para esse debate intertextual foi **André Lemos** (2020), que publicou um artigo chamado “A construção do novo coronavírus”. Na minha perspectiva, o COVID-19 é um ator, talvez o menor, mas, entretanto, o mais perturbador de um emaranhado sócio-tecnológico complexo, envolvendo médicos, pacientes, enfermeiros, hospitais, laboratórios, estados, parlamentos, aeroportos, polícia, políticos, microscópios, máscaras e aplicativos móveis projetados para identificar possíveis pessoas infectadas ao nosso redor. Por isso, o post “Coronavírus, epidemias e interfaces” termina com um aviso sobre os próximos tempos: “em breve estaremos mais próximos de um período pós-guerra em que as interfaces antigas sucumbirão e, em muitos casos, explodirão. Nascerão novas *assemblages* de atores, apoiadas por novas narrativas e com a urgência de gerenciar uma série de questões - como a emergência climática - que hoje desapareceram de nossas conversas mas, como o dinossauro de Monterroso, ainda seguirão por aí”.

O outro post que publiquei em meados de março foi dedicado ao que defini como “*ficción claustrofóbica*”, isto é, romances, filmes, contos, videogames e quadrinhos que relataram situações de confinamento e resistência em espaços fechados. Muitas obras podem ser atribuídas à ficção claustrofóbica, de longas-metragens como *Cloverfield 10* ou *28 Days*, a videogames como *Outlast*, passando por romances como *Los Huérfanos* de Jorge Carrión, *Rabia* de Sergio Bizzio ou *The Poison Belt* de Arthur Conan Doyle. Também em quadrinhos, como *El Eternauta*, são relatadas situações de resistência à invasão de um agente externo.

Já em abril, após essas duas postagens no blog, houve uma explosão de artigos, entrevistas e textos e até um livro de distribuição gratuito publicado na Argentina chamado “*Sopa Wuhan*” que inclui contribuições de um grande grupo de filósofos, referências nas ciências sociais. Tive a impressão que uma explosão de discursos de todos os tipos estava ocorrendo para tentar entender o que estava acontecendo:

um terço da população mundial estava trancada em suas casas. O fato de tantos intelectuais fazerem previsões sobre como seria o mundo pós-COVID-19 me incomodou. Suas previsões variavam entre aqueles que previam o fim do capitalismo e os que estavam certos sobre uma mudança na relação do homo sapiens com a natureza. Achei ridículo ver pessoas supostamente muito inteligentes fazendo esse tipo de previsão no meio da crise. Era como se cada um estivesse projetando seus desejos e fantasmas durante a pandemia.

Nesse contexto, logo cheguei a uma situação de saturação, algo como “*stop making sense*” (pare de fazer sentido), então convidei vários colegas que, normalmente se expressam nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram), mas que, não publicam em formatos mais extensos como o de um blog, para dar suas opiniões. A chamada foi bem-sucedida e, assim, nasceu uma série de textos de “autores convidados”, com a participação de colegas da França, Argentina, Brasil e Espanha.

No final de abril, publiquei no Hipermediaciones um texto curto - “En busca del relato perdido”, onde reflito sobre essa demanda por histórias sobre COVID-19 e a necessidade do Homo sapiens contar histórias para dar sentido ao mundo caótico ao nosso redor.

Fernanda Pires: De fato, desde o início da quarentena, vemos muitos cientistas sociais (incluindo comunicadores) fazendo previsões sobre o chamado “novo normal”. A incerteza é um pouco difícil de gerenciar. Durante a pandemia, ficou ainda mais evidente que a maioria das pessoas está procurando respostas inequívocas, como o que acontecerá? Quais medicamentos funcionam? A vacina chegará em breve? Voltaremos ao normal? Você acha que essa necessidade de uma resposta assertiva e a explosão textual de previsões futuristas podem acentuar fenômenos, já conhecidos, como propagação de notícias falsas?

CAS: Precisamente naquele último post que mencionei anteriormente, resolvi esta questão. Os homo sapiens, como demonstraram pesquisadores como **Jerome Bruner** ou **Daniel Kahneman**, nós entendemos o mundo através de esquemas narrativos. Precisamos contar a nós mesmos histórias para lidar com o caos ao nosso redor. Em um momento de tanta incerteza, era lógico que essa demanda por histórias crescesse exponencialmente. Por outro lado, assim como o coronavírus, que nada mais é do que um punhado de genes e proteínas, cruzou em poucos dias da China para o coração da Europa, as informações também estão circulando em escala global. Não devemos esquecer que a palavra “meme” é precisamente um “gene cultural” que obedece à mesma lógica de circulação, reprodução

e mutação. Agora, se adicionarmos a necessidade narrativa de que o homo sapiens precisa para entender o que acontece com a existência de uma infraestrutura global, onde a informação circula rapidamente, temos o terreno ideal para a proliferação de todos os tipos de textos. Em outras palavras, assim como o COVID-19 gosta de um evento massivo, como um jogo de futebol ou um festival de música com milhares de pessoas, os vírus de texto circulam livremente nas redes digitais. Não é de se surpreender que, entre tantas narrativas e textos, notícias falsas também circulem como fragmentos enlouquecidos.

Fernanda Pires: No início de uma pandemia, vimos pessoas acumulando alimentos em todo o mundo, seguindo um modelo catastrófico digno de um filme de Hollywood. Pouco a pouco a situação foi se normalizando ... Essas ações desesperadas me fazem pensar na noção de “enciclopédia” de Umberto Eco (1979), ou seja, de forma simples, temos uma grande variedade de conhecimentos culturais armazenados que nos ajudam a interpretar os textos. Como você vê a importância de narrativas populares, filmes e produtos para interpretar essa situação?

CAS: Estou totalmente de acordo. Nossa enciclopédia mental de situações de pandemia, contágios e confinamentos geralmente vem da ficção. Há apenas uma memória muito fraca das grandes epidemias do século XX (gripe espanhola, poliomielite, cólera); A memória coletiva recente nos leva à AIDS, uma epidemia altamente seletiva que se tornou feroz em certos grupos sociais e, nas últimas décadas, na experiência do ebola ou de outros coronavírus. Em todos esses casos, o contágio foi algo que aconteceu “com os outros”. O que está acontecendo agora é diferente. Já tínhamos visto imagens de famílias trancadas ou cidades desabitadas, onde os animais começam a se apropriar do território em longas-metragens como, “Eu sou a lenda” ou “24 dias”. Este é um exemplo muito claro de como as narrativas, neste caso a ficção, nos ajudam a processar novas situações e dar sentido ao que está acontecendo. Situações delirantes - como a de um americano que vai direto ao arsenal para comprar rifles e balas - já estavam presentes na narrativa, mesmo em obras de natureza anti-imperialista como *El Eternauta*, de **Héctor G. Oesterheld** e **Francisco Solano López**. Quando a tempestade de neve mortal piora sobre Buenos Aires, que nada mais era do que uma invasão alienígena, a primeira saída que Juan Salvo faz do lado de fora de sua casa, vestindo seu traje impermeável, é ... para um arsenal. Como Eco disse, esses “roteiros” mentais que compõem a “enciclopédia” servem para interpretar uma situação, mas também para enfrentar ações concretas.

Fernanda Pires: Como dissemos em um artigo recente (Pires, Masanet & Scolari, 2019, p. 4), as metáforas são muito úteis para entender novas experiências que, de outra forma,

seriam quase impossíveis de interpretar; ao mesmo tempo, são úteis para gerar categorias, organizar processos e estabelecer oposições e hierarquias. O que você acha das metáforas que estão sendo usadas durante a crise do COVID-19? Você acha que outras metáforas seriam mais apropriadas?

CAS: No caso da Espanha, o governo liderado por **Pedro Sánchez** assumiu um grande compromisso com a metáfora da guerra ao administrar discursivamente, a “guerra ao coronavírus”. A adoção da metáfora da guerra envolve a identificação de “amigos” e “inimigos”, “traidores” e “aliados” e assume a responsabilidade de definir “estratégias” e “mobilizar” a sociedade. Cada metáfora é acompanhada por seu próprio dicionário! Essa militarização do discurso foi acompanhada pela presença de alto comando das forças armadas nas conferências de imprensa que aconteciam a cada meio-dia. Essa situação controversa durou todo o mês de abril. No final do mês, decidiu-se remover as forças armadas e realizar entrevistas coletivas apenas com políticos e cientistas. Foi uma aposta muito forte que outros líderes da Europa não fizeram. No caso da Alemanha, **Angela Merkel** optou por um registro muito mais pedagógico; Também na Argentina, o presidente **Alberto Fernández** destacou suas habilidades como professor, quando se dirige aos cidadãos - ele é professor de direito na Universidade de Buenos Aires. Pedro Sánchez, por outro lado, escolheu imitar **Winston Churchill**.

Outras metáforas eram possíveis, além do discurso bélico e pedagógico? Certamente. A metáfora da guerra pode ser conjugada em uma chave religiosa: nesse caso, teríamos a “cruzada contra o coronavírus” que vem do Oriente ... ou a pandemia como “punição divina”. Líderes que optaram por discursos grosseiros de Darwin, falando de “imunidade de rebanho”, como **Boris Johnson**, tiveram que se retirar para outro tipo de construção narrativa assim que o COVID-19 começou a reivindicar suas primeiras vítimas.

Além do fato de gostarmos mais da metáfora da guerra, ela tem a vantagem de nos permitir modular discursivamente, o que vem depois do conflito: o “período pós-guerra”. A Europa tem uma memória histórica ainda viva dos anos do pós-guerra do século XX, em parte graças à ficção (por exemplo, o neorealismo italiano), então não me surpreenderia se a metáfora da guerra permanecesse conosco por muito, muito tempo.

Fernanda Pires: E a questão da produção em massa de texto pelos usuários nas redes sociais? Você conhece muito bem o trabalho de Eliseo Verón. Como você associaria esse fenômeno pandêmico ao conceito de semiose social?

CAS: Isso nos permite retomar o que mencionei anteriormente

sobre notícias falsas. Poderíamos dizer que o confinamento exasperou o funcionamento do circuito de produção-circulação-interpretação, o que **Eliseo Verón** (2013) chamou precisamente de “rede de semiose social”. Se pensarmos em termos de metáfora mecânica, é como se o enredo da semiose social tivesse superaquecido: a máquina discursiva trabalha em um regime de revoluções, por segundo, mais alto que a média ... Para funcionar bem, os sistemas sociais, políticos ou econômicos exigem uma circulação discursiva regular, a meio caminho entre o silêncio e a produção textual descontrolada, acompanhada de processos de superinterpretação conspiracionista que estamos experimentando atualmente. Em outras palavras, a produção de baixo sentido é tão ruim quanto a excessiva. Devemos retornar a um regime discursivo menos frenético se quisermos entender o que está acontecendo e quais ações devemos implementar.

Fernanda Pires: A distância social está sendo muito difícil para as pessoas que a respeitam. O que você acha desse boom de aplicativos e plataformas de videoconferência e de tantas lives nas redes sociais?

CAS: A distância social é e será um imperativo no “mundo real” ... enquanto nas redes estamos testemunhando um fenômeno inverso: um aumento nas trocas mediatizadas por plataformas. E é assim que a distância social acaba dobrando e nos reduzindo a uma série de micro-rostos compartilhando a mesma tela. Essa exacerbação da vida social e dos contatos nas redes não é exatamente algo novo para as novas gerações: é precisamente sua forma “natural” de se relacionar. De qualquer forma, o trauma é para adultos. Tenho a impressão que nessas semanas há um rito de passagem do mundo analógico para o mundo digital, por milhões de adultos. Se nos ritos tradicionais de passagem os adultos monitoravam os jovens, agora talvez seja o contrário, são os jovens que, em muitos casos, estão guiando essa entrada na vida digital por adultos que, não sabiam o que era o *home office* ou uma videoconferência. De qualquer forma, levaremos vários anos para investigar e entender o que aconteceu dentro das casas nessas semanas de quarentena.

Fernanda Pires: Parte de sua pesquisa atual se concentra no capitalismo de plataforma e nas maneiras de aprender nesse ambiente. Vimos durante a crise da saúde que certas empresas com formas precárias de trabalho, como as dos riders/entregadores (Uber Eats, Deliveroo, distribuidores Glovo, entre outras aplicações), continuaram com seu modelo de negócios, enquanto outras, como o Airbnb, perderam a funcionalidade já que o turismo ficou congelado. O que você acha dessa situação de trabalho precária nas

plataformas? O que podemos aprender com isso?

CAS: Apresentamos um projeto de pesquisa para estudar como a força de trabalho dessas plataformas se forma. Se voltarmos no tempo, na década de 1960, Louis **Althusser** havia investigado a reprodução da força de trabalho capitalista nas instituições escolares. O sistema educacional, como explica Althusser (1984), treinou trabalhadores de todos os níveis (trabalhadores, técnicos, gerentes) e, além disso, inculuiu neles uma série de valores em um contexto disciplinar. Agora, em nossa equipe, nos perguntamos: como a força de trabalho precária que sobrevive nas plataformas é formada no século XXI? A primeira resposta foi: nas mesmas plataformas! Detectamos canais ou perfis do YouTube em se explica a esses trabalhadores, muitos deles imigrantes, como se inserir e operar nesse circuito de trabalho. Em nossa pesquisa, estamos interessados em aprofundar esses processos informais de ensino-aprendizagem, analisando os valores de seus discursos e práticas e, sem descuidar dos vieses de gênero que estão ocorrendo. Nesta investigação, colaboraremos com um sindicato espanhol. As organizações sindicais estão muito interessadas nessas questões. Sabiam muito bem como atuar em ambientes industriais, mas não é fácil para eles promover a organização dos trabalhadores em um circuito tão flexível e precário como, por exemplo, o dos *riders*.

Fernanda Pires: Desde que a crise do COVID-19 começou falamos sobre metodologias de pesquisa e a mudança para métodos blended (combinados) que serão usados em um futuro próximo (online + offline), você pode compartilhar sua opinião sobre isso?

CAS: Para os pesquisadores que fazem análises discursivas ou textuais, ou para aqueles que trabalham com *big data*, o confinamento não os impede de realizar seus estudos. Por outro lado, os grupos que aplicam métodos etnográficos tradicionais, desde a observação participante até a entrevista ou o trabalho com pequenos grupos, têm um grande problema sobre a mesa: como considerar uma investigação a longo prazo, se é muito provável que, conforme anunciado pelos epidemiologistas, teremos que passar por quarentenas periódicas nos próximos anos? No nosso caso, usamos metodologias diferentes, que vão da análise discursivo-textual ao trabalho de campo etnográfico, e geralmente, também extraímos dados das redes. Se tivéssemos que interromper a etnografia devido a uma nova quarentena, todo o processo de pesquisa diminuiria. Por outro lado, sabemos que existe uma etnografia digital ou online, que desenvolveu uma série de instrumentos que permite aos pesquisadores trabalharem a partir da atividade dos usuários, em redes e plataformas. É muito provável que, ao realizar um trabalho de campo etnográfico, tenhamos que estar preparados para mudar para métodos on-line de uma hora para outra.

É por isso que MEDIUM, nosso grupo de pesquisa, estava falando sobre pensar em planos de contingência e começar a passar de forma mais fluida da etnografia tradicional para a etnografia online. Daí a ideia de uma etnografia *blended* (combinada).

Fernanda Pires: Finalmente, você costuma dizer que devemos explicar a pesquisa ou uma teoria em um tweet para nossos alunos e leitores. Se você tivesse que resumir a crise do coronavírus em um tweet, qual seria?

CAS: Muitos insistem que o mundo será muito diferente quando a pandemia passar. Outros argumentam que entraremos em um “novo normal” ... como se já tivéssemos vivido em um mundo “normal”. Tenho a impressão de que haverá muitas mudanças, mas não onde pensamos, elas se materializarão em lugares e situações que nem imaginamos hoje. Como reduzir essa ideia a um tweet? Pode ser algo assim: #COVID19 Bem-vind@s à nova anormalidade!

Referências

Althusser, L. (1984). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.

de Landa, M. (2006). *A New Philosophy of Society: Assemblage Theory and Social Complexity*. Nueva York: Bloomsbury.

Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Milán: Bompiani. Cancela el otro.

Lemos, A. (2020). A construção do novo coronavírus. *Correio 24 horas*. Recuperado de <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/a-construcao-do-novo-coronavirus/>

Fox, N. J. (2020). Money, markets and trade caused coronavirus pandemic. *Sociology Lens*. Recuperado de <https://www.sociologylens.net/topics/political-economic-sociology/money-markets-trade-caused-coronavirus-pandemic/29787>

Pires, F., Masanet, M-J. e Scolari, C. (2019). What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audio-visual platform. *Information, Communication & Society*, Online, 1-17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>

Scolari, C. A. (2019). *Media Evolution: Sobre el origen de las especies mediáticas*. Buenos Aires: La Marca.

Scolari, C. A. (2020). Coronavirus, epidemias e interfaces. *Hipermediaciones*. Recuperado de https://hipermediaciones.com/2020/03/15/coronavirus_epidemias_interfaces/

Scolari, c. A. (2020a). La ficción claustrofóbica. *Hipermediaciones*. Recuperado de https://hipermediaciones.com/2020/03/18/ficcion_claustrofobica/

Scolari, C. A. (2020b). En búsqueda del relato perdido. *Hipermediaciones*. Recuperado de https://hipermediaciones.com/2020/04/22/relato_perdido/

Verón, E. (2013). *La Semiosis Social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

Resenha

Os Engenheiros do Caos



Fagner Torres de França¹
Lilian Carla Muneiro²

EMPOLI, Giuliano da. **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. Tradução Arnaldo Bloch. 1ª ed. São Paulo: Vestígio, 2019

No Brasil e no mundo, autores como Esther Solano (2018), Ana Kiffer, Gabriel Giorgi (2019) e Jacques Rancière (2015), apenas para citar alguns, debruçaram-se sobre o tema do ódio na política. Principalmente por causa de seu caráter enigmático de revolta conservadora. Mas uma das interpretações mais penetrantes acerca do fenômeno vem da tinta do escritor franco-italiano Giuliano Da Empoli (2019), em seu ensaio mais recente *Os engenheiros do Caos*. À primeira vista, a obra pode parecer mais uma teoria da conspiração, na qual um punhado de gente, por meio de estratégias sofisticadas, tenta dominar e manipular as gentes em prol de seus interesses. Um olhar mais aproximado desfaz a impressão. O problema das conspirações é que elas podem existir.

O livro, com 190 páginas e uma leitura fluida a partir de uma escritura bem engendrada, que poderia muito bem passar por ficção, é dividido em introdução, seis capítulos e uma conclusão. Seu objetivo principal é compreender como um ódio disperso, muitas vezes sem objeto, pode ser capturado e canalizado para atender objetivos políticos a partir da utilização da mais alta tecnologia algorítmica de mineração e análise de dados que disponibilizamos diária e voluntariamente nas redes sociais. Esse material é a argamassa potente capaz de erguer verdadeiros edifícios de ódio, do Brasil aos EUA, passando por Polônia e Hungria.

Os engenheiros do caos não são seres etéreos. Alguns são bem conhecidos no mundo político e fazem questão de apresentar-se como são: engenheiros do caos. São eles: Steve Bannon, Arthur Finkelstein, Gianroberto e Davide Casallego (pai e filho), Milo Yannopoulos,

1 Jornalista, mestre e doutor em Ciências Sociais pela UFRN.

2 Professora associada do Departamento de Comunicação Social da UFRN. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC/SP)

Dominic Cummings e Andrew Breitbart. Talvez você não associe o nome à pessoa, mas certamente já ouviu falar em Brexit, Cambridge Analytica, Movimento 5 Estrelas, Gabinete do Ódio, Viktor Orbán, Donald Trump, Jair Bolsonaro. Todos estes fenômenos político-midiáticos têm um dedo (ou vários) destas figuras.

A *introdução* do livro dá o tom da obra com leveza e elegância – é pegar e não largar. Parte de um relato do jovem Goethe observando, da sacada de um hotel em Roma, o carnaval que agitava a multidão em 19 de fevereiro de 1787. No carnaval as coisas se transformam, as hierarquias se diluem temporariamente, os valores são subvertidos, o nobre vira plebeu e vice-versa, as regras sociais são provisoriamente suspensas, nada parece ser o que é. Qualquer coisa pode ser e/ou não ser. Só que a festa carnavalesca começa e termina. Deixa a euforia como lembrança. Esta é a sensação alimentada em movimentos populares. Como afirma o autor,

Onde quer que seja, na Europa ou em outros continentes, o crescimento dos populismos tomou a forma de uma dança frenética que atropela e vira ao avesso todas as regras estabelecidas. Os defeitos e vícios dos líderes populistas se transformam, aos olhos dos eleitores, em qualidades (p. 17).

E viramos todos foliões, antagônicos. A política torna-se questão de engajamento e não de ideias discutidas racionalmente em esfera pública. Não há como passar em meio ao carnaval sem engajar-se.

O capítulo um, *O Vale do Silício do Populismo*, introduz o leitor a uma das personalidades mais controversas da atualidade. Steve Bannon é filho da classe trabalhadora americana, e cheio de ressentimento contra elites econômicas e intelectuais do mundo, a quem se refere como traidores do povo. Mas ao invés de desperdiçar sua raiva em discussões de botequim, decidiu investir naquilo que o filósofo alemão Peter Sloterdijk (2012) chama de banco de cólera (veremos isso mais à frente), criando estratégias para ajudar a eleger pessoas afinadas com seus ideais.

Quais são seus ideais? Difícil dizer. Ele acredita que os liberais americanos construíram uma hegemonia globalista a partir de um marxismo cultural que é preciso substituir por uma internacional nacionalista (uma contradição em termos). A ideia é retomar o controle popular sobre o governo, elegendo pessoas como Trump ou Bolsonaro, que se dizem preocupadas com os destinos de seu país e de seu povo. Tudo isso, claro, parece delírio. Mas lembre-se que se trata de engajamento, de contágio, da canalização do ódio para um projeto redentor de poder. Não estamos no mundo da lógica analítica. Parece carnaval, e antes fosse. Teria data de início e término.

Estaríamos avisados e não imersos tentando entender o que se passa, e que, aparentemente, não tem pé nem cabeça. Acontece na Itália, nos EUA ou no Brasil. E Bannon passou por todos estes lugares.

Em todos os casos, estamos falando de um tecnopopulismo pós-ideológico fundado em algoritmos. Bannon é um homem do povo, que gostaria de devolver-lhe o poder usurpado pela elite mundial (lembramos do *Take back control*, slogan do Brexit). Mas como? Interpretando e interferindo em nossos desejos e sentimentos de forma objetiva, a partir dos dados que produzimos via internet posteriormente transformados em estatísticas. Para isso não é necessária a criação de um Partido Político. Em seu lugar entra o Partido Empresa, ou Partido Algoritmo. Basta seguir a direção na qual caminha a opinião pública – monitorada em tempo real. Por isso assistimos estarecidos a governantes que falam coisas totalmente diferentes dependendo do dia, do humor do público, ou da plateia para a qual se dirigem.

É como Partido Empresa que se organiza, por exemplo, o Movimento 5 Estrelas (M5S) na Itália, umas das principais forças da direita populista no país. Seus deputados eleitos respondem aos números e ao dono do partido (que não é político, mas administrador da empresa), Davide Casaleggio, herdeiro único do partido após a morte do pai. Essa história intrigante sobre a aliança política entre um gestor em marketing digital (Gianroberto Casaleggio, pai) e um comediante desbocado e performático (Bepe Grillo), encontra-se no capítulo dois, *A Netflix da política*.

Waldo conquista o planeta é o título do terceiro capítulo. Waldo é um ursinho azul virtual e canastrão que ficou conhecido mundialmente a partir de 2013 ao protagonizar um dos episódios da série britânica *Black Mirror*. Seu combustível é o ódio, a paranoia e a frustração com o mundo e consigo próprio – Waldo é comandado por um ser humano frustrado e ressentido. Aqui já podemos retomar Sloterdijk. Em seu livro *Ira e Tempo* (2012), o filósofo alemão reconstrói a história política da raiva. Durante os séculos, algumas instituições se responsabilizaram por administrá-la. Primeiro, a Igreja Católica. Em seguida, já no século XIX, os partidos políticos de esquerda. Hoje, ninguém mais gerencia a cólera, que se manifesta de forma cada vez mais desorganizada e caótica. Mas Empoli tem uma percepção diferente.

(...) anos depois da publicação do ensaio de Sloterdijk, já está comprovado que as forças da ira se reorganizaram e expressam-se no centro da galáxia dos novos populismos, que, do Leste Europeu aos EUA, passando pela Itália, a Áustria e os países escandinavos, dominam cada dia um pouco mais a cena política de seus respectivo países (p. 72).

A principal missão dos partidos empresas é canalizar o ódio contra os representantes da elite à esquerda ou à direita. Alinhadas à democracia liberal, nenhuma destas forças tem condições de dar uma resposta eficaz aos problemas de um mundo de consumidores cuja temporalidade é sempre a instantaneidade. No Partido Empresa, o tempo histórico da política não tem vez. Os partidos empresas esvaziam o centro político e se colocam como anti-políticos, mas em verdade trabalham para unir os desejos justamente pelos extremos do ódio. Haverá sempre uma mensagem de ódio para quem necessita de uma justificativa.

A identificação não se faz pelo reconhecimento do outro, mas com o líder. O mundo divide-se entre “nós” e “eles”. Isso faz a união do populismo, embora algumas mensagens possam soar contraditórias (como, por exemplo, um apelo democrático por uma ditadura militar). Do MBL, no Brasil, aos Coletes Amarelos, na França, vários movimentos estão contemplados neste capítulo. No livro, o autor demonstra certo conhecimento sobre nossa cultura, política e costumes. Aliás, já escreveu um ensaio sobre o país: *Hedonismo e medo. O futuro brasileiro do mundo* (2007).

O capítulo quatro, *Troll, o chefe*, apresenta uma história no mínimo inusitada. Em 2005, o ainda desconhecido Steve Bannon deixa Hollywood para alojar-se em Hong Kong. Lá, participa do lançamento da empresa *Internet Gaming Entertainment*. A empresa explora a popularidade de um famoso jogo de vídeo game chamado *World Of Warcraft*, que conta com milhões de afeccionados pelo mundo. A *Internet Gaming Entertainment* contrata milhares de jovens chineses para jogar o *game* dia e noite e acumular troféus, que depois podem ser vendidos (em dinheiro real) a jogadores ocidentais preguiçosos.

Mas para alguns *gamers* que fazem do jogo sua razão de viver, essa prática nada mais é que uma trapaça que corrompe a honra dos guerreiros digitais. Contudo, os jogadores que fazem do *WOW* seu ganha pão desejam continuar seu trabalho, e inicia-se uma guerra virtual extremamente violenta de ambas as partes. Bannon percebe aí as forças escondidas nos subterrâneos da internet, capazes de sérias ameaças, denúncias, difamações. É o cerne da ideia das *campanhas negativas*. Ao voltar aos EUA, Bannon procura imediatamente aliança com o jornalista Andrew Breitbart, responsável pelo mais conhecido site de extrema-direita nos EUA, *Breitbart News*. A ideia é mobilizar as correntes invisíveis e poderosas de ódio que alimentam milhões de indivíduos à margem da sociedade.

Ao invés dos *gamers*, Bannon desloca o alvo da cólera para o *establishment* político e midiático. Qualquer semelhança com o Brasil de 2020 não é mera coincidência. Bannon agencia os *gamers* para sua cruzada contra o marxismo cultural, mas faltam ainda duas coisas:

o rosto e o discurso. O rosto, claro, parece ter nascido para isso: o milionário apresentador de TV Donald Trump. O discurso, por sua vez, não pode ser nada menos que apocalíptico: seu mundo corre perigo, a poderosa máquina do politicamente correto e de censores democratas quer tirar tudo o que você mais preza, a liberdade de expressão, o anonimato, os valores da pátria e da família, sua liberdade, seus direitos civis, sua propriedade. A tropa digital montada por Bannon não tem limites. Sua única política é a de terra arrasada: insultos, perseguições, xingamentos, difamações, mentiras. O *troll* chefe, como o leitor já deve ter adivinhado, é hoje presidente dos EUA.

O capítulo cinco, intitulado *Um estranho casal em Budapeste*, parte de uma história trágica. Era janeiro de 2015 quando dois homens armados invadiram a sede do jornal satírico *Charlie Hebdo*, em Paris, e mataram 12 pessoas, deixando cinco feridos. No dia seguinte, dois milhões de franceses e chefes de estado de toda Europa saem às ruas em marcha para demonstrar união e coragem e ao mesmo tempo repudiar os atos terroristas. Entre os chefes de Estado estava Viktor Orbán, da Hungria.

Orbán percebe ali (com ajuda de um misterioso e discreto engenheiro do caos, chamado Arthur Finkelstein) uma raiva acumulada possível de ser drenada para seus propósitos de perpetuação no poder. Mesmo que à época a Hungria tivesse apenas 1,4% de imigrantes no total de sua população, sendo uma minoria deles de origem muçumana, seu discurso é incisivo contra a imigração, o Islã, e a favor do nacionalismo e dos valores da cultura húngara. O discurso, embora sem lastro na realidade, atingiu em cheio uma camada de eleitores capaz de mantê-lo no poder ainda hoje.

O sexto capítulo, *Os físicos e os dados*, trata de um tema fundamental. O misterioso Finkelstein foi um dos inventores do que o autor chama de *microtargeting*, ou seja, mirar a mensagem apenas para as pessoas certas, as influenciáveis, ao invés de distribuí-la a torto e a direito. Isso pode fazer enorme diferença na contagem final de votos. Como no caso de Trump, que venceu no Estado do Wisconsin por uma margem apertada de 11 mil votos (para uma população de 6 milhões de pessoas). A estratégia é mirar tanto nos indecisos para votarem quanto convencer aqueles que pendem para o adversário a não saírem de casa no dia da votação (já que, nos EUA, o voto é facultativo).

Seria isso a realização da física social, como inicialmente ficou conhecida a sociologia? Os físicos são, agora, mais importantes que os cientistas políticos para compreender a realidade e empreender uma reengenharia social? “Esta profusão de dados – e os poderosos interesses econômicos que ela representa – está na raiz do novo papel do físico na política” (EMPOLI, 2019, p. 144). Estaríamos, assim, rumando para uma administração científica da política? Difícil dizer

agora, mas esse é o objetivo dos engenheiros do caos. Distorcer, produzir e conduzir novas realidades.

Esse é justamente o mote da conclusão, chamada *A era da política quântica*. A física de Newton apresentava um mundo mecânico ordenado, mais ou menos racional, controlável, no qual a uma ação correspondia uma reação. A física quântica desfaz essa ideia e revela mais esta ferida narcísica. “Com a política quântica, a realidade objetiva não existe. Cada coisa se define provisoriamente, em relação a uma outra, e, sobretudo, cada observador determina sua própria realidade” (EMPOLI, 2019, p. 174-5), mesmo que para isso seja preciso negar a realidade mais evidente. Chama-se a isto de negacionismo. Cada pessoa vive em sua própria bolha, constituindo uma incapacidade atávica de se colocar no lugar do outro.

No fundo, não se trata de ter uma opinião sobre determinado fato, mas as bolhas colaboram para que todos tenham seus próprios fatos e construam sua própria realidade. Nas palavras do autor,

A política quântica é plena de paradoxos: bilionários se tornam os porta-estandartes da cólera dos desvalidos; os responsáveis por decisões públicas fazem da ignorância uma bandeira; ministros contestam os dados de sua própria administração. O direito de se contradizer e ir embora, que Baudelaire invocava para os artistas, virou, para os novos políticos, o direito de se contradizer e permanecer, sustentando tudo e seu contrário, numa sucessão de *tweets* e de transmissões ao vivo no Facebook que vai construindo, tijolo após tijolo, uma realidade paralela para cada um dos seguidores (EMPOLI, 2019, p. 176).

Em suma, o campo progressista tem muito a fazer e aprender se quiser reinventar as formas e os conteúdos políticos na era da política quântica.

REFERÊNCIAS

EMPOLI, Giuliano da. **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. Tradução Arnaldo Bloch. 1ª ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

EMPOLI, Giuliano da. **Hedonismo e medo**. O futuro brasileiro do mundo. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KIFFER, Ana; GIORGI, Gabriel. Ódio político e políticas do ódio: lutas gestos e escritas do presente. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2019. 136 p. (Coleção Por que Política?, v. 5).

RANCIÈRE, Jacques. **O ódio à democracia**. São Paulo: Boitempo editorial, 2015.

SLOTERDIJK, Peter. **Ira e tempo**. Ensaio político-psicológico. Tradução Marco Casanova. São Paulo: Estação Liberdade, 2012.

SOLANO, Esther (ORG). **O ódio como política**. A reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo editorial, 2018.

RECEBIDO EM: 30/05/2020

ACEITO EM: