

Viralizou: uma análise linguística pragmática de Fake News sobre a pandemia no Brasil

It's gone viral: a linguistic-pragmatic analysis of Fake News about the COVID-19 pandemic in Brazil

Fernanda Gonçalves Leal

Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR – Curitiba – Paraná – Brasil

Resumo: Diante um perigo tão inesperado e desconhecido quanto a pandemia de COVID-19, o Brasil chamou a atenção pela disseminação expressiva de informações falsas sobre a doença. A desinformação não é um fenômeno recente, mas atingiu grandes proporções nesse período. Nesse sentido, este artigo analisa *fake news* sobre a pandemia no Brasil a partir da pragmática de Peirce e de Grice. Esses autores contribuem com conceitos como hábito e crença, implicaturas e máximas conversacionais, respectivamente. Ainda, o termo *fake news* é caracterizado a partir de Wardle e o conceito de pós-verdade é explorado em D'Ancona. O objetivo da pesquisa consistiu em refletir sobre como tais conceitos estão relacionados ao processo de convencimento das notícias falsas sobre a pandemia. As metodologias adotadas foram a pesquisa bibliográfica e a análise textual, de abordagem qualitativa. O *corpus*, coletado na Agência Lupa, compreende quatro informações veiculadas no Brasil entre abril de 2020 e abril de 2021 no aplicativo *Whatsapp*. Os resultados mostraram que as *fake news* tendem a impactar aqueles que possuem predisposição para acreditar em seu conteúdo, além de utilizar das máximas conversacionais e implicaturas de modo a ludibriar o leitor, levando-o a conclusões e crenças falsas.

Palavras-chave: *Fake News*. Pragmática. Pandemia de COVID-19. Brasil.

Abstract: The coronavirus pandemic is an unexpected and unknown danger which all countries had to face. This situation was worsened in Brazil by the significant amount of fake news spread about the disease, with disinformation reaching high rates during this period. Thereby, this paper analyzes fake news about the pandemic in Brazil from the pragmatic perspective of Peirce and Grice. These authors contribute with their concepts of habit, creed, implicatures and conversational maxims, respectively. This article also presents a description of fake news in Wardle, and explores the conception of post-truth in D'Ancona. The main aim of the research was to reflect on the connection between such ideas and the convincing aspect of fake news about the pandemic. Bibliographic research and textual analysis, within a qualitative approach, were the methodologies used. The *corpus* was composed of four fake news collected at *Agência Lupa* (a Brazilian fact-checking agency) and shared via *Whatsapp*. Results showed that fake news tend to impact those who have a pre-disposition to believe its content, and that the implicatures and conversational maxims are used to deceive the reader's understanding, misleading them to false conclusions and ideas.

Keywords: *Fake News*. Pragmatics. COVID-19 pandemic. Brazil.

1 Introdução

A informação de qualidade em tempos de pandemia também é responsável pelo bem-estar e pela saúde da população. E em meio a uma crise sanitária de proporções mundiais, o Brasil preocupa pela “pandemia de fake news” (AMARANTE, 2020; FALCÃO; SOUZA, 2021). Segundo esses autores, nesse período, o país é um dos três no mundo que mais possui notícias falsas verificadas. Já a Organização Mundial da Saúde (OMS) trata do assunto como uma infodemia, termo que se refere a uma emissão intensa de “informações que se divulga pelos meios de comunicação sobre determinados temas, em grande parte não fidedigna” (INFODEMIA, 2021, s/p). Assim, este estudo visa analisar fake news sobre a pandemia no Brasil à luz da teoria pragmática.

Há mais de um século, o Rio de Janeiro foi palco da “Revolta da Vacina”, quando esta ainda era uma conquista recente da ciência. Desinformada, a população tomou as ruas para se opor à vacinação contra a varíola em meio a uma epidemia da doença. Hoje, mesmo com uma variedade de canais de informação à disposição, nota-se movimento semelhante. Segundo dados coletados pelo Programa Nacional de Imunização (PNI) em 2020, a cobertura vacinal da população brasileira encontra-se em declínio desde 2015. Dentre os fatores responsáveis por essa diminuição, Galhardi et al (2020) apontam a disseminação de fake news.

Durante esse período pandêmico, diversos sites de origem não confiável divulgaram “curas” milagrosas e cientificamente incorretas para a doença. Essas informações falsas foram corroboradas por figuras da mídia e da política brasileiras, ilustrando o conceito de “pós-verdade”. Esses eventos revelam que as fake news possuem alto poder de convencimento e de persuasão, fazendo com que o leitor se engane, replique a mensagem ou até mesmo tome decisões precipitadas, colocando sua saúde e a dos demais em risco.

Desse modo, faz-se pertinente a análise desse fenômeno ainda em curso a partir da Pragmática, na tentativa de refletir sobre quais motivos levam uma pessoa a acreditar em informações inverídicas. Assim, o questionamento a ser respondido nesse artigo é: como o convencimento das fake news sobre a pandemia no Brasil pode ser explicado pela Pragmática? Para isso utilizam-se os pressupostos teóricos de autores como Peirce (1986), precursor do estudo da pragmática na filosofia, e Grice (1982), linguista idealizador da Teoria da Cooperação.

A primeira parte do artigo introduz ao leitor a teoria das máximas conversacionais e implicaturas de Grice (1982) e o pragmatismo de Peirce (1986), estudioso que afirmou que crença e ação estão intimamente relacionadas. A seguir, o termo fake news é caracterizado de acordo com Wardle (2017), e complementado pelas categorias específicas sobre a pandemia criadas por Posetti e Bontcheva (2020). A última seção do referencial teórico relaciona os conceitos de fake news e pós-verdade com a teoria Pragmática. Por fim, há a análise textual do corpus de notícias falsas, coletado no site da Agência Lupa.

2 As máximas conversacionais e as implicaturas de Grice

Os estudos de abordagem pragmática chegaram ao campo da linguística em meados do século XX, com as reflexões de Paul Grice em *Meaning* (1957) e *Lógica e Conversação* (1975). O ponto de partida era a filosofia analítica aplicada à linguística, procurando preencher lacunas contextuais deixadas pelos estudos anteriores – como o Estruturalismo e o Gerativismo –, os quais não levam em conta elementos externos intrínsecos à dinâmica linguística.

Na teoria de Grice, segundo Godoi e Domingos-Brunet (2016), a linguagem constitui uma ferramenta usada pelo falante para comunicar suas intenções ao ouvinte. Rompendo com o antigo modelo de código, ele elabora o princípio de cooperação, um acordo implícito entre interlocutores

para que contribuam mutuamente na comunicação. Essa tarefa é regida por máximas conversacionais, mas a comunicação ainda é viável se uma destas é violada. Ele também procurou explicar como os ouvintes podem inferir informações não ditas a partir de um enunciado. Assim, como afirma Silveira (2007, p.35): “as teorias pragmáticas têm como principal objetivo explicar como os falantes de qualquer língua conseguem usar as sentenças dessa língua para transmitir mensagens que não têm, necessariamente, relação com o conteúdo semântico da sentença usada”.

A partir disso, a comunicação entre as pessoas, segundo Grice (1982), segue uma série de regras, organizadas por ele em quatro máximas. A de quantidade postula que a informação contida em uma mensagem deve ser objetiva, suficiente para informar o interlocutor pois, para o linguista, informar mais que o necessário é uma perda de tempo. A máxima de qualidade consiste em proporcionar “contribuições genuínas” (GRICE, 1982, p. 89), ou seja, o interlocutor deve possuir evidências quem comprovem aquilo que fala. As duas últimas máximas são a de relação – o que é dito deve ser relevante – e a de modo – seja claro e evite ambiguidades.

No caso desta última, deve ser feita uma exceção para o uso de figuras de linguagem (metáfora, ironia, entre outros). Em sua teoria, Grice previu situações em que alguma máxima é violada pelos interlocutores, consciente ou inconscientemente. Assim, tais máximas servem de base para que ocorra o fenômeno da implicatura.

Grice o exemplifica da seguinte maneira: duas pessoas, A e B, conversam sobre o novo emprego de uma terceira, C. Nesta ocasião, B pergunta para A como vão as coisas no emprego de C, ao que A responde: “Muito bem, eu acho. Ele gosta de seus colegas e ainda não foi preso” (GRICE, 1982, p. 84). Dentre as implicaturas que os envolvidos nessa conversa podem fazer estão: C é uma pessoa impulsiva, ou passível de agir de modo que a leve presa algum dia.

Assim, uma implicatura consiste na interpretação daquilo que não foi dito explicitamente.

Segundo Grice (1982, p. 92), elas podem ser categorizadas em conversacionais ou convencional. A primeira, como mostra o exemplo, não depende do significado comum de uma palavra, podendo ser entendida a partir do contexto da conversa na qual está inserida. Já a segunda, do tipo convencional, está presente quando os interlocutores realizam inferências a partir do que é dito, não sendo necessário ir além. É importante ressaltar também que a implicatura só acontece quando o enunciador sabe, ou acredita, que o ouvinte dispõe dos conhecimentos necessários para realizá-la. Esses conceitos são performados inconscientemente pelos falantes quando em uma situação comunicativa, o que o autor denomina Princípio da Cooperação, isto é, ambos interlocutores contribuem para manter a conversa de acordo com seus objetivos e intenções.

Como será tratado no decorrer do artigo, essa dinâmica é relevante pois permite uma análise partindo do princípio de que a implicatura conversacional descreve os raciocínios que os receptores fazem para interpretar os enunciados dos locutores; também pode-se verificar de que maneira as fake news levam o interlocutor a crer que o locutor não está tentando enganá-lo em suas proposições.

3 A pragmática de Peirce

O método desenvolvido por Charles Sanders Peirce (1839-1914) tem como objeto a significação de conceitos. Para atendê-lo, o estudo da linguagem é essencial, pois é o meio do qual o ser humano dispõe para compreender os signos à sua volta. Dessa maneira, a finalidade do método pragmático é, a partir da lógica, “tornar nossas ideias claras” (PEIRCE, 1986b, p. 5), pois para o filósofo pensar e agir são atos que exercem o significar das coisas.

Vale ressaltar que, divergindo dos demais filósofos pragmatistas, Peirce não encontra na ação a “finalidade última do pensamento”, mas sim no refinamento constante de uma ideia a partir da reflexão (SANTAELLA, 2004).

Desse modo, para compreender o significado de uma ideia, é preciso se atentar para suas

consequências práticas, ou seja, sua influência sobre nosso modo de agir. Esse processo pressupõe o entendimento de quatro conceitos da teoria de Peirce: hábito, dúvida, crença e verdade.

O hábito surge a partir de inferências que um indivíduo faz sobre o que o cerca; consiste no conjunto consolidado de ideias que pautam o agir. Este é um conceito intrinsecamente relacionado à crença, caracterizada como um processo mental responsável por “guiar nossos desejos e moldar nossas ações” (PEIRCE, 1986a, p. 247).

De acordo com o filósofo, a experiência pode causar o refinamento de uma crença ou até mesmo seu abandono, já que tal princípio é pautado pela busca pela verdade. Santaella (2018), entretanto, argumenta que manter uma crença, do ponto de vista cognitivo, é muito mais vantajoso do que rejeitá-la, já que isso implica a alteração dos hábitos e dos modos de agir. Isso ocorre porque, de acordo com Peirce (1986a, p. 248), “assim que uma crença firme é alcançada, ficamos inteiramente satisfeitos, quer a crença seja verdadeira, quer seja falsa.”

A dúvida é resultado do conflito entre experiência e crença quando estes não são correspondentes (GOMES, 2019). É um estado incômodo que impele o indivíduo a agir, mudando sua crença ou adotando uma nova.

Da interação dialética entre crença e dúvida surge o que o filósofo denomina inquirição, isto é, diante do desconforto causada pela dúvida, uma pessoa buscará sanar suas incertezas o mais rápido possível, pois “o único objeto da inquirição é o estabelecimento da opinião” (PEIRCE, 1986a, p. 248). Dessa maneira, esse processo faz com que os esforços de um indivíduo se voltem para a procura de uma nova crença, já que a que possuía anteriormente é incerta.

A discussão sobre esses conceitos culmina, então, na concepção de verdade (ou realidade) do filósofo pragmatista, apresentada por Susan Haack (2002, p. 141) da seguinte maneira:

Pois o método científico, argumenta Peirce, é o único entre os métodos de investigação a

ser condicionado (constrained) por uma realidade que é independente do que qualquer um acredita, e é por isso que ele pode levar ao consenso. Portanto, já que a verdade é a opinião na qual o método científico vai eventualmente se assentar, e uma vez que o método científico é condicionado pela realidade, a verdade é a correspondência com a realidade. Segue-se também que a verdade é satisfatória para a crença no sentido de que ela é estável, livre da perturbação da dúvida (grifo nosso).

Assim, para ele a realidade existe independentemente do que um grupo de pessoas pensam. Logo, se a soma da experiência de diversos indivíduos leva à mesma conclusão, então trata-se de uma ou mais ideias com o mesmo significado; uma ideia verdadeira, por meio da unanimidade. Desse modo, é possível alcançar a verdade por meio de uma longa e detalhada investigação empírica (método científico) que, mesmo que resulte em consenso, pode ser sempre aprimorada.

Os conceitos propostos por Peirce são produtivos para esta análise pois permitem uma reflexão acerca da influência das fake news sobre a crença. Isso porque deve ser levado em consideração que o processo de informação - assim como o de desinformação - está intimamente associado com questões de apelo emocional, que podem se sobrepor ao racional, fazendo com que as pessoas busquem por “uma questão da nossa simpatia, reiterando-a constantemente [...], agarrando-nos a tudo que possa conduzir a essa crença, e aprendendo a olhar com desprezo e ódio tudo que possa perturbá-la” (PEIRCE, 1986a, p. 248-49). Ainda, o conceito de verdade também é importante para se entender, posteriormente, por que algumas verdades universais são rejeitadas em detrimento de “verdades subjetivas” – hoje englobadas no conceito de pós-verdade, apresentado à frente neste artigo.

4 Notícia ruim chega rápido

Alcott e Gentzkow (2017) caracterizaram as fake news como “notícias que são intencionalmente falsas, passíveis tanto de verificação quanto de indução do leitor ao erro” (2017, p. 3, tradução da

nossa). Para os autores, o frenético aumento na circulação de notícias falsas, por meio das redes sociais, se deve ao crescente engajamento nessas redes e à desconfiança do público perante veículos de imprensa tradicionais (ALZAMORA; ANDRADE, 2019). Em sua conceituação, Alcott e Gentzkow (2017) se basearam em Wardle (2017), que vai na contramão dessa definição, pois afirma que a banalização do termo implica uma relação de poder desigual entre políticos e imprensa. Como reitera Jack (2017 apud Amarante 2020, p. 55):

as fake news muitas vezes são usadas para desafiar os discursos da mídia convencional, confundindo a interpretação do conceito. Assim, rotular alguém como notícia falsa pode servir como meio retórico para lançar dúvidas sobre uma determinada história ou para abalar a confiança do jornalismo profissional.

Assim, Wardle (2017) a criou o conceito “ecossistema de desinformação”, dividido em três principais dimensões: mis-, dis- and mal-information (2017, p. 5). Essas expressões não podem ser traduzidas para o português pois perderiam seu sentido original. Aqui interessa o conceito de disinformation, definido pela autora como informações que são simultaneamente falsas e nocivas e intencionalmente enganosas.

Esse fenômeno não é recente (afinal, as fofocas e os boatos, de natureza semelhante, sempre existiram) e abarca as mais diversas esferas da vida cotidiana. Ele também se relaciona intimamente com a hiper informação, isto é, a “avalanche ininterrupta de informação que recebemos nesta era digital” (SANTAELLA, 2018, s/p). Uma vez saturada a rede, maior a probabilidade da incidência descontrolada de desinformação nas mídias sociais. Isso preocupa gestores públicos e estudiosos de todas as áreas, visto que, de acordo com Alcott e Gentzkow (2017), foram capazes de influenciar as eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos. No Brasil, a CPMI (Comissão Parlamentar Mista de Inquérito) sobre fake news, instaurada em 4 de setembro de 2019, investiga o uso desses artifícios nas eleições de 2018.

É importante notar, então, que a desinformação está atrelada à interesses políticos e

econômicos, uma vez que existem agentes e instituições que se beneficiam, em diferentes medidas, com a propagação de notícias falsas (GOMES, 2019; POSETTI; BONTCHEVA, 2020a). À vista disso, parte da sociedade hoje encontra-se em mobilização para tentar combater esse tipo de informação, já que podem afetar negativamente diversas áreas da vida, entre elas, a saúde. Segundo Posetti e Bontcheva (2020a, p. 2), a desinformação acerca da pandemia “é mais tóxica e mais letal que a desinformação sobre outros assuntos”.

Após o início da pandemia, a OMS alertou para os malefícios da infodemia, termo usado para designar o excesso de informação e a decorrente dificuldade de distinguir o falso do verdadeiro (OPAS, 2020). A novidade da situação fez com que Posetti e Bontcheva (2020) criassem o termo disinfodemic (uma palavra que une disinformation, infodemic e pandemic; disinfodemia em português), utilizado para se referir “às inverdades que alimentam a pandemia e seus impactos” (2020b, p. 2). Para as autoras, o acesso à informação de qualidade é essencial e um direito dos cidadãos, e que agora interfere diretamente no direito à saúde. Quando tais garantias estão sob ameaça, toda a sociedade está sujeita a sofrer com as consequências danosas.

Em sua pesquisa, elas mapearam nove principais temas desse tipo de notícia, como origem e propagação do vírus, estatísticas falsas e tratamento incorreto da doença. Dentre os formatos catalogados pelas autoras, destacam-se a construção de narrativas com linguagem apelativa – que misturam opinião a informações incompletas e são veiculadas principalmente por meio de aplicativos de mensagem – e as imagens e vídeos fraudulentos, ferramentas importantes e capazes de influenciar as emoções dos leitores.

Além de apontar as características, Posetti e Bontcheva (2020) também mostram caminhos para o combate à desinformação sobre a COVID-19, que perpassam quatro tipos de resposta: a identificação – daí a importância do trabalho das agências de checagem –, o combate à produção e distribuição, assim como ações punitivas voltadas para os

produtores e, por fim, auxílio ao público-alvo afetado pelas fake news. Todo esse trabalho deve ser realizado, segundo elas, respeitando o direito de liberdade de expressão.

4.1 Desemaranhando conceitos: fake news, pragmática e pós-verdade

Para D’Ancona (2018), o fenômeno de disseminação de fake news observado atualmente é consequência do desmantelamento das instituições – o Estado, a imprensa e as organizações sociais –, que perderam a credibilidade da sociedade após sucessivas “crises de veracidade” (2018, p. 26).

Isso se reflete na pesquisa de Newman et al (2020), a qual aponta que, em 2013, 50% dos brasileiros se informavam por meio da mídia impressa, 75% por meio da televisão e apenas 47% nas mídias sociais. Em 2020, esse panorama mudou drasticamente, com o declínio da mídia impressa (23%) e da TV (66%) e a ascensão das mídias sociais, que atingiu a marca de 67% de uso para fins informativos. Ainda, segundo o relatório, os veículos online da Globo News, Folha de S. Paulo e Veja configuram entre os “menos confiáveis” de acordo com os entrevistados.

O advento da internet, ao mesmo tempo em que democratizou o acesso à informação, também fez com que os conceitos de autoria e veracidade se diluíssem. De acordo com Grice (1982), a máxima de qualidade possui tamanha importância que é capaz de reger as demais, isto é, o Princípio de Cooperação depende fortemente das contribuições verdadeiras dos falantes envolvidos em um diálogo. Em um ambiente caótico como as redes sociais, opiniões são emitidas de maneira superficial e são facilmente confundidas com fatos, fazendo com que os interlocutores tenham pouco controle sobre a autenticidade do que é dito. A velocidade das interações, praticamente instantâneas, faz com que não exista tempo suficiente para fazer ponderações. Desse modo, as redes tornam-se um terreno fértil para a propagação de desinformação sobre a

pandemia de COVID-19, ou qualquer outro assunto relevante para a vida pública.

Peirce aponta que parte expressiva do processo de aquisição de uma crença verdadeira baseia-se em “uma comunidade comprometida com a busca pela verdade” (GOMES, 2019, p. 93). Porém, como aponta D’Ancona (2018), a sociedade não configura como uma “comunidade comprometida”, pelo contrário, a perda de confiança nas instituições abalou fortemente o senso de coletividade das pessoas. Isso faz com que os indivíduos pós-modernos optem por acreditar naquilo que traz benefício pessoal; é o “triumfo do visceral sobre o racional, do enganosamente simples sobre o honestamente complexo” (D’ANCONA, 2018, p. 29)

Uma expressão que exemplifica esse movimento é “fatos alternativos”: na ausência de evidências que comprovem o que é dito, a pessoa opta por compartilhar aquilo que acredita ser verdadeiro – mesmo quando não é. Acerca disso, Peirce (1986b, p. 272) afirma que “uma pessoa que arbitrariamente escolhe as proposições que quer adoptar pode usar a palavra verdade unicamente para realçar a expressão da sua determinação em se manter fiel à sua escolha”.

Ainda, o filósofo pragmatista procurou distinguir crenças baseadas no real e no fictício, apontando para a arbitrariedade de se considerar um pensamento subjetivo como “verdade”. Os conceitos de crença e verdade propostos por ele podem ser relacionados com o que hoje se denomina “pós-verdade”, caracterizado por Falcão e Souza (2021, p. 59) como

Sendo assim, pode-se considerar que é esse o regime de verdade da Era da Pós-verdade que está em voga, ou seja, o indivíduo acredita no que for mais conveniente para si, uma vez que as pessoas compartilham inadvertidamente um conteúdo, com preferência aos apelos emocionais e às crenças pessoais em detrimento dos fatos objetivos.

A pós-verdade contrapõe-se fortemente a ideia peirceana de verdade, a qual é baseada no consenso, na realidade e no constante

aprimoramento. Desse modo, a definição apresentada e a seguinte proposição de Peirce dialogam diretamente com o contexto atual, contribuindo para uma melhor compreensão sobre as fake news amplamente divulgadas durante a pandemia no Brasil:

Onde a esperança não é confrontada com qualquer experiência, é provável que o nosso optimismo seja extravagante. Ser lógico quanto a assuntos práticos é a qualidade mais útil que um animal pode possuir, e pode, conseqüentemente, resultar da ação da seleção natural; mas fora disto é provavelmente mais vantajoso para o animal ter a sua mente cheia com visões agradáveis e encorajadoras, independentemente da sua verdade; e assim, sobre assuntos não práticos, a seleção natural pode ocasionar uma tendência de pensamento falaciosa. (PEIRCE, 1986a, p. 244-45, grifo nosso)

No ano de 2020, quando ainda não havia vacina para a doença, muitos brasileiros nutriam esse “otimismo extravagante” sobre o fim da situação, mesmo que ele fosse incompatível com a realidade. Podemos especular que esse fenômeno foi potencializado pelas fake news, uma vez que ofereciam soluções “milagrosas”, ainda que incorretas, para o problema. Assim, uma parcela da população brasileira assumiu o risco de confiar em informações falsas, uma vez que, como aponta Santaella (2018), é mais fácil manter uma crença do que aceitar uma nova, pois isso requer esforço e, conseqüentemente, mudança de hábitos.

5 Procedimentos de análise

Este estudo tem como objetivo a análise de fake news sobre a pandemia de COVID-19 que circulam no Brasil. Para tanto, utiliza-se a pesquisa qualitativa, caracterizada por Minayo (2001) como o estudo de uma realidade em seus aspectos mais profundos, visando à melhor compreensão de fenômenos específicos que não podem ser quantificados.

O levantamento de dados para a composição de um corpus foi feito durante a primeira semana de agosto de 2021. As notícias falsas foram coletadas no

site da Agência Lupa, que é associada à Revista Piauí. Essa plataforma existe no Brasil desde 2015 e é uma das precursoras em checagem de informações no país (AMARANTE, 2020). Além disso, a Lupa também é membro da International Fact-Checking Network (IFCN, ou em tradução livre, Agência Internacional de Checagem de Fatos), organização responsável pelas diretrizes básicas e regulamentação da atividade em todos os países.

Seguindo a metodologia de Amarante (2020), Falcão (2021) e Galhardi et al (2020), uma seleção de quatro notícias falsas foi coletada de acordo com os seguintes critérios:

- a) Recorte nacional – as notícias tratam somente da realidade brasileira;
- b) Recorte temático – as notícias tratam de aspectos relacionados à pandemia de COVID-19;
- c) Veiculação – circularam pelo aplicativo de mensagens Whatsapp;

A existência do critério “c” é justificada na pesquisa realizada pela Agência Reuters (NEWMAN et al, 2020), a qual revela que o Whatsapp é um dos principais canais de difusão de notícias falsas no Brasil, assim como também é o segundo aplicativo mais usado para a obtenção de notícias (48% dos usuários).

6 Resultados e discussão

O conteúdo selecionado compreende quatro notícias falsas sobre a pandemia de COVID-19 no Brasil, sumarizadas no Quadro 1, e que podem ser encontradas na íntegra nos Anexos A, B, C e D. O recorte temporal das notícias compreende abril de 2020 a abril de 2021.

Quadro 1: Corpus de *fake news* sobre a pandemia no Brasil

Notícia	Data de veiculação	Conteúdo
1) O governador João Doria decreta <i>lockdown</i> no estado de São Paulo.	Abril de 2021.	A informação que foi veiculada em forma de áudio. Nele, ouve-se João Doria dizendo “eu queria neste momento deixar claro à opinião pública e à população do estado de São Paulo que, sim, a prorrogação da quarentena será feita em São Paulo por mais 15 dias, do dia 8 até o dia 22 de abril (...)”.
2) Miracatu (SP) zerou fila de leitos de UTI com protocolo de ‘tratamento precoce’	Abril de 2021.	Em forma de imagem, a notícia mostra o prefeito do município ao lado de Jair Bolsonaro. A legenda da foto é: “Mais um exemplo: prefeito de Miracatu/SP, Vinícius Brandão, adota tratamento precoce e zera filas de leitos de UTI”.
3) Funcionários brasileiros do Butantan estão proibidos de acessar ala de produção da CoronaVac	Dezembro de 2020.	Relato veiculado em forma de mensagem, no qual um suposto parente do relator, que trabalha no Instituto Butantã, afirma não ter acesso à ala onde está sendo produzida a vacina. De acordo com o texto, o local seria de circulação restrita de funcionários chineses.
4) Vale-combustível da Petrobras na pandemia de Covid-19	Abril de 2020.	Segundo o texto veiculado, a empresa teria acumulado estoque de combustível em razão das medidas de distanciamento adotadas com a pandemia de COVID-19. Assim, para liberar armazenamento, a Petrobras distribuiria vales-combustível para aqueles que o solicitassem através de um <i>link</i> disponibilizado na mensagem.

Fonte: a autora, 2021.

De maneira geral, as *fake news* não obedecem, intencionalmente, à máxima griceana de qualidade, que preza pela veracidade na produção de enunciados. Como será apresentado a seguir, na ausência de evidências que comprovem o que é dito, as notícias falsas deturpam ou fabricam evidências para gerar uma falsa credibilidade de seu conteúdo. Ainda, deve-se levar em conta a predisposição (o conceito de hábito em Peirce) de alguns leitores para acreditar no conteúdo dessas *fake news*, que de início não serão recebidas com estranhamento, pois já estão habituados a um pensamento semelhante.

A notícia 1 relaciona erroneamente o contexto do início da pandemia (abril de 2020) com o do momento em que foi veiculada (abril de 2021). Cabe ressaltar aqui que a infodemia contribuiu para que esse tipo de conteúdo ganhasse repercussão, dado o excesso de informações que atingiu a população brasileira nesse período.

Segundo apuração da Agência Lupa, a fala foi proferida durante coletiva de imprensa do governo do estado de São Paulo no dia 6 de abril de 2020, e o vídeo original encontra-se disponível para o público na plataforma *Youtube*. Nela o governador, que no passado precisou prorrogar o período de *lockdown* no estado, teve esta parte específica de sua fala reproduzida em 2021. Os responsáveis por isso tinham o objetivo de alarmar as pessoas desnecessariamente. Um agravante desse tipo de conteúdo é o fato de que, caso o leitor procure checá-lo, encontrará evidências que comprovem o ocorrido. Assim, é importante atentar-se para a manipulação dos dados e do contexto (WARDLE, 2017).

Na fala do governador, o trecho “deixar claro à opinião pública” e a ênfase dada à palavra “sim” cumprem as máximas griceanas de modo e relação, respectivamente, ajudando a construir a credibilidade do que é dito, de maneira a enganar o leitor/ouvinte. Essas características favorecem uma implicatura do tipo convencional, na qual o leitor atenta-se para a força significativa das palavras.

A notícia 2 consiste em uma montagem de fotos, na qual aparecem leitos vazios em um hospital (na parte superior da imagem) e o presidente Jair

Bolsonaro ao lado do prefeito de Miracatu (no centro), na tentativa de assegurar uma imagem pública positiva para os dois. Ambos aparecem sorrindo e há indícios de que não estão juntos no mesmo espaço físico na foto. Na parte inferior da imagem está a legenda que veicula a informação. O texto aparece nas cores verde e amarela, remetendo a um sentimento de nacionalismo.

Algumas unidades lexicais chamam a atenção, como “mais um exemplo” e “zera fila”. Primeiramente, o advérbio mais, no sentido em que é utilizado, passa para o leitor a sensação de que existem diversas outras situações semelhantes e, logo, positivas. Já o verbo zera remete a encerrar, anular; e acabar com uma fila de leitos de UTI durante uma pandemia é uma ideia reconfortante para muitos. Esses elementos também constroem a impressão de que tanto o presidente quanto o prefeito são os responsáveis por tal conquista.

Ainda, uma pessoa crente de que o “tratamento precoce” é eficaz, ao ver essa notícia, apenas reforçará sua opinião. O texto com as cores da bandeira também pode fazer com que o leitor veja esse tipo de tratamento como algo benéfico para o Brasil.

Aqui, tanto os elementos não verbais quanto os verbais favorecem a realização de uma implicatura positiva por parte do leitor. Porém, de acordo com apuração da Agência Lupa, a cidade de Miracatu sequer possui hospital, logo, não existem leitos de UTI no local, que conta com o serviço de apenas uma unidade de pronto atendimento (UPA). Na medida em que essa *fake news* se espalha por outras cidades, as pessoas podem não ter esse conhecimento sobre Miracatu. Essa informação passará despercebida por muitos leitores, principalmente aqueles que não possuem interesse em checar a veracidade do enunciado. Assim, confrontá-los com a verdade torna-se uma tarefa complexa, uma vez que as crenças já estarão formadas.

Já a notícia 3 apresenta-se de maneira menos sofisticada do que as anteriores, numa estrutura similar a uma “fofoca” virtual, pois consiste em uma mensagem simples no aplicativo *Whatsapp*.

Na imagem de captura da tela percebe-se a indicação “encaminhada”, nomenclatura utilizada para mensagens que foram repassadas para diversas pessoas. Isso impossibilita saber quem é o verdadeiro autor, e deveria funcionar como um elemento que gera dúvida no leitor e alerta para a provável inveracidade do que vem a seguir. Nesta mensagem, há um destaque na palavra “brasileiros”, a qual aparece pela primeira vez em caixa alta. Ela contrasta com a palavra “chineses” que, assim como na notícia anterior, instiga um sentimento de patriotismo.

Pode-se dizer que essa notícia respeita a submáxima de quantidade – não faça sua contribuição mais informativa do que seja necessário –, já que o autor da mensagem não revela as supostas condições e motivos que levaram à “restrição” dos funcionários do Instituto Butantã em ambientes específicos. Uma mensagem como essa não pode possuir riqueza de detalhes, caso contrário, pode haver contradição e violação da máxima de modo (“evite ambiguidades”), ocasionando o descrédito daquilo que é apresentado.

A implicatura conversacional é determinada pelos princípios básicos do ato comunicativo, possuindo um caráter mais intencional do interlocutor em não cumprir a(s) máxima(s), seja por simplesmente não querer cooperar ou por pretender atingir um fim específico. Consequentemente, a notícia 3 induz uma implicatura desse tipo, induzindo o ceticismo acerca da transparência na produção e qualidade da vacina produzida no Instituto Butantã. Assim, uma pessoa que realiza tal implicatura acaba por reforçar sua crença de que o imunizante não é bom. Percebe-se aqui que a dúvida não é gerada de modo a contestar o hábito e a crença, mas sim de forma a colocar em xeque o benefício trazido pela vacina contra o COVID-19.

De maneira similar à notícia 3, a notícia 4 também foi veiculada em forma de texto no *Whatsapp* – “a Petrobras não tem mais onde guardar combustível. Vão doar para os trabalhadores”, seguido de um *link*. Este leva a uma página fraudulenta que simula uma inscrição na plataforma da empresa. Essa promoção teria sido motivada pela

pandemia de COVID-19, uma vez que, com menos automóveis circulando, o estoque de gasolina teria acumulado.

De acordo com a Agência Lupa, a situação fez com que a Petrobras divulgasse uma nota. Nela, reitera que clicar em *links* maliciosos pode levar ao roubo de dados dos usuários e que os canais de comunicação oficiais da empresa sempre verificam “promoções e convites suspeitos”.

Nota-se, então, que as máximas empregadas na notícia 4 são a de quantidade e relação/relevância, uma vez que o conteúdo se apresenta de maneira objetiva e relevante. A palavra “doar” pode acarretar uma implicatura convencional, visto que traz a ideia de adquirir benefícios gratuitamente, induzindo o leitor a clicar no *link*. Aqui também estão envolvidas as emoções do interlocutor, pois pode-se especular que a promessa de um prêmio gera sentimentos de alegria ou surpresa, impulsionando-o a obter esta recompensa e validando seu hábito.

Assim, esse aparato linguístico proposto por Grice reforça a teoria de Peirce, pois as *fake news* atuam sobre os conceitos de hábito, crença e opinião, nunca gerando dúvida.

Nas notícias selecionadas e analisadas, nota-se que o principal objetivo delas é a manutenção dos hábitos dos leitores, ao proporcionarem para eles ideias que corroboram suas crenças – tratamento precoce para COVID-19, promessa de recompensas e insegurança acerca da vacina – ou instigam suas inseguranças – temor de novo período de lockdown. Logo, evita-se a dúvida, estado incômodo para o sujeito, pois coloca em xeque aquilo em que acredita e, consequentemente, suas opiniões (SANTAELLA, 2018).

Outro fator relevante que atua a favor do convencimento do interlocutor é a manipulação – linguística, imagética e ideológica – orquestradas por essas *fake news* que, como explicitado, são capazes de confundir e convencer o leitor que não possuía uma opinião formada sobre determinado tema.

Em uma perspectiva mais ampla, Wardle (2017) alerta que o “sucesso” desse fenômeno se dá justamente por despertar nos indivíduos emoções

como superioridade, raiva ou medo. A reprodução do conteúdo enganoso é, conseqüentemente, uma partilha de experiências que tem por objetivo a aceitação em determinado grupo social – seja ele *online* ou físico.

Não se pode desconsiderar, ainda, que informações incorretas impactam o processo de tomada de decisão, pois o cérebro humano não consegue ignorar informações uma vez que têm acesso a elas, sejam verdadeiras ou falsas. Uma vez processado cognitivamente um conteúdo falso, é custoso desfazer tal ação. Isso também evidencia outra problemática: atuar para que haja uma mudança de comportamento por parte dos “consumidores” de notícias falsas requer um esforço para que estes mudem seus hábitos e, conseqüentemente, suas crenças – o que é uma tarefa demasiadamente complexa. Dessa maneira, parece ser mais vantajoso combater a disseminação de *fake news* atuando sobre suas causas – sua fabricação, financiamento e difusão – do que sobre as conseqüências.

Em suma, nota-se um ciclo nocivo no qual, pela exclusão da dúvida, diversas pessoas podem tomar como verdade discursos falsos em busca da satisfação individual (pós-verdade). Deve-se ter em mente, contudo, que viver de maneira alienada durante uma pandemia traz conseqüências coletivas e não apenas individuais.

7 Considerações finais

Este trabalho, cujo objetivo geral era analisar *fake news* sobre a pandemia no Brasil a partir da Pragmática, confirma a literatura da área, pois a teoria explorada foi produtiva para o entendimento do processo. O compartilhamento e a conseqüente creditação de notícias falsas também perpassa elementos externos a essa pesquisa – como ideologia, manipulação e letramento digital –, os quais podem ser explorados tanto pela filosofia quanto pela pragmática linguística em trabalhos subsequentes.

A partir do referencial teórico de Grice (1982) é possível afirmar que as máximas conversacionais

de quantidade, modo e relação propostas pelo linguista são respeitadas quando oportuno, com exceção da máxima de qualidade, que prevê a veracidade dos enunciados. O princípio de cooperação é subvertido, uma vez que os interlocutores esperam uma contribuição verdadeira em suas interações. Ainda, as notícias analisadas também favoreceram igualmente implicaturas convencionais e conversacionais, utilizando de todos esses artifícios para fazer o leitor tomar conclusões equivocadas sobre o que é dito. Uma vez adotada tal conclusão, o processo para desfazê-la é complexo, e a pessoa pode logo tomá-la como uma opinião ou crença, compartilhando-a com outras.

Como resultado da pesquisa, é importante ressaltar que tais *fake news* tendem a impactar os leitores que já possuem uma predisposição para acreditar neste tipo de conteúdo (PEIRCE, 1877; 1878), pois elas reforçam seus hábitos e, conseqüentemente, suas crenças. Isso se relaciona intimamente com o conceito de pós-verdade, uma vez que toda informação considerada verídica – por jornalistas e especialistas; pela ciência – não possui valor algum diante do que o indivíduo considera verdadeiro para si. Em um contexto de pandemia, tal postura pode trazer prejuízos à saúde individual e coletiva.

Portanto, as teorias filosóficas e linguísticas da Pragmática mostraram-se produtivas para a análise do tema, pois contribuem para o entendimento de como ocorre o convencimento das *fake news* sobre a pandemia no Brasil.

Referências

ALCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em 17 jun. 2021.

ALZAMORA, Geane Carvalho; ANDRADE, Luciana. A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade. *Matrizes*, Universidade de São Paulo, v. 13, n. 1, p. 109-131, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p109-131>>. Acesso em 10 jun. 2021

AMARANTE, Erivelto. A pandemia de fake news no Facebook durante a covid-19. Estudos em Comunicação, Curitiba, nº 31, p. 51-68, dez./2020. DOI: 10.25768/20.04.03.31.03

COSTA, Jorge Campos da. A Teoria Inferencial das Implicaturas: descrição do modelo clássico de Grice. Letras de Hoje, Porto Alegre, v. 44, n. 3, p. 12-17, jul./set. 2009. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/5758/4178>>. Acesso em 15 mai. 2021.

COSTA, Paulo H. S.; SILVA, Mariluze Ferreira de A. O método pragmático de Charles S. Peirce. Revista Μετάνοια, São João del Rei, n.13, p. 19-32, 2011. Disponível em: <https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/revistametanoia/2_BICALHO_O_METODO_PRAGMATICO_DE_CHARLES_S_PEIRCE__revista_met.pdf>. Acesso em 23 mar. 2021.

D'ANCONA, Matthew. Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news*. 1ª edição. Barueri: Faro Editorial, 2018.

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as *fake news* no contexto da Covid-19 no Brasil. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, jan./mar, p. 55-71, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2219>>. Acesso em 13 abr. 2021.

GALHARDI, Cláudia Pereira *et al.* Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. Ciência & Saúde Coletiva, v. 25, supl. 2, p. 4201-4210, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>>. Acesso em 15 abr. 2021.

GRICE, Paul. Lógica e conversação. In: DASCAL, Marcelo (org.) Fundamentos metodológicos da linguística (volume IV). Campinas: edição do autor (UNICAMP), 1982.

GODOI, Elena; DOMINGOS-BRUNET, Crisbelli. A pragmática nos estudos da linguagem: à guisa de uma introdução. In: REZENDE, Patrick. Interfaces com a linguística: dialogando saberes. São Carlos: Pedro e João Editores, p. 157-175, 2016.

GOMES, Ana Paula de Carvalho. Análise da formação de crenças no âmbito das redes sociais sob a perspectiva pragmatista. 2019. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Faculdade de Filosofia e Ciências, UNESP, Marília, 2019. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/182516>>. Acesso em 19 set. 2021.

HAACK, Susan. Filosofia das lógicas. São Paulo: Editora UNESP, 2002. p. 140-142.

INFODEMIA. In: DICIONÁRIO da língua portuguesa. Dicionário Houaiss *online*, 2021. Disponível em:

<https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v5-4/html/index.php#2>. Acesso em 15 jun. 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NEWMAN, Nic *et al.* Digital News Report 2020. Reuters Institute & Oxford University, 2020. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/202006/DNR_2020_FINAL.pdf> Acesso em 07 jun. 2021.

OPAS (Organização Pan-Americana de Saúde). Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a covid-19. Suíça: Organização Mundial da Saúde. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14>. Acesso em 23 maio 2021.

PEIRCE, Charles Sanders. A fixação da crença. In: KLOESEL, Christian J.W. (ed.). Writings of Charles S. Peirce: A Chronological Edition. Bloomington: Indiana University Press, v. 3, 1986a. p.242-257. Traduzido por Anabela Gradim. Disponível em: <https://www.lusosofia.net/textos/peirce_a_fixacao_da_crenca.pdf>. Acesso em 23 maio 2021.

PEIRCE, Charles Sanders. Como tornar as nossas ideias claras. In: KLOESEL, Christian J.W. (ed.). Writings of Charles S. Peirce: A Chronological Edition. Bloomington: Indiana University Press, v. 3, 1986b. p. 257-276. Traduzido por António Fidalgo. Disponível em: <http://www.lusosofia.net/textos/peirce_como_tornar_as_nossas_ideias_claras.pdf>. Acesso em 23 maio 2021.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. Desinfodemic: deciphering COVID-19 desinformation (Policy brief 1). Paris: UNESCO, 2020a. E-book.
POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Kalina. Desinfodemic: deciphering COVID-19 desinformation (Policy brief 2). Paris: UNESCO, 2020b. E-book.

SANTAELLA, Lucia. Contribuições do pragmatismo de Peirce para o avanço do conhecimento. Revista de Filosofia, Curitiba, v. 16, n.18, p. 75-86, jan./jun. 2004. Disponível em: <<https://1library.org/document/ydm5k16y-contribui%C3%A7%C3%B5es-do-pragmatismo-de-peirce-para-avan%C3%A7o-conhecimento.html>>. Acesso em 10 out. 2020.

SANTAELLA, L. A pós-verdade é verdadeira ou falsa? In: CYPRIANO, Fabio. (org.). A pós verdade é verdadeira ou falsa [recurso eletrônico]. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

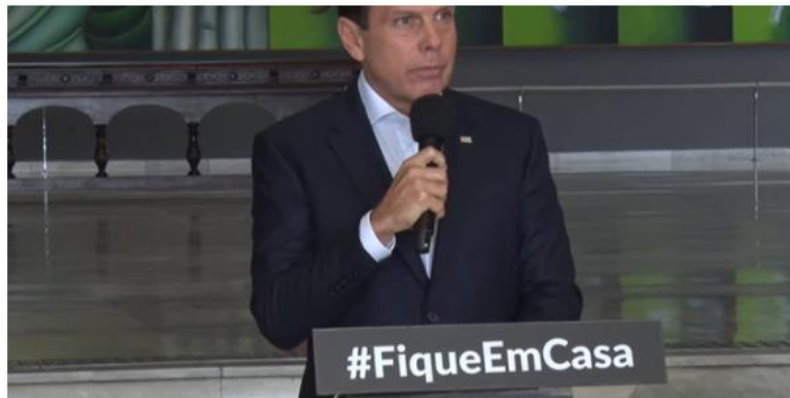
SILVEIRA, Silvana Souza. Teoria das inferências pragmáticas do tipo implicatura: por uma potencial aplicação para o ensino/aprendizagem do português como L2. 2007. Tese (doutorado) – Programa de Pós-

Graduação em Letras, PUCRS, Porto Alegre, 2007. Disponível em: < <http://hdl.handle.net/10923/4146>>. Acesso em 21 set. 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report, out./2017. Disponível em: <<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html#>>. Acesso em 20 mai. 2021

ANEXOS

ANEXO A – Notícia 1



#Verificamos: Áudio de João Doria prorrogando quarentena em SP até 22 de abril foi gravado em 2020

por MAURÍCIO MORAES

Repórter | Rio de Janeiro | lupa@lupa.news

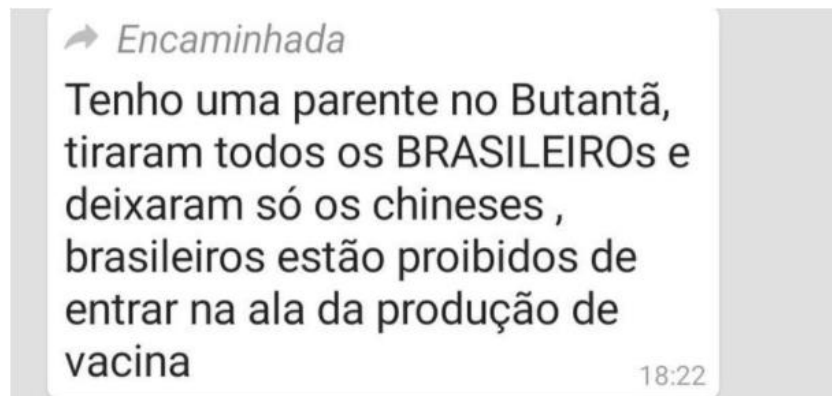
MORAES, Maurício. Áudio de João Doria prorrogando quarentena em SP até 22 de abril foi gravado em 2020. **Agência Lupa**. 9 de abril de 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/04/09/verificamos-audio-joao-doria-quarentena-sp-22-de-abril/>>. Acesso em 3 ago. 2021.

ANEXO B – Notícia 2



MACÁRIO, Carol. É falso que Miracatu (SP) zerou fila de leitos de UTI com protocolo de 'tratamento precoce'. **Agência Lupa**. 30 de abril de 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/04/30/verificamos-miracatu-zerou-uti/>>. Acesso em 3 ago. 2021.

ANEXO C – Notícia 3



COSTA, Samuel. É falso que funcionários brasileiros do Butantan estão proibidos de acessar ala de produção da CoronaVac. **Agência Lupa.** 14 de dezembro de 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/12/14/verificamos-funcionarios-brasileiros-butantan-coronavac/>>. Acesso em 3 ago. 2021.

ANEXO D – Notícia 4



MORAES, Maurício. Golpe promete vale-combustível da Petrobras na pandemia de Covid-19. **Agência Lupa**. 30 de abril de 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/30/verificamos-golpe-vale-combustivel-petrobras-pandemia-covid-19/>>. Acesso em 3 ago. 2021.