

Vírus, Rumores, Metáforas, Infodemia e Contradições na Comunicação Bolsonaroista¹

Boanerges Balbino Lopes Filho²

Resumo

Este ensaio problematiza questões sobre as estratégias de comunicação do atual governo, e de seu principal representante, aparentemente focadas no improviso, em uma estética própria e com muitas contradições, o que pode demonstrar certo amadorismo e até parecer surreal; no entanto, têm sido observadas com atenção a partir de fatos e opiniões de pesquisadores e comentaristas dos meios de comunicação, pois apontam para evidências de que existe uma condução coordenada que se estabelece em ambiente de dissonância cognitiva pelas denominadas “estações de repetição”, núcleos da chamada guerra híbrida, com ataques informacionais e instrumentos não convencionais utilizados de maneira planejada, em que a troca de informações passa a ser regida pelo critério de confiança no intuito de sustentar determinados atores no poder central e projetá-los ao próximo pleito eleitoral.

Palavras-chave

Metáforas; Rumores; Contradições; Imprensa; Infodemia.

Introdução

A disputa de hashtags domina os espaços das redes sociais com mais força desde o pleito eleitoral de 2018. Intensificou-se com crises sequenciais envolvendo a política e as áreas de saúde e economia por conta da pandemia da covid-19 e das consequências do distanciamento social prolongado. Não à toa, um dos títulos da edição de 30 de abril de 2020 do jornal Folha de S. Paulo, uma semana após a saída de Sergio Moro do Ministério da Justiça, apontava não de fato uma polarização entre segmentos pró e contra, especificamente, ao presidente ou ao ex-ministro, mas, sim, uma espécie de conflito entre torcidas de um mesmo clube quando destoam na contratação ou demissão de um técnico ou jogador: “Guerra de hashtags e de narrativas opõe as várias direitas no Twitter” (FSP, 2020).

Se as hashtags que envolveram o aparente conflito entre os que permaneceram no apoio ao presidente e os possíveis dissidentes na situação emblemática do rompimento, a maioria delas, no entanto, é disseminada e se mantém a partir de impulsionamentos gerados por posições e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) 3: Discursos, Identidades e Relações de Poder, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Doutor em Comunicação pela UFRJ, Professor Titular da Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF-MG, bblopes@ufjf.br

falas do presidente Jair Bolsonaro que estimulam rótulos (“comunista”, “esquerdista”, “petralhada”) para o adversário (ou “inimigo”?), ou almejam a intimidação pelo reforço ao egocentrismo (“sou eu que mando”), xingamento (“imprensa canalha”, “jornal patife e mentiroso”) ou constrangimento (“não sou coveiro”, “e daí”). Aí, sim, a polarização se acirra ao envolver seus seguidores e opositores, a partir de uma agenda direcionada pelas expressões “explosivas” do dirigente quase que diárias. Normalmente associadas a um conjunto de metáforas que projetam a ideia de uma guerra permanente, como a replicada pelo grupo denominado “300 do Brasil”, um dos responsáveis pelo ato do dia 3/3/2020, em Brasília. Segundo integrantes em relato à jornalista Jéssica Almeida, colaboradora do podcast BH em Ciclo, a ideia do grupo era se manter em acampamento em lugar não divulgado no Distrito Federal se preparando para uma “guerra na selva”. O que aparentemente pode parecer surreal tem sido observado com atenção e constatado pelos fatos e opiniões de pesquisadores, bem como de analistas e comentaristas nos meios de comunicação. Eles apontam evidências de que existe uma estratégia coordenada que se estabelece de maneira planejada.

Desde 1999, quando ainda deputado federal e aparentemente sem pretensões a disputar a presidência, em entrevista concedida ao programa Câmara Aberta, da TV Bandeirantes, Bolsonaro já se referia às expressões bélicas publicamente. E não só pela formação de origem. Por exemplo, duas passagens são marcantes. A primeira, quando indagado sobre a democracia no país, respondeu: “O voto não vai mudar nada no Brasil. Só vai mudar, infelizmente, quando partirmos para uma guerra civil, fazendo um trabalho que o regime militar não fez. Matando uns 30 mil, começando com FHC”. Ou, ao ser perguntado como resolver o problema do Brasil, enfatizou: “Vão morrer alguns inocentes. Tudo bem. Em toda guerra, morrem inocentes. Eu até fico feliz se morrer, mas desde que leve 30 mil junto comigo”. A célebre polêmica, na época, rendeu ao então deputado uma ameaça de cassação que posteriormente foi arquivada. Mas a fixação no belicismo se manteve. Tanto que o antropólogo e professor da Universidade Federal de São Carlos, Piero Leirner, que estuda instituições militares há quase 30 anos, diz que a comunicação de Bolsonaro tem utilizado métodos e procedimentos avançados de estratégias militares, manipulados de maneira precisa e bem pensada. Segundo Leirner (2018), trata-se não de propaganda, mas de uma estratégia criptográfica e de controle de categorias, com um amplo leque de informações dissonantes. O pesquisador garante que o intuito é fabricar operações psicológicas com grande poder ofensivo capazes de dobrar a partir de baixo a assimetria existente entre o poder constituído.

Um episódio mais recente de que a condição bélica permanece como possibilidade do que Leirner define como um novo paradigma político, pois as ações “descentralizam e multiplicam as bombas semióticas”, tem a ver com o episódio do início de abril de 2020, quando Bolsonaro afirmou que havia uma “guerra ideológica” em torno do uso do medicamento – cloroquina ou hidroxicloroquina – contra o novo coronavírus. O mote, mais uma vez, ganhou repercussão: “Isso é uma guerra ideológica; em cima disso, guerra de poder”. Os que estudam a condição metafórica na sociedade percebem que, sob orientação e, devidamente posicionada, ao ser expressa, a metáfora permite que boa parte da sociedade apreenda e, interprete de maneira fácil, um recorte da realidade do quadro político – o que demonstra seu enraizamento na cultura brasileira. Portanto, integrada à vida cotidiana.

Em um ambiente de dissonância, destaca Leirner, a troca de informações passa a ser filtrada também pelo critério de confiança. O que leva a uma condição em que:

As pessoas confiam naquelas que conhecem. Assim, funcionam como ‘estações de repetição’³, ou seja, fazem circular as informações pelas redes de pessoas conhecidas, liberando o próprio Bolsonaro para produzir conteúdo. Ele só aparece no momento seguinte transportando seu carisma diretamente para as pessoas que realizaram o trabalho de repetição. As pessoas ficam com uma sensação de empoderamento. Com isso, rompe-se a hierarquia, firma-se a ideia antissistema (LEINER, 2018)

O que se justapõe ao que normalmente as informações verticais de políticos tradicionais, imprensa e instituições, apresentam, e que acabam sendo desacreditadas.

Dois reconhecidos estudiosos americanos das metáforas, George Lakoff e Mark Johnson⁴, afirmam que inevitavelmente as pessoas reconhecem a realidade cotidiana e se relacionam umas com as outras pelo processo metafórico. De acordo com eles, é por conta disso que

³ Segundo Leirner, o termo é baseado na ideia de Andrew Korybko a partir da obra “Guerras híbridas – das revoluções coloridas aos golpes”, de 2018, publicado pela Expressão Popular. Andrew chama de “estratégia de enxame”, ou seja, células semi-independentes que operam como - aí expressão de Leirner, “estações de repetição” -, cuja horizontalidade garante que, se uma cai - as demais se mantêm -, e que nunca se chegaria ao centro da rede, ou emissor central. O básico das táticas de Opsi (operações psicossociais) e de Forças Especiais é produzir criptografias e camuflagens com a tal “abordagem indireta”, um esquema de “bombas semióticas” que não se tem ideia de onde foram disparadas. Leirner explica que assim, “todo mundo fica desorientado, perde a sensação do real. No modo de ‘dissonância cognitiva’, as pessoas tendem a correr atrás de qualquer viés de confirmação. Onde vão procurar? No vizinho, no parente que mandou o WhatsApp. Onde ocorre o ‘enxame’, ou, se quiser, o ‘efeito manada’. Finalmente, quando se está nesse modo, dificilmente se restabelece um parâmetro ‘central’. Por isso mesmo, a guerra híbrida tem uma enorme inércia, e não parou nem vai parar. As pessoas continuam no ‘modo campanha’.”

⁴ Autores de *Metaphors We Live By* (em português, *Metáforas da Vida Cotidiana*), obra em que a ideia central da teoria é de que as metáforas vão além de representar apenas o aspecto formal da linguagem. Permitem estruturar conceitos a partir de outros conceitos mais básicos e concretos. A forma pela qual o processo é desenvolvido depende da experiência direta do mundo, que é proporcionada pelo corpo.

podemos nos inteirar do mundo em situações diárias, pois as metáforas estruturam a maneira como percebemos, pensamos e agimos.

Ambos consideram a terminologia simplificada das metáforas como algo significativo para validar determinada argumentação. Por exemplo: se imaginarmos um contexto em que o discurso alcança milhares de pessoas, como no caso político-partidário ou de governo. Ao perceber as metáforas que circulam em uma dada população ou em um grupo específico – e os valores imbricados -, um político ou seu partido as utilizam fartamente para “convencer”. E, normalmente, conseguem.

Inclusive, aliados de ocasião do presidente aproveitam a deixa momentânea para fortalecê-las. É o caso do ex-deputado pelo PTB, Roberto Jefferson, condenado por corrupção no chamado “mensalão”, em entrevista à apresentadora Leda Nagle pelas redes sociais no dia 29 de abril de 2020. Ao ser indagado sobre o risco de ocorrer uma guerra civil em caso de deposição de Bolsonaro, mesmo não citando de maneira explícita a metáfora da guerra, disse: “Eu aposto no nosso grupo. É uma base forte e disposta à luta. É uma base de leões. Se tiver que ir para a luta, vai. Se tiver que defender o chefe, esse grupo vai. Eles vão para a rua e vão defender. E nós também”.

Bayard (2018) estuda as metáforas do bolsonarismo há três anos e diz que o ex-capitão articulou os valores arcaicos da sociedade brasileira num discurso eficaz. Aponta que o “agitador” (assim o denomina) Bolsonaro mobiliza as metáforas e massas de sentimentos e considera que seu uso pode chegar inclusive, no extremo, a “matar”.

Ao investigar os pronunciamentos de Bolsonaro, o pesquisador reconhece que é pelos marcos bélicos que o eleitor de Bolsonaro (em suas diversas escalas de aderência ao projeto) estabelece seu pensamento, sua razão política, que, além de literal, é metafórica e imaginativa. O antropólogo aponta que a razão, no grave contexto conjuntural e de governo, não é ausente de paixão, mas emocionalmente comprometida, e se constrói principalmente de acordo com marcos morais como “Deus, pátria e família”.

Entre as metáforas observadas por Bayard nos discursos e falas de Bolsonaro, destaca-se a que estabelece o medo e o desespero, ativados no que ele define como “guerra justa”, aquela que provoca o apoio ao modelo de “pai estrito” – outra metáfora observada pelo autor para alguém que percebe o mundo como um lugar violento e perigoso, espaço onde exercer a autoridade e a

obediência formam parte da justificativa moral. Assim, lembra Bayard, o universo masculinizado é representado, em que o pai é o chefe da família, inspira e organiza o quebra-cabeça das correntes conservadoras, existente, segundo o pesquisador, em cada um de nós. Para que exista uma ordem moral, é necessário, acrescenta o antropólogo, defender a soberania de instituições, por exemplo, como o Exército.

Ao conceber a construção dos marcos desse novo mundo do universo bolsonariano violento, Bayard diz que se sustenta em três personagens – um vilão, uma vítima e um herói -, o que, na opinião dele, provoca naturalmente um antagonismo:

O herói, representante do bem e do restabelecimento da ordem frente ao vilão malvado, imagem do diabo, imoral e viciado. Assim, os que simpatizam com Bolsonaro simbolizam conceitos através da linguagem bélica, pois se percebem como vítimas, cidadãos de bem que só através da guerra e da vitória heroicas conseguirão restabelecer a ordem moral (BAYARD, 2018)

Bayard ilustra que a família Bolsonaro, liderada por Jair Messias, utiliza a metáfora da guerra associada à “família com pai estrito”. Ou seja: ao definir o “pai estrito”, Bolsonaro oferece uma “guerra” contra a corrupção, a violência e “pela defesa dos valores tradicionais”, e se propõe como herói na metáfora que ele mesmo tem construído e apresentado, que é da “guerra justa”.

O real é sempre objeto de uma ficção, diz Rancière (2012), provocado por nossas percepções, pensamentos e intervenções, onde se entrelaçam o visível, o dizível e o factível, e a ficção é predominante e consensual, justamente por negar seu caráter de ficção e passar-se por real, ao estabelecer uma linha de divisão simples – tênue – da realidade e suas representações, aparências e opiniões. Uma consideração inspiradora para Trigo (2018), que fez com que em seu livro se destacasse a expressão “guerra das narrativas” (a obra tem um título homônimo), que permanece em curso no país pelo controle do imaginário da população, o que esgarça o tecido social brasileiro, provocando um cenário de histeria coletiva no qual a disputa entre “nós” e “eles” atingiu um patamar inédito.

Se as metáforas estão em disputas pela gama de narrativas circulantes cuja predominância é capaz de ditar os rumos da agenda brasileira, o real bate cada vez mais às nossas portas de maneira cruel quando um personagem do passado (no caso, o tenente-coronel reformado do Exército, Sebastião Curió Rodrigues de Moura, 81 anos, conhecido como “Major Curió”, nome simbólico da repressão durante a ditadura militar, denunciado seis vezes pelo Ministério Público Federal por participação em assassinatos e sequestros do período) ressurgir fora de

qualquer agenda, se encontra com quem preside o país na segunda-feira, 4 de maio do ano passado, e, após o evento, torna público o que nenhuma metáfora precisa forjar em nossas mentes, pois o recado é duro, direto e público: “Dia de dois amigos se encontrarem e dizerem força!”.

Rumores e contradições

Cena 1: “A doença avança sem controle. Nas últimas 24 horas foi contabilizado um total de 32 novos afetados. Os especialistas do CDC mandados à ilha confirmam que se trata de um surto pandêmico causado por um vírus.”

Cena 2: “Mais uma pandemia de quê? – De rumores. Boatos que estão destruindo a comunicação interna de vocês.”

Podemos pensar e deduzir que ambas as situações podem ocorrer em determinadas localidades do mundo na atualidade diante da pandemia da covid-19. Seja pelos fatos em si ou pelo volume de informações falsas ou não, distorcidas ou forjadas, mas que circulam em redes e mídias sociais e se refletem nos ambientes organizacionais.

Se os cenários fazem parte do universo fictício da obra de Ramon-Cortés (2008), deixam claro também que o ditado “a vida imita a arte”, mais do que em outros tempos, torna-se uma referência presente em nossa realidade.

Levam também a reflexões necessárias se tomarmos como alerta o que escreveu Arendt (2013), em “Origens do Totalitarismo”, em que o súdito ideal de um governo totalitário não é o nazista convicto nem o comunista convicto, “mas aquele para quem já não existe a diferença entre o real e a ficção, ou seja, a realidade da experiência, e a diferença entre o verdadeiro e o falso (isto é, os critérios de pensamento)”.

Não é tão difícil aproximar as referências dos autores do que se passa no Brasil neste período. Basta observarmos o que demonstram dados do IPM – Instituto Paulo Montenegro – e da ONG Ação Educativa em estudo publicado em 2016 no UOL Educação: somente 8% da população brasileira em idade de trabalhar é considerada plenamente capaz de entender e se expressar por meio de letras e números. Portanto, passíveis de não distinguir o que é fato e o que se dá como algo ilusório.

Kakutani (2018) se apoia em um tripé que reúne questões como o descaso pelos fatos, a substituição da razão pela emoção e a corrosão da linguagem para formular uma pergunta-chave: até que ponto governos podem interferir e mesclar realidade e ficção no dia a dia das pessoas e nas estruturas organizacionais e provocar desinformação, condutas e decisões inadequadas?

Pesquisa conduzida pelo instituto YouGov em conjunto com a revista *The Economist* – março de 2020 – identificou que 13% dos americanos acreditavam que a crise da covid-19 era uma farsa, enquanto 49% tinham a crença que a pandemia poderia ter sido provocada pelo homem. Se os dados na realidade americana preocupam, eles não são localizados. Outro estudo, liderado pelo *King's College London* (Reino Unido), aponta que há uma relação estreita entre indivíduos que acreditam em notícias falsas sobre a pandemia e aqueles dispostos a desrespeitar a quarentena imposta por governos de todo o mundo e a não usar máscaras durante a circulação em ambientes públicos, por exemplo. Vemos de maneira bem clara como a flexibilização adotada de maneira precipitada Brasil afora, bem como ações deliberadas do presidente e seus adeptos provoca descumprimentos básicos por parte de determinadas pessoas.

O *Reuters Institute* de Oxford se soma às estatísticas cujo reforço demonstra que políticos, celebridades e outras figuras públicas são responsáveis por espalhar cerca de 20% das fake news sobre o coronavírus. Além disso, aponta o estudo, essas pessoas geram aproximadamente 70% do engajamento sobre o assunto nas redes sociais⁵.

A notícia falsa é mais “original”

Uma notícia falsa tem 70% a mais de probabilidade de ser compartilhada na internet de acordo com estudo realizado em 2019 pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). Para os pesquisadores, nas redes sociais, a verdade consome seis vezes mais tempo que uma fake news para atingir 1.500 pessoas.

Especificamente sobre a pandemia, Gordon Pennycook, da Universidade de Regina, Canadá, conduziu um levantamento em que pediu aos participantes que analisassem uma mistura de manchetes verdadeiras e falsas sobre o surto de coronavírus. Ao serem solicitados a julgar a precisão das declarações, os participantes disseram que as notícias falsas eram verdadeiras em

⁵ As informações foram divulgadas em artigo com o título “Pessoas públicas são grandes divulgadoras de fake news sobre Covid-19”, assinado pela jornalista Sabrina Brito em 8/4/2020, no Portal da revista *Veja*.

cerca de 25% das vezes. Quando foram simplesmente questionados se compartilhariam a manchete, no entanto, cerca de 35% disseram que repassariam as notícias falsas — 10% a mais. Pennycook deduz a partir do estudo que as pessoas estavam passando adiante material que eles poderiam saber que era falso, se tivessem pensado mais diretamente.

A resposta, segundo o sociólogo T. Shibutani⁶, é sim! Medos, esperanças, curiosidades, inseguranças, tensões, ideologias, crenças e preconceitos acabam por alimentá-lo. Para o professor de psicologia Nicholas DiFonzo (2009), onde há incerteza pode haver boatos.

“A incerteza é algo que os líderes deveriam tentar medir regularmente. Isso pode representar um desafio. Mesmo quando a dúvida é muito grande, as pessoas talvez não se sintam propensas a interrogar fontes oficiais e, naturalmente, essa relutância leva a um aumento da ambiguidade” (DIFONZO, 2009)

A narrativa de “Vírus – o poder dos boatos nas empresas” tem como pano de fundo da trama dois ambientes paralelos: um, de um complexo hoteleiro em uma pequena ilha caribenha, atingido por uma rara pandemia e, outro, relacionado a uma empresa europeia que passa por uma crise de boatos.

A obra explora por um lado a disseminação de um vírus desconhecido e paralelamente se dá uma mescla de capítulos em que um elo comparativo vai se sucedendo e demonstrando o perigo dos ruídos e como eles desestabilizam as organizações. O texto, por exemplo, deixa claro que muitas vezes o problema de dificuldade na transmissão de mensagens fundamentais para os públicos está efetivamente na cúpula organizacional, destacadamente no presidente ou CEO. Algo no Brasil que não é só mera coincidência. O que deixa claro que a decisão de se comunicar bem – verdadeira e para valer – é política e imprescindível para a sobrevivência e deve ser assumida por quem a conduz. O livro traz ainda, embutida, a mensagem sobre a importância de se difundir informações verdadeiras. Para não ocorrer confusão entre instâncias organizacionais e a sociedade. Viabilizar ações através de conteúdos com qualidade, e não apenas forjar meios, é também um dos preceitos básicos que a obra sinaliza.

⁶ Ou seja, na falta de conhecimento oficial satisfatório sobre determinado assunto, o público trata de “criar” e buscar respostas e verdades, obtidos de modo informal. A jornalista Míriam Rosa, em paper denominado “A Ditadura da Audiência e os Boatos na Web”, apresentado no VIII Simpósio Nacional da ABCiber Comunicação e Cultura na Era de Tecnologias Midiáticas Onipresentes e Oniscientes, na ESPM-SP, realizado de 3 a 5 de dezembro de 2014, diz que a informação se torna mercadoria ainda mais valiosa quando é escassa e todo e qualquer incremento é válido. Segundo ela, baseada na obra do sociólogo Tamotsu Shibutani, *Improvised News: A sociological study of rumor* (New York: Bobbs-Merrill Co, 1966), o boato tem a intenção de ser tomado como verdadeiro, podendo ser dividido em três tipos: os boatos que o interlocutor acredita serem verdade, os criados intencionalmente, visando algum tipo de retorno e os totalmente falsos, que não iremos considerar neste trabalho.

Ao final, o autor propõe uma vacina imunizadora que consiste na combinação de ações que devem ser colocadas em prática por qualquer pessoa que tenha outras sob sua responsabilidade: conhecê-las bem, definir os canais de comunicação realmente necessários, ser transparente, claro, rápido, ter coragem e apostar na integridade.

Ponto que nos traz de volta à realidade nua e crua de um país em que a Defensoria Pública da União (DPU) é obrigada a se manifestar sobre o óbvio com um pedido liminar na Justiça Federal – provocado, posteriormente o STF também se manifesta - para que o Ministério da Saúde volte a divulgar números do Painel Coronavírus, com transparência. E alegue no documento que não pode qualquer chefe do poder executivo, federal, estadual ou municipal, escolher ou não tomar providências de enfrentamento ao coronavírus pois é um dever do administrador público. Bem como seja obrigada a enfatizar aos dirigentes sobre o dever do governo em informar correta e adequadamente à população não só sobre as medidas que as pessoas devem adotar para evitar sua contaminação e a dos demais, mas também todos os atos adotados pelo poder público no combate à disseminação da doença. Algo de muito errado está se dando na comunicação governamental no período. Triste momento para os brasileiros e para o país que não podem nem se iludir com a ficção pois a vivem em plena realidade.

O sintoma é pandêmico. Vai e volta ao sabor dos tempos e de lugares. Principalmente quando são sombrios. Ou seja: atinge governos não muito afeitos à transparência no trato com as informações. E o pior: a ideia de que uma suposta culpa pelos desmandos e mazelas que ocorrem nesses períodos recai quase sempre sobre a imprensa. É como se um vírus sobrevivesse latente no senso comum, pudesse atravessar os séculos e se manifestasse em contingentes vez ou outra pelo mundo afora. Se recuarmos ao início dos anos 1990, por exemplo, não é difícil lembrarmos do que consta no relato de Mamou (1991), então jornalista econômico e um dos editores do jornal francês *Le Monde*. Na obra, mesmo que o autor destaque a desinformação, a mentira e o engano, num tipo de “carta” embasada em má-fé no jogo pelo poder, utilizados por políticos e comerciantes como possibilidades de corromper a sociedade – no intuito de provocar segundas intenções e descrédito –, ao cidadão comum é a imprensa a grande culpada desses males. Mas, na verdade não importa a distância, o tempo ou lugar. Nem na história, muito menos territorialmente.

Dados do relatório *Digital News Report 2020*, pesquisa global feita pelo *Reuters Institute*, da Universidade de Oxford, onde mais de 80 mil pessoas foram entrevistadas em 40 países e seis continentes apontam uma situação contraditória: políticos são a fonte de desinformação mais

frequentemente citada, embora em alguns países pessoas que se identifiquem como de direita tenham mais probabilidade de culpar a mídia. Paradoxo minimamente estranho.

A denominada “grande mídia” ou mídia tradicional constitui-se hoje – com todas as complexidades, paradoxos e contradições – em uma coluna de sustentação dos poderes vigentes – quando não o chamado popularmente “quarto poder”, condição de suposto entendimento que permeia boa parte da sociedade. De acordo com Arbex Jr (2003), a imprensa auxilia a construir “percepções, produzir “realidades” parciais, distorcer os fatos, mistificar – e até atuar como “partido”, autoproclamando-se porta-voz dos “interesses gerais da sociedade civil”. Mas, na verdade, diz o jornalista, muitas vezes, centra-se mais na defesa de questões internas e em conquistas privadas e coloca o interesse público em segundo plano. Diante da complexidade que a envolve e das contradições que se apresentam somadas ao volume de informações circulantes, a percepção da sociedade torna-se um tanto espessa. O que faz com que a culpabilidade por tudo de mal que possa ocorrer em dada conjuntura ou em descompassos provocados por governos ou autoridades muitas vezes seja transferida por denunciados ou por grupos que apoiam esses segmentos às organizações de mídia e seus representantes diretos ou visíveis.

A Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) alertou em 11/6/2020 que a mídia profissional sofreu em 2019, onze mil ataques por dia por meio de redes sociais – uma média de sete agressões por minuto. Os dados constam do relatório anual sobre Violações à Liberdade de Expressão, coordenado pela Bites, empresa de consultoria que faz o monitoramento do universo digital. Constatou que dos 5.708 posts do presidente Jair Bolsonaro no Twitter, por exemplo, 432 continham críticas, insinuações e advertências sobre o trabalho dos veículos e jornalistas. O documento informa que os conteúdos registraram 51,7 milhões de interações (compartilhamentos, retuítes, comentários e curtidas), o equivalente a 7% das 737,4 milhões obtidas nos perfis do presidente no ano passado.

Durante todo o ano, a pesquisa identificou também 3,9 milhões de posts contra a imprensa brasileira, totalizando 10% de tudo que foi produzido. Esses posts incluem palavras de baixo calão ou com expressões que tentam desacreditar o trabalho jornalístico.

Um pouco antes, no dia 3/5 de 2020, em que é comemorado o Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), publicou novos dados de ataques do Presidente da República contra o jornalismo e os jornalistas: foram 179 agressões em quatro meses, 28 ocorrências de agressões diretas a jornalistas, duas ocorrências direcionadas à FENAJ e 149 tentativas de descredibilização da imprensa. De acordo com o relatório, as declarações continuam agressivas quando relacionadas ao contexto do coronavírus. Bolsonaro tenta responsabilizar a imprensa por um “caos” ou “histeria” com relação à doença.

Infodemia, presente!

De acordo com reportagem publicada em no portal Estadão Saúde Summit, no dia 24 de abril também de 2020, o mundo enfrenta uma pandemia em uma era de “pós-verdade”, causada pelo excesso de notícias sobre determinados temas, em que a opinião pública é modelada mais pelo apelo às emoções e crenças do que por fatos. A Organização Mundial de Saúde (OMS) batizou esse fenômeno de infodemia⁷.

O Brasil é um dos países em que as pessoas mais acreditam em notícias falsas. Contraditoriamente, é aquele que afirma se preocupar mais com o que é falso e verdadeiro dentre as informações que circulam na internet. É o que demonstra o estudo realizado em 2018 pelo instituto Ipsos, intitulado “*Fake news, filter bubbles, post-truth and trust*”, onde 62% dos entrevistados no Brasil admitiram ter acreditado em notícias falsas até descobrirem que não eram verdade. O percentual ficou acima da média mundial de 48%. O Brasil aparece em terceiro no ranking, com 35%. Outro dado a se destacar é apresentado pelo professor Fábio Vasconcellos, em sua página “Sobre dados, política e tudo mais”. Ao citar a pesquisa “Índice de Percepção da Democracia 2020”, realizada pelo instituto Dalia Research, com sede em Berlim, sinaliza que 34% dos brasileiros consideram “muito boa” a atuação do país no enfrentamento de crise da Covid. O percentual, no entanto, é o mais baixo identificado entre os 53 países da pesquisa. O ranking é liderado por Vietnã (95%), China (95%) e Malásia (89%), países considerados não-livres ou parcialmente livres, pelo instituto.

⁷ De acordo com a OMS, o fenômeno provoca “uma superabundância de informações — algumas precisas e outras não — que dificultam muitas vezes que as pessoas encontrem fontes e orientações confiáveis quando precisam delas”. Segundo a entidade, como algumas das fontes são precisas e outras não, torna-se difícil em situações específicas, observar orientações confiáveis quando se precisa. A entidade faz um alerta: o fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra rapidamente, como um vírus. Com isso, gera ansiedade, crises de pânico e abala o emocional das pessoas.

Entretanto, de acordo com Livia Vieira, jornalista, professora da UFBA e editora do Farol Jornalismo, a crise de Covid-19 aumentou substancialmente o consumo de notícias da mídia *mainstream* e, também, das mídias online e social. Por exemplo: em abril passado, a confiança na cobertura da mídia sobre a Covid-19 era relativamente alta e representava mais do que o dobro da confiança depositada em informações que circulam nas redes sociais, plataformas de vídeo ou serviços de mensagens. Em resumo, segundo a professora, a crise do coronavírus lembrou as pessoas do valor das fontes de notícias tradicionais.

A infodemia também se acentua por outros aspectos. Tiago Reis, pesquisador da Universidade Católica de Louvain, na Bélgica, acredita que os cientistas deveriam assumir uma parcela de culpa pelo “telefone sem fio”. Destaca que na triangulação entre a comunidade científica, a imprensa e a sociedade, muitas vezes alguns pesquisadores são puristas na maneira de apresentar resultados, pois procuram reportar exatamente o que encontraram, deixando em aberto a interpretação individualizada dos efeitos. “Como pesquisador, não gosto disso: acredito que nós devemos oferecer algo além do que os resultados puros”, enfatiza.

Na hora de divulgar suas pesquisas, a professora Mariana Cabral, pesquisadora em jornalismo e história diz que, sempre se esforça para “fazer a pessoa refletir junto”. Entende que as deformidades científicas nascem da dificuldade de comunicação. “Muitas vezes, falamos com termos muito técnicos, que podem gerar entendimentos errados”. Pondera que algumas das dificuldades precisam ser divididas com a imprensa, já que jornalistas podem também não se dedicar a pensar mais cuidadosamente sobre as questões que estão sendo levantadas no período. Portanto, justifica que há falhas de comunicação dos dois lados e por conta disso, tantos mal-entendidos.

Considerações finais

De acordo com o relatório *State of Hate 2021*⁸ - o guia mais abrangente e analítico sobre o extremismo de direita no Reino Unido -, divulgado no início do ano em Londres pela organização *Hope not Hate*, a pandemia foi apontada como um agravante para todos os

⁸ O jornalista Aldo De Luca, conselheiro e colaborador do MediaTalks by J&Cia, radicado em Londres, apresenta de maneira analítica alguns pontos sobre relatório *State of Hate 2021* no texto “Extrema direita usa cada vez mais ativistas como jornalistas cidadãos e aumenta ataques aos profissionais de imprensa, alerta organização britânica”, disponível no Portal Media Talks: <https://bit.ly/3cYZHB2>

problemas que já vinham ocorrendo, por deixar as pessoas mais vulneráveis a serem cooptadas por extremistas. Acelerou também a morte de alguns grupos tradicionais e impulsionou o movimento para uma extrema direita “pós organizacional”, com o aumento de ativistas individuais online mais jovens e autodefinidos como “jornalistas cidadãos”. Ao observar o cenário e os atores em transição, talvez não exista receita imediata em relação aos problemas que impulsionam a infodemia. Muito menos o que a gera pela desinformação e desorientação impulsionadas pela comunicação bolsonarista, enfatizadas e indagadas por Leirner:

Se a desinformação é punida ou a desorientação revertida, outras são geradas e estações novas entram na artilharia. Afinal, o que se fazer? Punir as redes como um todo? Prender milhões de pessoas? A proliferação delas provoca deslocamentos de poder dentro das instituições centrais à democracia. O que provoca uma condição invasiva, em que cada setor se sente autorizado a estabelecer uma hegemonia própria, o que nos leva a uma espécie de Estado bipolar, em que há uma oscilação entre aparentes euforias e momentos maniaco-depressivos. Mistura um tanto explosiva. (Leirner, FSP, 2018)

Mas, ao menos orientações que valorizem ações de mão dupla que possam identificar os anseios da população com informações objetivas, precisas e claras, podem proporcionar a ampliação de canais que levem mensagens adequadas e possibilitem lidar melhor com a complexidade que envolve a conjuntura. O exemplo de iniciativas bem conduzidas como a da Fiocruz, em que as pesquisadoras da Escola Nacional de Saúde Pública, Claudia Galhardi e Maria Cecília de Souza Minayo, identificaram as principais redes sociais propagadoras de notícias falsas sobre o novo coronavírus no Brasil é digna de ênfase. O estudo analisou denúncias e notícias falsas recebidas pelo aplicativo “Eu Fiscalizo” entre 17/3 e 10/4 de 2020, e demonstrou quais as mídias sociais mais utilizadas para disseminação de *fake news* sobre o novo coronavírus. Os dados revelaram que 10,5% das notícias falsas foram publicadas no Instagram, 15,8% no Facebook e 73,7% circularam pelo WhatsApp. Os resultados também apontaram um dado positivo: 26,6% das *fake news* publicadas no Facebook atribuem a Fiocruz como orientadora no que diz respeito à proteção contra o novo coronavírus.

No outro “lado do balcão”, uma maior transparência dos meandros e funcionamento que cercam os meios de comunicação e as mídias sociais, torna-se essencial para os profissionais de saúde, e sociedade. Com ações como as do Projeto Comprova, uma coalizão de veículos e entidades que identificam informações duvidosas sobre o novo coronavírus pelo monitoramento das redes sociais. É provável que gradativamente haverá transparência a respeito dos verdadeiros culpados em alimentar desinformações e mentiras e fomentar a perenidade da infodemia. Bem

como o desnudar do que ocorre nos meandros da comunicação “governamental” bolsonarista, em parte alimentada pelo que é denominado popularmente como “gabinete do ódio” - estrutura já denunciada por ex-apoiadores do presidente montada no Palácio do Planalto por assessores ligados à família para atacar adversários e aliados considerados incômodos, inclusive ministros -, objeto hoje de uma CPI mista das Fake News cuja relatora é a deputada Lídice da Mata (PSB-BA) e que, como as demais comissões, não funciona desde que o Congresso adotou as sessões remotas como medida de prevenção à covid-19. Quem sobreviver, poderá testemunhar mudanças. Ou não!

Referências

ARBEX JR, José. Jornalismo Canalha. SP: Editora Casa Amarela, 2003.

ARENDDT, Hannah. Origens do totalitarismo. SP: Companhia de Bolso, 2013.

BAYARD, Gabriel. Os valores e metáforas do universo Bolsonaro. Portal Outras Palavras. Acesso em 27/10/2018. Disponível em: <https://outraspalavras.net/estadoemdisputa/os-valores-e-metaforas-do-universo-bolsonaro/>

BRAGA, Ugo. Guerra à Saúde: Como o Palácio do Planalto transformou o Ministério da Saúde em inimigo público no meio da maior pandemia do século XXI. SP: Leya, 2020.

CUNHA, Carolina. Desinformação na era da informação: o compartilhamento de mentiras e boatos na internet. Portal UOL, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3d3gNwd>

DIFONZO, Nicholas. O Poder dos Boatos. SP: Campus, 2009.

DOMENICI, Thiago. Caminho de Bolsonaro ao poder seguiu “lógica da guerra”, diz antropólogo que estuda militares. Entrevista publicado em 11 de abril de 2019 no Portal Agência Pública. Acesso em junho de 2020. Disponível em: <https://apublica.org/2019/04/caminho-de-bolsonaro-ao-poder-seguiu-logica-da-guerra-diz-antropologo-que-estuda-militares/>

ESTADÃO SAÚDE SUMMIT. Como a infodemia pode afetar a saúde. Portal Estadão: 27/04/2020. Disponível em: <https://summitsaude.estadao.com.br/como-a-infodemia-pode-afetar-a-saude/>

FENAJ. Presidente é o maior responsável por ataques à liberdade de imprensa no país. Acesso em: 3/5/2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/presidente-e-o-maior-responsavel-por-ataques-a-liberdade-de-imprensa-no-pais/>

KAKUTANI, Michiko. A morte da verdade, notas sobre a mentira na era Trump. RJ: Intrínseca, 2018.

LIS, Laís. Imprensa sofreu 11 mil ataques diários nas redes sociais em 2019, diz associação de rádio e TV. Portal G1: Acesso em 11/03/2020. Disponível em: <https://glo.bo/3lOFJNy>

MAMOU, Yves. A Culpa é da Imprensa! SP: Editora Marco Zero, 1991.

OPHAS. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19. Departamento de evidência e inteligência para a ação em saúde. Disponível em: <https://bit.ly/3cVcbJV>

PEREIRA, Carlos. Bolsonaroismo identitário resiste à Covid-19? Portal Estadão: 23/6/2020. Disponível em: <https://www.msn.com/pt-br/noticias/brasil/artigo-bolsonarismo-identitario-resiste-a-covid-19/ar-BB15MIIM?ocid=spartan-ntp-feeds>

RAMON-CORTÉS, Ferran. Vírus: O perigo dos boatos nas empresas. São Paulo: Editora Acadêmica de Inteligência, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. O espectador emancipado. SP: WMF Martins Fontes, 2012.

ROBINSON, David. Por que pessoas inteligentes caem em mentiras e notícias falsas sobre o coronavírus? Portal BBC, 12/4/2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-52239918>

SETO, Guilherme. Comunicação de Bolsonaro usa tática militar de ponta, diz especialista. FSP, 14/10/2018. Acesso em maio de 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3rhwXIJ>

SPOLADOR, Lui. Em guerra de hashtags, 1º de abril é mais associado à imprensa que a Bolsonaro. Portal Bites. 1/4/2020. Disponível em: <https://bit.ly/3c9A1T9>

TRIGO, Luciano. Guerra de narrativas, a crise política e a luta pelo controle do imaginário. RJ: GloboLivros, 2018.

VASCONCELLOS, Fábio. O país com a pior avaliação no enfrentamento da Covid. Portal Sobre dados, política e tudo mais. 17/6/2020. Disponível em: <https://bit.ly/3raPmXP>

VEIGA, Edson. ‘Telefone sem fio’: como estudos sérios acabam virando boatos de WhatsApp. Portal Tab Uol: 3/6/2020. <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/06/03/ciencia-x-infodemia-como-estudos-serios-acabam-virando-boatos-de-whatsapp.htm>