



canal6 editora

Maria Cristina Gobbi
Mauro Souza Ventura
Organizadores

CIDADANIA COMUNICATIVA NA ERA DA DESINFORMAÇÃO

Maria Cristina Gobbi
Mauro de Souza Ventura
Organizadores

CIDADANIA comunicativa na era da DESINFORMAÇÃO

COMUNICAÇÃO
& CIDADANIA

canal6 editora

1ª edição 2023
Bauru, SP

CONSELHO EDITORIAL

Beatriz Correa Pires Dornelles (Brasil)
Celia del Palacio (México)
Denis Porto Renó (Portugal)
Gustavo Cimadevilla (Argentina)
Ingrid Pereira de Assis (Brasil)
Joseph Straubhaar (EUA)
Júlia Leitão de Barros (Portugal)
Juliana Cristina Gobbi Betti (Brasil)
Julio Eduardo Benavides (Colômbia)
Luzia Mitsue Yamashita Deliberador (Brasil)
Osvando José de Moraes (Brasil)
Regina Celia Baptista Belluzzo (Brasil)
Rozinaldo Antonio Miani (Brasil)
Suelen de Aguiar Silva (Brasil)

CRÉDITOS INSTITUCIONAIS

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (**UNESP**)
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (**FAAC**)
Diretora: Fernanda Henriques
Vice-Diretor: Juarez Tadeu de Paula Xavier

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCom)
Coordenador: Laan Mendes Barros
Vice-coordenadora: Caroline Kraus Luvizotto

LP 1. Linha de Pesquisa: Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais

Docentes da linha

Carlo José Napolitano
Cláudio Bertolli Filho
Larissa Maués Pelúcio Silva
Maria Cristina Gobbi
Mauro de Souza Ventura
Maximiliano Martin Vicente
Michelle Roxo de Oliveira

COMUNICAÇÃO & CIDADANIA

Coleção: **Comunicação & Cidadania**, em parceria com a Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom) e com o Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA), registrado no CNPq desde o ano 2000.

Vol1. **Comunicação Cidadã**. Gênero, Raça, Diversidade e Redes Colaborativas no contexto da Pandemia. VENTURA, Mauro Souza; GOBBI, Maria Cristina (orgs.), 2021.

Vol2. **Cidadania Comunicativa na Era da Desinformação**.
GOBBI, Maria Cristina; VENTURA, Mauro Souza (orgs.), 2023.

Este livro passou por avaliação e aprovação às cegas de pareceristas *ad hoc*.
Os conteúdos dos capítulos, a revisão linguística e a ortográfica são de responsabilidade dos autores.
Os autores conhecem os fatos narrados, pelos quais são responsáveis, assim como se responsabilizam pelos juízos emitidos.

canal6 editora

Rua José Pereira Guedes, 7-14
Parque Paulista | CEP 17031-420 | Bauru, SP
www.canal6editora.com.br



ASSOCIADO



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Benitez Catalogação Assessoria Editorial)

C51 Cidadania comunicativa na era da desinformação / organizadores Maria
1.ed. Cristina Gobbi, Mauro Souza Ventura. 1.ed. – Bauru, SP: Canal 6, 2023.
 362 p.; 19 x 24,5 cm. – (Comunicação & Cidadania)

Vários autores.
Bibliografia.
ISBN 978-85-7917-599-2 (impresso)
ISBN 978-85-7917-600-5 (e-book)
DOI 10.52050/9788579176005

1. Cidadania. 2. Comunicação – Aspectos sociais. 3. Notícias falsas.
4. Jornalismo. I. Gobbi, Maria Cristina. II. Ventura, Mauro Souza.

03-2023/21

CDD 070.4

Índice para catálogo sistemático:

1. Notícias falsas : Jornalismo 070.4

Bibliotecária responsável: Aline Grazielle Benitez CRB-1/3129

SUMÁRIO

- 11** **Introdução**
Por uma Ciência da Comunicação Cidadã

Mauro Souza Ventura
Maria Cristina Gobbi

PARTE I – DISTORÇÕES E DISTOPIAS INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DA DESINFORMAÇÃO

- 19** **Desinformación en Brasil:**
temas, personajes y dinámicas comunicacionales

Ulisses Matheus Braga de Freitas Melo
Bruno Rafael Gueiros Barboza
Martin Erbes
Juliano Domingues

- 35** **Desinformação, jornalismo e cidadania no contexto da comunicação pós-massiva**

Guilherme Moreira Fernandes
Leila Nogueira

- 54** **A pesquisa das Ciências da Comunicação sobre a desinformação (2020-2021)**

Marli dos Santos
Mônica Pegurer Caprino
Rodrigo Gabrioti
Anelisa Maradei
Ana Paula Alves
Pedro Assunção

- 69** **Se for fake, não é news!**
A desinformação como estratégia da política de tirania e belicosa

Paulo Vitor Giraldi Pires

- 84** **O papel social das Instituições de Ensino Superior na era da Fake News:**
Parceria Universidades e STF no Programa de Combate à Desinformação

Alessandra de Castilho
Roberto Gondo Macedo

100 Direito à informação, jornalismo e cidadania comunicativa

Ana Carolina Brandão Silva

Carlo José Napolitano

109 O jornalismo na história das epidemias: um instrumento contra a desinformação diante da infodemia global

Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

Roberto Bernardo

Jéssica Dayane Nunes Pessôa

137 Refugiados venezuelanos no Brasil, direito à comunicação e desigualdades digitais no contexto da pandemia do Covid-19

Denise Cogo

Amanda Paz Alencar

Julia Camargo

157 Desinformação e Ética na pesquisa na pandemia de Covid-19: o caso das “cobaías” de experimentos com proxalutamida

Sara Feitosa

172 O Jornalismo para a Paz como possibilidade de análise crítica em contextos de violência

Diuan dos Santos Feltrin

Raquel Cabral

189 A cultura da participação em busca do elo perdidona TV do Rio Grande do Norte: uma análise do telejornalismo na hora do almoço

Francisco das Chagas Sales Júnior

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

PARTE II – CIDADANIA INFO-COMUNICATIVA COMO MECANISMO TRANSFORMADOR DA SOCIEDADE

207 Los temas de género en la agenda mediática: consecuencias de la pandemia para la ciudadanía comunicativa

Ana Soledad Gil

219 O papel do jornalismo de dados e da checagem de fatos para a cidadania comunicativa: as vozes do acontecimento e suas caracterizações nas narrativas

Kelly De Conti Rodrigues

Maria Cristina Gobbi

- 237 Práticas culturais Mapuches mediadas por las nuevas tecnologías**
Luz Del Paraguay González Orona
Rosa Maria Araújo Simões
- 247 Novas Formas de Resistência em Tempos de Pandemia e Desigualdades Digitais entre Ativistas e Lideranças de Movimentos Sociais**
Cosette Castro
- 260 Comunicação, saúde e qualidade de vida em tempos de Covid-19: experiência no âmbito do Hospital Universitário da UFPI**
Samantha Castelo Branco
- 281 Comunicação de risco e desinfodemia: a experiência de jovens comunicadores quilombolas de Santarém – PA**
Mariana Ferreira Lopes
Veridiana Barreto Nascimento
Luciana Gonçalves de Carvalho
Marcela Lopes Santos
Marluce Coêlho
Eduardo Stramandinoli Moreno
- 295 Cidadania no futebol feminino brasileiro? Uma análise da reportagem do Portal GloboEsporte.com sobre a modalidade no contexto da pandemia de COVID-19**
Érika Alfaro de Araújo
- 312 Baixada Fluminense e Duque de Caxias: a (re)significação dos territórios pela comunicação comunitária**
Larissa Souza da Silva Farinazzo
Adilson Vaz Cabral Filho
- 325 Processos folkcomunicacionais e o fortalecimento da comunicação como bem público**
Cristina Schmidt
- 337 Experiência de Midiatização Regional da Festa de Sant Jordi pela Emissora Betevé (BTV) em Barcelona**
Bruna Franco Castelo Branco Carvalho
- 348 O Personagem Barão de Itararé**
Jairo Faria Mendes

POR UMA CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO CIDADÃ

Mauro Souza Ventura

Maria Cristina Gobbi

Desde o início do século 20, quando a pesquisa acadêmica viveu um processo de intensa profissionalização e passou a ser feita por um seleto grupo de especialistas, sabemos que a ciência não é uma atividade neutra que busca a verdade objetiva sem levar em conta suas consequências. Mais recentemente, ganhou espaço na comunidade científica o termo “ciência cidadã”, em que indivíduos sem expertise científica atuam em determinadas etapas metodológicas – em especial a coleta de dados – interagindo com os especialistas na produção do conhecimento. Exemplos desta participação podem ser encontrados em pesquisas sobre o Meio Ambiente, Botânica, Astronomia e Geologia.

Em tempos de acentuada desinformação e negacionismo científico, em que predomina a cacofonia de vozes oriunda das redes sociais, urge que projetos inspirados numa ciência da comunicação cidadã sejam desenvolvidos para combater não apenas a desinformação, mas também o desprezo pela democracia, pela diversidade e pelos direitos individuais.

Esta coletânea nasceu inspirada pela inevitável distopia que caracteriza a Sociedade da Informação, potencializada pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, e que confere à informação um locus privilegiado entre os temas da contemporaneidade. Assim, como o leitor verá, as reflexões e estudos aqui reunidos giram em torno de dois grandes eixos.

O primeiro eixo, correspondente à **Parte I**, busca traçar diagnósticos sobre as distorções e as distopias que marcam o momento presente, aqui sintetizado em palavras como desigualdade digital, infodemia, direito à comunicação, fake news, cidadania e desinformação.

Surgem assim temas, personagens e dinâmicas tão diversificadas quanto o estudo sobre as experiências cotidianas dos refugiados venezuelanos no Brasil, assolados pelas desigualdades digitais e os desafios que esses “migrantes forçados” precisam enfrentar para ter acesso contínuo e confiável às tecnologias da comunicação e da informação.

O pressuposto, aqui, é o direito à informação, que está presente também no estudo sobre a prática da desinformação como estratégia de poder utilizada pelo governo de Jair Bolsonaro. De igual modo, esse direito inalienável do ser humano está no centro da reflexão sobre a importância da participação dos próprios cidadãos no processo de produção da notícia, exemplificada pelo estudo de podcasts produzidos por moradores das periferias de São Paulo.

São também estudados o impacto da pesquisa em Ciências da Comunicação sobre a desinformação e as fake news, assim como o papel social das instituições de ensino neste processo.

A chamada infodemia global, protagonizada pela epidemia de Covid-19, também está presente nesta coletânea, em artigos que estudam a ética na pesquisa, o direito à informação e os efeitos deletérios da aqui nomeada “produção da ignorância”. A desinformação, aliás, fenômeno já por demais conhecido, tomou proporções exponenciais durante a crise sanitária de Covid-19, instaurando um verdadeiro caos informacional, onde o negativismo científico suplantou a informação médica.

Tudo isso aliado a uma campanha contínua de deslegitimação das instâncias midiáticas tradicionais, protagonizada por agentes públicos e autoridades de saúde, em prol de um uso deletério das redes sociais.

Na verdade, nos últimos quatro anos o Brasil vivenciou o funcionamento de uma campanha estruturada com a finalidade de criar um ambiente hostil ao debate, de desconfiança em relação à informação de qualidade, que foi subjugada pela glorificação da opinião acima do conhecimento, da emoção sobre o fato, da crença sobre a ciência.

É nesse ambiente propício para a retórica do ódio que deve ser entendido o estudo do chamado “jornalismo para a paz”, visto aqui como possibilidade de análise crítica em contextos de violência.

A cultura da participação no telejornalismo, tema de outro artigo, revela o exercício da cidadania assumido por telespectadores potiguares que contribuem com a

construção da informação, enviando vídeos e fotos, emitindo opinião e sugerindo temas para discussão.

O segundo eixo, correspondente à **Parte II**, ocupa-se da cidadania comunicativa enquanto fator de transformação social, traduzida por conceitos como gênero, mediação cultural, movimentos sociais, jornalismo de dados, midiatizações regionais e comunicação quilombola, entre outros.

No texto que abre esta segunda parte, a perspectiva de gênero e a diversidade são estudadas no contexto pandêmico da Argentina, em que esta pauta permaneceu invisível aos olhos do noticiário ou, quando muito, foi abordada a partir de padrões tradicionais, classistas e racistas.

Também a relação entre cidadania comunicativa e questão de gênero encontra ressonância no estudo do futebol feminino brasileiro a partir de reportagem no Portal GloboEsporte.com. De igual modo, merece destaque o artigo que relaciona a cidadania comunicativa ao jornalismo de dados e à checagem de fatos, elementos cruciais na batalha contra a desinformação.

As estratégias de Comunicação no contexto da pandemia de Covid-19 são objeto de dois estudos, que abordam as relações entre Comunicação e saúde e Comunicação de risco e desinfodemia, ilustradas pelo relato de experiências no Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (UFPI) e na atuação de jovens comunicadores quilombolas em Santarém, PA. Ambas as experiências tratam da Comunicação popular e periférica e visam a produção e o compartilhamento de conteúdos informativos, combatendo assim a desinformação e promovendo operações de enfrentamento da pandemia.

As ações de comunicação comunitária na Baixada Fluminense e em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, deixam evidente que as populações de subúrbio tem plenas condições de criar seus espaços de articulação, debate e produção de conteúdo ligado às necessidades dessas localidades.

Mas a sociedade em rede, com suas novas tecnologias de produção, disseminação e de plataformização da informação, não exclui processos folkcomunicacionais construídos a partir de princípios comuns e universais, que contribuem para o fortalecimento da comunicação como um bem público. Como também não exclui a possibilidade de as culturas e os saberes ancestrais se manifestar por meio de recursos tecnológicos, garantindo assim sua visibilidade midiática para além de seus territórios de origem.

Notável também é o relato apresentado nesta coletânea sobre a experiência de midiatisação regional da Festa de Sant Jordi, importante manifestação cultural da região da Catalunha, retratada pela emissora Betevé (BTV), de Barcelona.

Como destacamos acima, apresentamos aqui um rol de iniciativas de ciência cidadã, cujo propósito é não apenas combater a desinformação, mas despertar uma visão crítica sobre a sociedade e alimentar a confiança da própria sociedade na produção de conhecimento.

Por fim, permitimo-nos destacar que o mérito maior desta coletânea talvez esteja no mosaico de estudos aqui apresentados, que buscam dar conta desta complexa teia que compõe a cidadania, e cujo escopo ultrapassa os diferentes campos do saber, revelando não apenas a natureza interdisciplinar da Comunicação, mas a sua vocação – talvez utópica -- de promover uma (re)ligação dos saberes, condição necessária e inadiável para a produção do conhecimento científico na contemporaneidade. Isso é o que esperamos e que, agora, partilhamos com os leitores.

PERFIL DOS ORGANIZADORES

Maria Cristina Gobbi

Pesquisadora de Produtividade do CNPq – nível 2. Pesquisadora Livre-Docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina (2014) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Concluiu o Pós-doutorado (2008) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM/USP). Presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom), (2019-2021-2023). Bolsista (Processo 2022/08397-6) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Chefa do Departamento de Comunicação Social (2017-2019) e Professora Associada (RDIDP) da UNESP, nos cursos de graduação e nos programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Mídia e Tecnologia, desde 2008. Diretora Administrativa (2013-2016) da SOCICOM e Diretora de Documentação da INTERCOM (2008-2011). Consultora ad-hoc INEP/MEC. Diretora Administrativa da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), (2022-2024). Editora da Revista ALAIC. Fundadora e Coordenadora do Grupo Pensamento Comunicacional Latino-Americano Pesquisa (PCLA), registrado no CNPq, desde 2000. Ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão – Maturidade Acadêmica, da

INTERCOM (2014). Coordena o projeto Memórias, disponível em: <https://promemorias.wordpress.com/>. Email: cristina.gobbi@unesp.br

Mauro Souza Ventura

Livre-Docente em Jornalismo pela UNESP - Universidade Estadual Paulista (2018). Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela PUCRS (1986), possui Mestrado em Jornalismo e Editoração pela ECA - USP (1995) e Doutorado em Letras (Teoria Literária e Literatura Comparada) pela FFLCH - USP (2000). Realizou estágios de Pós-Doutoramento no Departamento de Teoria Literária do IEL - UNICAMP (2005-2006) e no Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, da Universidade de Viena (2011). Atualmente, é Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP/Bauru, onde orienta pesquisas de Mestrado e Doutorado e Professor do Curso de Graduação em Jornalismo. Entre 2011 e 2017 atuou como Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP/Bauru, período no qual foi responsável direto pela concepção e implantação do Curso de Doutorado em Comunicação. Foi também editor da Revista Comunicação Midiática, do PPGCOM da UNESP. Sua área de pesquisa e de orientação situa-se no estudo dos processos e discursos do jornalismo na contemporaneidade e no contexto da nova ecologia midiática. Orienta também pesquisas que examinam as relações entre Comunicação, Recepção e Estudos de Gênero. Além disso, tem se dedicado ao estudo do tópico das relações entre jornalismo, crítica literária e crítica cultural. Neste último tópico insere-se a pesquisa que vem realizando, desde o Doutorado, do estudo da obra do jornalista e crítico literário Otto Maria Carpeaux, concentrando suas atenções em dois tópicos específicos desta obra: os ensaios europeus de Carpeaux e a dimensão jornalística de sua produção, em especial as relações entre mediação cultural e crítica literária. Email: ms.ventura@unesp.br

parte I

DISTORÇÕES E DISTOPIAS
INFORMACIONAIS NO CONTEXTO DA
SOCIEDADE DA DESINFORMAÇÃO

DESINFORMACIÓN EN BRASIL: TEMAS, PERSONAJES Y DINÁMICAS COMUNICACIONALES¹

Ulisses Matheus Braga de Freitas Melo

Bruno Rafael Gueiros Barboza

Martin Erbes

Juliano Domingues

INTRODUCCIÓN

La difusión de noticias falsas está en la agenda del debate público en Brasil desde al menos 2014, año considerado un hito en el uso de robots como estrategia de comunicación político-electoral (RUEDIGER et al., 2018). Desde entonces, este se ha convertido en un tema obligatorio en las disputas electorales. Además, la agenda se fue diversificando paulatinamente y comenzó a abarcar temas ambientales, fraude en las máquinas de votación electrónica y medidas para combatir la pandemia del Covid-19.

El ambiente brasileño tiene tres características propicias para la difusión de desinformación: acceso generalizado y gradual a internet, desconfianza en las instituciones democráticas, incluida la prensa, y una percepción errónea de la realidad. Datos de 2021 muestran que hay 152 millones de usuarios de internet en el país, lo que representa el 81% de la población de 10 años y más, con avances significativos en las zonas rurales (CGI.br/NIC.br, 2022). El mismo movimiento paulatino de popularización del acceso se da en relación al uso de dispositivos digitales: actualmente existen 440 millones de unidades activas, entre computadores, tabletas, notebooks y, principalmente, smartphones, lo que significa, en promedio, dos dispositivos por habitante (MEIRELLES, 2022).

Llaman la atención las cifras de usuarios de redes sociales y medios digitales: hay 165 millones en WhatsApp, 138 millones en Youtube, 122 millones en Instagram, 116 millones en Facebook y 73,5 millones en TikTok (VOLPATO, 2022). En este contexto,

1 Este texto é uma versão reduzida de capítulo originalmente elaborado para o livro *Fake News en Latinoamérica: temas, personajes, incidencias*, um projeto do Observatorio Venezolano de Fake News.

otro aspecto propicio para la desinformación se refiere a lo que el Instituto Ipsos denomina índice de percepción errónea o índice de ignorancia. En 2016, Brasil ocupó el sexto lugar y, en 2017, el segundo en una lista de 38 países, solo por detrás de Sudáfrica (IPSOS, 2017, 2018). Otro dato relevante: el 34% de los brasileños considera muy difícil o un poco difícil diferenciar las noticias falsas de las verdaderas (IPSOS, STATISTA, 2020). Además, ha aumentado la desconfianza en las instituciones en relación con los poderes de la República, el Ministerio Público y la prensa. En septiembre de 2021, el 32% de la población desconfiaba de la prensa, mientras que en agosto de 2012 ese porcentaje era del 18% (DATAFOLHA, 2021).

Se entiende, por lo tanto, que estos aspectos ofrecen condiciones favorables para la producción y difusión de las llamadas fake news. Ante esta situación, el presente texto presenta un panorama de la manifestación de este fenómeno en Brasil a partir de una breve contextualización de temas, personajes y dinámicas asociadas a esta estrategia de comunicación. Su propósito principal es ofrecer una respuesta teórica y empíricamente válida al siguiente problema de investigación: ¿cómo se manifiesta el fenómeno de las fake news en el país?

Para ello, el texto se estructuró en tres momentos. En el primero, se presentan las herramientas teórico-conceptuales sobre las que se sustenta la interpretación del fenómeno. Se recurre principalmente al debate sobre los impactos en los flujos de comunicación en el mundo contemporáneo provocados por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. Se entiende que las dinámicas informativas en el llamado ciberespacio y la idea de posverdad son elementos necesarios para entender la difusión de fake news. Luego, el texto pasa a los aspectos empíricos relacionados con el fenómeno. A partir de la presentación del estado del arte de la investigación sobre el tema en Brasil, se observa cuáles son los temas y personajes recurrentes, así como los métodos más utilizados.

Los autores de este capítulo reconocen la complejidad y transdisciplinariedad del objeto de esta reflexión y, en ese sentido, destacan que el presente trabajo no pretendió abarcar la manifestación de este fenómeno en su totalidad, ni mucho menos. El objetivo de este texto es solo presentar de manera introductoria y desde una perspectiva panorámica la situación relacionada con el fenómeno de las noticias falsas en Brasil, como una forma de incentivar agendas de investigación e intervención en el área.

APUNTES TEÓRICO-CONCEPTUALES

El término posverdad se popularizó como el título de un libro del autor estadounidense Ralph Keyes en 2004: “La era de la posverdad: deshonestidad y engaño en la vida contemporánea”. Fue solo en 2016 que la palabra comenzó a ganar más notoriedad, luego de que su uso aumentara en un 2000% desde 2004 (CASTILHO, 2016). La Universidad de Oxford también trajo una definición para el sustantivo, que hasta el año anterior no formaba parte de su diccionario: “circunstancias en las que los hechos objetivos tienen menos influencia en la formación de la opinión pública que las apelaciones a la emoción y las creencias personales”.

Para D’Ancona (2018, p. 34), mentiras, manipulaciones y falsedades políticas no son lo mismo que posverdad. La novedad no está en la deshonestidad de los políticos, sino, sobre todo, en la respuesta del público: “la indignación da paso a la indiferencia y, finalmente, a la connivencia”. Esta “respuesta pública” estaría directamente ligada a los avances tecnológicos de las últimas décadas. En la primera década de este siglo, la disponibilidad de banda ancha de alta velocidad transformó Internet en el medio de publicación más barato y rápido jamás inventado, con profundas implicaciones para la cultura y el comportamiento de la sociedad.

Según Mazar, Amir y Ariely (2008), tres aspectos influyen en la frecuencia y magnitud de la deshonestidad: las recompensas externas, la probabilidad de ser descubierto y la intensidad del castigo. Los psicólogos muestran que, como parte de la socialización, las personas interiorizan las normas y valores de la sociedad a la que pertenecen. El resultado práctico es que, en comparación con las personas que lo rodean, una persona puede ser más complaciente con sus propias mentiras. En el documental “(Des)Honestidad: La verdad sobre las mentiras”, Ariely afirma: “Si te convences de que todos los demás lo hacen, es más fácil pensar que es algo normal y eres susceptible de compartir mentiras en un nivel superior.”

El potencial de que la información errónea llegue a un gran número de personas ha crecido exponencialmente con los teléfonos inteligentes. La radiodifusión por satélite, la mediación móvil y la creación de aplicaciones específicas de comunicación (como Facebook, Instagram o Whatsapp) han multiplicado el número de individuos conectados a las redes sociales –sumergidos en un entorno de transmisión de datos a alta velocidad– de forma que los mensajes compartidos entre grupos sucede casi instantáneamente (CASTELLS, 2016). D’Ancona (2018, p. 53) afirma que “nunca ha habido una forma más rápida de difundir una mentira que publicarla en línea”. En los

primeros días de la Web 2.0, se suponía ampliamente que la revolución digital tendría un poder de autocorrección global; que la mentira sería expulsada por los mecanismos de defensa de la responsabilidad del usuario, pero esto no sucedió (D'ANCONA, 2018).

La discusión sobre la posverdad y el uso de términos como “noticias falsas” y “hechos alternativos” está asociada a las menciones de las obras “1984”, de George Orwell, y “Brave New World”, de Aldous Huxley, así como como el incremento en el número de ventas de estos títulos. En enero de 2017, según el diario Deutsche Welle, el libro “1984” llegó a lo más alto de la lista de los más vendidos en Amazon.com y la editorial Penguin programó la impresión de otros 75.000 ejemplares. Ambas novelas, en sus distopías en el futuro cercano, son recordadas en discusiones sobre el poder simbólico. La diferencia esencial entre las historias de Orwell y Huxley es que mientras en “1984” el poder simbólico caminaba junto al poder coercitivo, siendo ejercido por un gobierno totalitario, opresor y punitivo (ORWELL, 2009), en la trama de Huxley (2014) las personas se esclavizan, siendo seducidos y engañados por el consumo y el entretenimiento, en un régimen aparentemente democrático.

El tema se vuelve más complejo a medida que aumenta la desconfianza en las instituciones. El periodismo, por ejemplo, tendría la tarea de revelar la complejidad, los matices y las paradojas de la vida pública, y contribuir a la democracia como proveedor de noticias confiables. Sin embargo, D'Ancona (2018, p. 45) destaca que “justo cuando más se requiere la confianza en los medios, ésta, según las encuestas de opinión mundial, ha caído al número más bajo de la historia”. Es en este ambiente donde se establece la posverdad.

Existe una esperanza actual de que la tecnología en sí misma sea una respuesta a la era de la posverdad a través de aplicaciones y software que podrían identificar el origen y verificar la veracidad de lo que se publica. Sin embargo, la tarea es compleja y las soluciones deberían contemplar la verificación de diversas plataformas e identificar los matices lingüísticos y la intención y sentimiento de los usuarios. Eso todavía parece estar muy lejos, incluso para el software más avanzado de la actualidad.

ASPECTOS EMPÍRICOS

Temáticas

Las noticias falsas comenzaron a catalogarse sistemáticamente en Brasil hace relativamente poco tiempo. Los primeros estudios que abordaron el tema analizaron

los efectos comunicacionales de posibles “burbujas” de información proporcionadas, en parte, por la influencia de los algoritmos presentes en las redes sociales (RECUERO et al., 2017; SOARES et al., 2018). Estas primeras iniciativas se debieron en gran medida a los informes iniciales de compartir narrativas específicas en entornos de conversación virtual partidistas.

Sin embargo, comenzaron a realizarse estudios sobre el intercambio de desinformación en línea en Brasil, principalmente después de tres eventos importantes que llamaron la atención de los investigadores. Dos de esos hechos marcaron la política nacional: el juicio político a la presidenta Dilma Rousseff y el juicio al expresidente Luiz Inácio Lula da Silva. Estos episodios registraron un intenso debate en las redes y reportes de compartir información falsa en grupos y páginas en línea². Simultáneamente a esto, tuvo lugar otro evento en los EE. UU Donald Trump fue elegido de una plataforma de campaña que utilizó en gran medida noticias falsas y teorías de conspiración (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017).

Tales eventos no solo influyeron en los investigadores para promover una nueva agenda de investigación, sino que también se convirtieron en objeto de su análisis. Uno de los primeros estudios en esta área fue el de Recuero y Gruzd (2018), quienes desentrañaron la estructura de las cascadas de noticias falsas que se difundieron a través de Twitter durante la detención y juicio político de los líderes del Partido de los Trabajadores (PT). Este análisis encontró una circulación limitada de desinformación en las redes sociales en su conjunto, y descubrió que gran parte del intercambio de dicho contenido tuvo lugar dentro de ciertos núcleos ideológicos. El éxito de las fake news en estos medios, por tanto, dependía de la participación de determinados actores (perfiles) comprometidos.

Esta agenda de investigación, sin embargo, fue cobrando fuerza en varios sectores de la academia y varios trabajos comenzaron a recopilar datos a gran escala sobre el contenido de la comunicación política en las redes sociales. Algunas de estas investigaciones promovieron pruebas de metodologías de recolección de datos (RESENDE et al., 2018; CAETANO et al., 2018; MONTEIRO et al., 2019). Estos proyectos ya recopilaban información sobre la desinformación compartida en Twitter, Facebook y, especialmente, WhatsApp, mejorando las técnicas utilizadas. Los análisis exploratorios encontraron una gran presencia de desinformación en todas las redes

2 Ver más en: Na semana do impeachment, 3 das 5 notícias mais compartilhadas no Facebook são falsas - BBC News Brasil

analizadas, ya sea a partir de textos engañosos, montajes, videos descontextualizados o incluso urls, que llevaban al usuario a sitios de noticias falsas e hiperpartidistas (RESENDE et al., 2018).

Los resultados obtenidos de estos análisis mostraron que los principales objetivos de la información falsa entre 2017 y 2018 fueron el expresidente Lula y el entonces presidente Michel Temer (RESENDE et al., 2018). En este punto, los investigadores ya tenían una idea del potencial atractivo de WhatsApp, especialmente después de la huelga de camioneros que tuvo lugar en mayo de 2018. Los datos recopilados por Resende et al (2018) también indicaron un apoyo significativo para el precandidato a la presidencia Jair Bolsonaro, quien se insertó en los debates populistas, nacionalistas y pro-dictadura militar.

Sin embargo, fue sólo después de la campaña electoral que tuvo lugar en la segunda mitad de ese año que estudios más profundos pudieron catalogar la amplitud de la distribución de desinformación en las redes sociales brasileñas. Las investigaciones comenzaron a medir el éxito de las campañas en línea antes y durante el período electoral, al mismo tiempo que los primeros análisis profundizaron el debate sobre cómo este formato de comunicación desinformativa había tenido éxito en las elecciones (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018; GOMES; DOURADO, 2019). Sin embargo, independientemente de las redes sociales estudiadas, lo que encontraron los trabajos fue un dominio real de los grupos bolsonaristas en la comunicación virtual. Este éxito, sin embargo, se dio en conjunto con el uso recurrente de la desinformación y las noticias hiperpartidistas en las discusiones sobre política (DOURADO, 2020, 2021; RESENDE et al., 2019; BURSZTYN; BIRNBAUM, 2019; SOARES, 2021; MAROS et al., 2021).

Por lo tanto, es posible subdividir esta gran masa de desinformación en tres líneas temáticas. Si bien esta clasificación es limitada, permite observar los principales temas debatidos en estos grupos antes y durante la elección. Una de las principales narrativas presentes en las fake news y teorías conspirativas que se compartieron mezclaba el sentimiento anti-PT y anti-Lula (DAVIS; STRAUBHAAR, 2020; DOURADO, 2020) con el anticomunismo, simbolizado por la figura del gobierno de Venezuela. Nicolás Maduro (CHAGAS et al., 2019; CHAGAS; CARREIRO, 2021; RESENDE et

al., 2019). Mucha de la información falsa con este enfoque indicaba una simpatía y reverencia del candidato del PT Fernando Haddad al gobierno venezolano³.

Otra línea temática de publicaciones tuvo como agenda principal la lucha contra la corrupción y el fraude electoral (DOURADO, 2020). Esta noticia logró un razonable éxito durante las elecciones, inundando el debate público con acusaciones de falsas acusaciones y condenas vinculadas al mencionado candidato del PT y al expresidente Lula, muchas veces señalado como el verdadero candidato de la izquierda⁴. Asimismo, uno de los mensajes más compartidos en WhatsApp tras la primera vuelta decía que el TSE no había contado 7,2 millones de votos a favor de Jair Bolsonaro, lo que garantizaría su victoria en esta etapa electoral⁵.

Finalmente, algunas de las desinformaciones más difundidas entre el público en general fueron aquellas que contenían cuestiones morales, como la enseñanza de pautas de género en las escuelas, la religiosidad, el ocultismo y las libertades sexuales (DOURADO, 2020). Esta desinformación estaba dirigida principalmente al público más religioso y pudo haber contribuido, entre otros factores, al éxito de la campaña bolsonarista entre los votantes evangélicos (NICOLAU, 2021). Vale la pena señalar que Bolsonaro incluso publicó una de estas desinformaciones en un sábado en vivo en el periódico más visto de la televisión brasileña⁶.

Personajes y métodos

Las conclusiones de los trabajos surgidos tras el período electoral dejaron clara la tendencia partidista de utilizar y compartir esta desinformación (DOURADO, 2020; 2021; SOARES, 2022). El análisis de los enlaces compartidos en grupos políticos en WhatsApp durante la campaña electoral mostró cómo los grupos bolsonaristas adoptaron portales que producían noticias falsas e hiperpartidarias como fuente de información, mientras que los grupos de izquierda mezclaron medios partidistas,

3 Ver más en: É #FAKE que Haddad tem post no Twitter com elogio a Maduro e à Venezuela | Fato ou Fake | G1 (globo.com).

4 Ver más en: TSE manda remover da internet 35 'fake news' que atacam Haddad - 06/10/2018 - Poder - Folha (uol.com.br).

5 Ver más en: Anulação de votos pela Justiça Eleitoral – Esclarecimentos sobre informações falsas eleições 2018 (tse.jus.br)

6 Ver más en: É #FAKE que livro citado por Bolsonaro no JN é o que aparece com carimbo de escola de Maceió | Fato ou Fake | G1 (globo.com)

hiperpartidistas y tradicionales en sus discusiones (BURSZTYN; BIRNBAUM, 2019), compartiendo significativamente los enlaces de las agencias de cheques (Dourado, 2020), algo similar a lo que sucedió en las elecciones estadounidenses de 2016 (EADY et al., 2019). Estos datos reiteran el surgimiento de una polarización asimétrica en la comunicación política brasileña, que se hizo evidente a partir del amplio análisis del contenido compartido por los votantes que votaron por el candidato de extrema derecha (SOARES, 2022).

De esta manera, con el éxito electoral de Jair Bolsonaro, el debate público en línea fue testigo del surgimiento y estructuración de una compleja red de distribución de desinformación, corroborada por declaraciones casi diarias del presidente en entrevistas y vidas. Los casos de difusión de desinformación, dirigida a sectores de la sociedad que se oponían al gobierno, se convirtieron en algo común. Desde instituciones educativas federales⁷ hasta ONG, que acusaron a las agencias estatales de omisión en el combate de incendios en la selva amazónica⁸, varias organizaciones fueron atacadas por gigantescas cascadas de desinformación.

Con el tiempo, la estrategia de desinformación se ha vuelto más clara, habiéndose repetido varias veces en los últimos años. En más de un momento, se desarrolló el siguiente escenario: luego de las críticas de cierto sector de la sociedad al presidente, toda una milicia digital –parte de ella con sede en el gobierno⁹– distribuyó desinformación favorable a Bolsonaro, o críticas a la oposición. Esta desinformación fue luego reproducida por el mandatario en sus vidas y entrevistas, siendo acompañada de impactantes declaraciones que generaron el enganche de la propia oposición y el seguimiento de los medios tradicionales. Posteriormente, las citas presidenciales fueron criticadas y contextualizadas, reproduciendo las premisas desinformativas en las que se basó el mandatario. Al mismo tiempo, estas mismas frases y temas fueron debatidos y respaldados por canales de comunicación tradicionales alineados.

Este proceso terminó por poner la agenda pública (MCCOMBS, 2014) en manos del presidente. Ya sea por la reproducción acrítica de los simpatizantes, el periodismo declarativo por parte de los medios (OLIVEIRA, 2020), o la revuelta de los opositores,

7 Ver más en: Máquina de fake news bolsonarista agora mira universitários (theintercept.com)

8 Ver más en: Veja o que é #FATO ou #FAKE sobre as queimadas na Amazônia | Fato ou Fake | G1 (globo.com)

9 Ver más en: Bolsonaro e o 'gabinete do ódio': entenda as investigações da PF - Política - Estadão (estadao.com.br)

Bolsonaro dictó el tema que sería abordado en los diarios más importantes del país. Estos debates inocuos se conocieron como cortinas de humo¹⁰. Sin embargo, dicho control de la agenda pública llegó a encontrar una barrera más fuerte con el advenimiento de la pandemia del COVID-19.

De hecho, desde el momento en que se registraron los primeros casos de coronavirus en Brasil, Jair Bolsonaro, siguiendo –una vez más– el ejemplo de Donald Trump (LISBOA et al., 2020; CARVALHO et al., 2021), optó por la estrategia narrativa de subestimando los riesgos de la pandemia y comenzaron a implosionar institucional y discursivamente las campañas lideradas por los gobiernos locales, que buscaban reducir la transmisión del virus a través de confinamientos y fomentando el uso de mascarillas¹¹. Lo que se vio a partir de esto fue la parcialización de las discusiones relacionadas con el origen y la gravedad de la enfermedad y su posible contención y tratamiento. Encabezados por el presidente, quien habló en televisión nacional el 24 de marzo de 2020 comparando el COVID-19 con una “gripecita”, varios influencers, medios de comunicación y políticos comenzaron a reproducir desinformación sobre el origen del virus SARS-CoV-2, mintiendo también sobre posibles consecuencias del uso prolongado de mascarillas¹² y recomendando el consumo de medicamentos para el tratamiento de la enfermedad, sin tener base científica para ello (CALIL, 2021).

Este discurso fue reproducido en varias redes sociales, siendo el núcleo duro bolsonarista el principal difusor de desinformación en línea durante la pandemia (RECUERO et al., 2021; SOARES et al., 2021). Lo que se vio, nuevamente, fue la reproducción de la polarización asimétrica a partir del intercambio de información errónea. Los estudios encontraron dos grandes grupos de intercambio de información que no interactuaban entre sí ni en Facebook ni en Twitter. Este entorno polarizado proporcionó grandes cámaras de eco entre los partidarios de la narrativa del gobierno y sus opositores (RECUERO et al., 2021; SOARES et al., 2021).

Sin embargo, la influencia de la campaña de desinformación no se limitó al discurso. Jair Bolsonaro y sus seguidores lograron interferir directamente en las

10 Ver más en: Caos planejado: as cortinas de fumaça produzidas pelo governo - Colab (pucminas.br)

11 Ver más en: Falas de Bolsonaro contra vacinas, máscaras e lockdown são provas de ‘fake news’ em minuta de relatório da CPI da Covid - Jornal O Globo

12 Ver más en: Deputados bolsonaristas fazem ofensiva contra uso obrigatório de máscaras - Política - Estado de Minas

entidades profesionales, las compañías de seguros de salud¹³ y en el comportamiento de sus electores, quienes comenzaron a utilizar los medicamentos ineficaces indicados por el jefe del Ejecutivo para tratar el COVID-19¹⁴.

Este efecto práctico del discurso presidencial, junto con la gran cantidad de muertes por COVID-19¹⁵, combinado con la oposición masiva de científicos y medios tradicionales, así como el advenimiento de la Comisión Parlamentaria de Investigación sobre el papel de la gobierno federal durante la pandemia¹⁶, inició una erosión sin precedentes de la imagen del líder de extrema derecha. Al ver la continua reducción de su popularidad, el presidente comenzó a atacar sistemáticamente al STF, que había garantizado la autonomía de las entidades federativas para aplicar políticas de reducción de contagios. Estos ataques reprodujeron el mencionado método de control de la agenda pública, siendo reforzado por la difusión de desinformación sobre la corte y sus ministros¹⁷.

El enfrentamiento, sin embargo, escaló durante la pandemia, alcanzando niveles de crisis institucional desde el momento en que el presidente comenzó a utilizar, nuevamente, noticias falsas para atacar el sistema electoral y amenazar con violar las decisiones del STF¹⁸. Este enfrentamiento entre el presidente y el STF dio origen a la llamada “investigación de noticias falsas” (Inq. N° 4.781), en la que se investiga la difusión de amenazas a ministros de la Corte Suprema.

Sin embargo, lo que este relato deja en claro es que la desinformación en línea es solo la superficie de toda una estrategia de comunicación política efectiva, especialmente dirigida a actores previamente comprometidos. Al notar esta complejidad, la academia comenzó a analizar los aspectos de comportamiento del electorado brasileño y los modelos lingüísticos de desinformación compartida. Estos estudios no solo catalogaron la desinformación, sino que cuestionaron, por ejemplo, la capacidad de persuasión de las noticias falsas sobre el individuo. Los experimentos realizados apuntaron a la falta de capacidad de la desinformación para cambiar el voto de los votantes apartidistas, especialmente cuando son sometidos a un control (PEREIRA

13 Ver más en: O envolvimento dos planos de saúde com o tratamento precoce | Nexo Jornal

14 Ver más en: 43% tratariam covid-19 com cloroquina; entre bolsonaristas, 73% tomariam (poder360.com.br)

15 Ver más en: COVID-19 Data Explorer - Our World in Data

16 Ver más en: CPI da COVID-19 – Wikipédia, a enciclopédia livre (wikipedia.org)

17 Ver más en: STF cria programa para combater notícias falsas sobre a Corte | Política | G1 (globo.com)

18 Ver más en: Bolsonaro volta a atacar urnas e ministros do STF, mas nega que vai dar golpe - CartaCapital

et al., 2022). Sin embargo, la información falsa con contenido partidista presentó un potencial polarizador en los encuestados que simpatizaban con un partido específico, principalmente el PT, y en aquellos que rechazaban fuertemente el partidismo en sí mismo, los antipartidarios (ver SAMUELS; ZUCCO, 2018). Estos hallazgos indican que tales individuos tienden a rechazar la información correctiva, manteniendo la creencia errónea a favor de sus supuestos políticos (PEREIRA et al., 2022).

Otros análisis siguieron un enfoque diferente, buscando desentrañar la estructura de desinformación compartida en las redes sociales brasileñas. Algunos estaban destinados a construir modelos predictivos, basados en el procesamiento del lenguaje natural (NLP), capaces de identificar información errónea basada en la estructura textual (MONTEIRO et al., 2019). Otros estudios han encontrado características textuales específicas vinculadas a noticias falsas con contenido político. Esta desinformación, en particular, resultó ser, en promedio, más corta y sencilla en el lenguaje que la información verdadera, estando llena de términos acusatorios y nombres de líderes políticos (MELO, 2022). Estos resultados se acercan a los encontrados por Maros et al. (2021), quienes analizaron el contenido de información falsa compartida por audio en WhatsApp, encontrando más sentimientos negativos y el uso de un lenguaje directo con el oyente a través del pronombre “tú”.

Tales hallazgos presentan un escenario complejo de cara a las elecciones federales de 2022. Por un lado, la estructura de difusión de la desinformación está bien establecida, lo que genera temor en votantes y analistas. Por otro lado, sin embargo, vemos que en los últimos cuatro años la prensa, la academia y los propios votantes han llegado a tener más contacto con campañas educativas y debates públicos sobre la estructura de difusión de la desinformación, y cómo es utilizada por sectores de la sociedad. élite política. Esto no significa, sin embargo, que vayamos a ver estabilidad informativa durante la campaña, al contrario, es de esperar que las estrategias de 2018 se repitan a mayor escala, ya que la difusión de la desinformación estará impulsada por un mayor presupuesto. contingente, y aún puede haber una posible respuesta de otros sectores políticos, que pueden apostar por el mismo método de comunicación de la desinformación.

CONCLUSIONES

Este capítulo tuvo como objetivo abordar la manifestación del fenómeno de las noticias falsas en Brasil guiado por el siguiente problema de investigación: ¿cómo se

manifiesta el fenómeno de las noticias falsas en el país? Para ello, identificó y analizó, de forma panorámica e introductoria, los principales temas, personajes y métodos asociados al proceso de difusión de la desinformación en el contexto brasileño.

Este examen permitió verificar en qué medida las transformaciones relacionadas con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación son condiciones necesarias para la comprensión del fenómeno investigado. Los conceptos de ciberespacio, telepresencia e hipermodernidad, aplicados a cambios en términos de flujos de comunicación en entornos de difusión de desinformación, resultan claves de análisis relevantes en este sentido.

Datos relacionados a la capilaridad y penetración de internet en Brasil demuestran que el país es un ambiente propicio para la producción y difusión de desinformación como estrategia discursiva relevante en el proceso de construcción de la realidad social. Conectados permanentemente a través de dispositivos digitales e inmersos en las redes sociales y los medios digitales, los individuos de esta sociedad de ritmo frenético y marcado por la atención dispersa serían más susceptibles de convertirse en el blanco de un diluvio de “desinformación”, a través del cual se comparten creencias y valores, es decir, significados y cosmovisiones. Es en este contexto que han surgido y proliferado las fake news o narrativas alternativas, especialmente sobre política.

Las instituciones, principalmente del Poder Judicial, han mostrado un esfuerzo para combatir este fenómeno, como un acuerdo de cooperación firmado entre el Tribunal Superior Electoral (TSE) y el Supremo Tribunal Federal (STF) en mayo de 2022. El acuerdo es parte de un conjunto de acciones denominadas Programa de Combate a la Desinformación del STF, que involucra a 35 instituciones, entre colegios profesionales, universidades y empresas de tecnología.

La iniciativa se inspiró en el Programa de Lucha contra la Desinformación del TSE, hecho permanente en agosto de 2021. Cabe mencionar también las reuniones entre ministros del TSE y representantes de las redes sociales digitales (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram y Youtube), sobre la iniciativa del propio Tribunal Electoral, para debatir la lógica de funcionamiento de estas plataformas durante las elecciones de 2022 en Brasil.

Por tanto, se aprecia el reconocimiento, aunque tardío, por parte de las instituciones de inspección y control sobre los impactos de la difusión de la desinformación en el país. Estas iniciativas terminan representando, en cierta medida,

un contrapunto a la postura indulgente y alentadora del Ejecutivo Federal en relación con el tema.

REFERENCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017.

BATISTA PEREIRA, Frederico; BUENO, Natália S.; NUNES, Felipe; *et al.* Fake News, Fact Checking, and Partisanship: The Resilience of Rumors in the 2018 Brazilian Elections. **The Journal of Politics**, p. 719419, 2022.

BURSZTYN, Victor S.; BIRNBAUM, Larry. Thousands of Small, Constant Rallies: A Large-Scale Analysis of Partisan WhatsApp Groups. *In: 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*. [s.l.: s.n.], 2019, p. 484–488.

CAETANO, Josemar Alves; DE OLIVEIRA, Jaqueline Faria; LIMA, Helder Seixas; *et al.* Analyzing and characterizing political discussions in WhatsApp public groups. 2018. Disponível em: <http://arxiv.org/abs/1804.00397>. Acesso em: 6 jul. 2022.

CALIL, Gilberto Grassi. A negação da pandemia: reflexões sobre a estratégia bolsonarista. **Serviço Social & Sociedade**, p. 30–47, 2021.

CARVALHO, Priscila Ramos; SOUSA, Paulo César Castro de; SCHNEIDER, Marco André Feldman. Desinformação na pandemia de Covid-19: similitudes informacionais entre Trump e Bolsonaro. **Em Questão**, v. 27, n. 3, p. 15–41, 2021.

CASTELLS, Manuel; JOSCELYNE, Vera Lúcia Mello. **O poder da comunicação**. 5ª edição. [s.l.]: Paz & Terra, 2016.

CASTILHO, Carlos. Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

CGI.BR/NIC.BR. **TIC Domicílios**. Cetic.br - Centro Regional para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

CHAGAS, Viktor; CARREIRO, Rodrigo. Macarthismo no Zap: como se comporta a rede anticomunista de apoiadores de Jair Bolsonaro. *In: [s.l.: s.n.]*, 2021, p. 201.

CHAGAS, Viktor; MODESTO, Michelle; MAGALHÃES, Dandara. O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no WhatsApp pró-Bolsonaro. **esferas**, n. 14, p. 1–17, 2019.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News**. 1ª edição. [s.l.]: Faro Editorial, 2018.

DATAFOLHA. **Datafolha: Cai confiança da população nas instituições e nos três Poderes**. Folha de S.Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/09/datafolha-cai-confianca-da-populacao-nas-instituicoes-e-nos-tres-poderes.shtml>. Acesso em: 6 jul. 2022.

DAVIS, Stuart; STRAUBHAAR, Joe. Producing Antipetismo: Media activism and the rise of the radical, nationalist right in contemporary Brazil. **International Communication Gazette**, v. 82, n. 1, p. 82–100, 2020.

DOURADO, Tatiana. A natureza política das fake news sobre a eleição presidencial de 2018 no Brasil. *In: [s.l.: s.n.]*, 2021, p. 324.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil - Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador**. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 6 jul. 2022.

EADY, Gregory; NAGLER, Jonathan; GUESS, Andy; *et al.* How Many People Live in Political Bubbles on Social

Media? Evidence From Linked Survey and Twitter Data. **SAGE Open**, v. 9, n. 1, p. 215824401983270, 2019.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, 2019.

HUXLEY, Aldous; OLIVEIRA, Vidal de. **Admirável mundo novo**. 22ª edição. [s.l.]: Biblioteca Azul, 2014.

IPSOS. **Os perigos da Percepção 2017**. Disponível em: <https://www.ipsos.com/pt-br/perigos-da-percepcao-2017> . Acesso em: 20 jul. 2022.

IPSOS. **Os perigos da Percepção 2018**. Disponível em: <https://www.ipsos.com/pt-br/perigos-da-percepcao-2018> . Acesso em: 20 jul. 2022.

KEYES, Ralph. **The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life**. 1st edição. [s.l.]: St. Martin's Press, 2004.

LISBOA, Lucas; FERRO, João Victor; BRITO, José Rubens; *et al.* A Disseminação da desinformação promovida por líderes estatais na pandemia da COVID-19. *In: Anais do Workshop sobre as Implicações da Computação na Sociedad (WICS 2020)*. Brasil: Sociedade Brasileira de Computação, 2020.

MAROS, Alexandre; ALMEIDA, Jussara M.; VASCONCELOS, Marisa. A Study of Misinformation in Audio Messages Shared in WhatsApp Groups. *In: BRIGHT, Jonathan; GIACHANOU, Anastasia; SPAISER, Viktoria; et al (Orgs.). Disinformation in Open Online Media*. Cham: Springer International Publishing, 2021, v. 12887, p. 85–100. (Lecture Notes in Computer Science). Disponível em: https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-87031-7_6 . Acesso em: 6 jul. 2022.

MCCOMBS, Maxwell; VALENZUELA, Sebastian. **Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion**. 3ª edição. [s.l.]: Polity, 2014.

MEIRELLES, Fernando de Souza. **Uso da TI - Tecnologia de Informação nas Empresas**.

MELO, Ulisses. **Feita sob medida: estrutura de uma notícia falsa e seu papel no convencimento do eleitor - Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife**.

MONTEIRO, Rafael A.; SANTOS, Roney L. S.; PARDO, Thiago A. S.; *et al.* Contributions to the Study of Fake News in Portuguese: New Corpus and Automatic Detection Results. *In: VILLAVICENCIO, Aline; MOREIRA, Viviane; ABAD, Alberto; et al (Orgs.). Computational Processing of the Portuguese Language*. Cham: Springer International Publishing, 2018, v. 11122, p. 324–334. (Lecture Notes in Computer Science). Disponível em: http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-99722-3_33 . Acesso em: 6 jul. 2022.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. 1ª edição. [s.l.]: Zahar, 2020.

OLIVEIRA, Israel Dias de. **Jornalismo declaratório**. 1ª edição. [s.l.]: Casa Flutuante, 2020.

ORWELL, George; JAHN, Heloisa; HUBNER, Alexandre. **1984**. 1ª edição. São Paulo (SP): Companhia das Letras, 2009.

RECUERO, Raquel da Cunha; ZAGO, Gabriela da Silva; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/166193> . Acesso em: 6 jul. 2022.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia (São Paulo)**, p. 31–47, 2019.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a Desinformação sobre Covid-19 no Twitter. **Revista Contracampo**, v. 40, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611> . Acesso em: 6 jul. 2022.

RESENDE, Gustavo; MELO, Philipe; C. S. REIS, Julio; *et al.* Analyzing Textual (Mis)Information Shared in WhatsApp Groups. *In: Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science*. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2019, p. 225–234. (WebSci '19). Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3292522.3326029> . Acesso em: 6 jul. 2022.

RESENDE, Gustavo; MESSIAS, Johnatan; SILVA, Márcio; *et al.* A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp. *In: Proceedings of the 24th*

Brazilian Symposium on Multimedia and the Web. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2018, p. 387–390. (WebMedia '18). Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3243082.3264662> . Acesso em: 6 jul. 2022.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. O que são e como lidar com as notícias falsas. **Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 15, n. 27, p. 71–83, 2018.

RUEDIGER, Marco Aurélio; GRASSI, Amaro; FREITAS, Ana; et al. **Robôs, redes sociais e política no Brasil: casos de interferências ilegítimas no debate público por automação de perfis.** [s.l.]: FGV DAPP, 2018. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br:80/dspace/handle/10438/24843> . Acesso em: 6 jul. 2022.

SAMUELS, David J.; ZUCCO, Cesar. **Partisans, Antipartisans, and Nonpartisans: Voting Behavior in Brazil.** 1. ed. [s.l.]: Cambridge University Press, 2018. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/product/identifier/9781108553742/type/book> . Acesso em: 6 jul. 2022.

SOARES, Felipe Bonow. SYSTEMATIC DISINFORMATION: THE SPREAD OF MISLEADING INFORMATION AS A COLLECTIVE DYNAMIC ON TWITTER. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 2, n. 1, p. 5–26, 2022.

SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. In: **Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society.** New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2018, p. 168–177. (SMSociety '18). Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3217804.3217909> . Acesso em: 6 jul. 2022.

SOARES, Felipe Bonow; VIEGAS, Paula; BONOTO, Carolina; et al. Covid-19, desinformação e Facebook: circulação de URLs sobre a hidroxiclороquina em páginas e grupos públicos1. **Galáxia (São Paulo)**, 2021. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/gal/a/XTsZj6gVkdp5BPXkXHYyB4F/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

STATISTA. **Identifying false information online in countries worldwide 2020.** Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1227193/identifying-misinformation-difficulty-worldwide/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

VOLPATO, Bruno. **Saiba quais são as 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2022.** Resultados Digitais. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

PERFIL DOS AUTORES

Ulisses Matheus Braga de Freitas Melo

Doctorando y maestro en Ciencia Política en el Programa de Posgrado en Ciência Política de la Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Brasil) e bacharel em Direito por la Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Brasil). ulissulisses.matheus@ufpe.br

Bruno Rafael Gueiros Barbosa

Doctorando en el Programa de Posgrado en Ciencias da Linguagem de la Universidade Católica de Pernambuco (Unicap, Brasil) y maestro en Indústrias Criativas (Unicap, Brasil) por el Programa de Posgrado en Indústrias Criativas de la Universidade Católica

de Pernambuco (Unicap, Brasil), bacharel em Comunicação Social por la Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Brasil). brunogueiros@gmail.com

Martin Erbes

Maestro en Comunicación Digital Interativa por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina),bacharel em Estudos de Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina). Periodista e profesor,bolsista Fulbright. maartinerbes@gmail.com

Juliano Domingues

Profesor de la Universidade Católica de Pernambuco (Unicap, Brasil), donde és coordinador de la Cátedra Luiz Beltrão de Comunicação y investigador del Programa de Posgrado en Indústrias Criativas e del Programa de Posgrado en História. Doctor en Ciência Política por la Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Brasil), com posdoctorado en Comunicação por la Universidade Federal da Bahia (UFBA, Brasil), foi Fulbright Visiting Faculty na Tulane University (New Orleans, EEAA). juliano.domingues@unicap.br

DESINFORMAÇÃO, JORNALISMO E CIDADANIA NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO PÓS-MASSIVA

Guilherme Moreira Fernandes

Leila Nogueira

INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX, o fenômeno da Comunicação em dimensão coletiva/massiva foi centralizado em diversas pesquisas que revelaram a importância de se compreender o processo cujo impacto era evidente e necessário. Não se trata de sistematizar um “curso de teorias da Comunicação”, mas de perceber que o “espírito do tempo” foi norteador na eleição dos objetos a serem estudados mediante a uma inquietação insurgente. A urbanização, a caracterização das grandes cidades e a concepção de “massa” foram fundamentais para a demarcação da urgência em se entender a sociedade a partir da Comunicação. O acúmulo de saberes proporcionou o estabelecimento de um campo próprio e, igualmente, a concepção de uma ciência específica e pós-disciplinar. O avanço teórico e metodológico é consequência da multiplicidade de objetos empíricos e das tantas formas de direcionamento epistemológico.

É possível notar que grupos de interesses específicos vão se consolidando e que tendências de pesquisa passam por observações a partir das especificidades de cada área constituída, o que denota a complexidade do campo. Tendências de pesquisa surgem da preocupação com os assuntos em voga na sociedade contemporânea, não são arbitrarias, mas necessárias e urgentes. Não são processos recentes, porém é notável a intensificação, a busca por soluções, respostas mediante ampla investigação. Dado que a construção do conhecimento e o fazer científico se articulam de forma coletiva, as sociedades científicas assumem o papel de perceber o recorrente, ou seja, a tendência da pesquisa, e propor seu entendimento.

No Brasil, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) se destaca pela pluralidade, abrangência e coletividade ao estabelecer os temas centrais de seus congressos que, consonantes com a realidade vivida, apontam

as tendências de pesquisa. Foram temas, nos últimos cinco anos: “Desigualdades, gêneros e comunicação” (Joinville, 2018); “Fluxos comunicacionais e crise da democracia” (Belém, 2019); “Um mundo e muitas vozes: da utopia à distopia?” (Salvador, 2020); “Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania” (Recife, 2021) e “Ciências da Comunicação contra a desinformação” (João Pessoa, 2022).

A partir desses temas é possível perceber a forma como o momento político foi determinante para estabelecer a pauta de discussão no âmbito da Comunicação. Foi o período em que se consolidou o Golpe contra a primeira e única mulher a exercer a presidência do Brasil; personagens políticos com discurso de negação da política foram constantemente agendados; o deputado Jair Bolsonaro foi eleito presidente a partir de falas com franco desprezo pelas minorias; perceberam-se os usos de estratégias de tornar os “novos” meios de comunicação capazes de produzir efeitos imediatos e fortemente adequados à criação e ao espalhamento de desinformação. Tais questões culminaram com a área se propondo a avaliar uma forma de resistir, agir e transformar. O inimigo da vez é a desinformação¹⁹.

UM RETORNO À HISTÓRIA DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

“Propaganda technique in the World War”, tese de doutoramento de Harold Lasswell, cuja primeira publicação é de 1927, comumente é identificada como “a primeira peça do dispositivo conceitual da corrente da Mass Communication Research” (MATTELART; MATTELART, 2007, p. 36). Como forma de perceber como era realizada a propaganda política nacionalista no período entendido como Guerra Mundial (1914-1918), Lasswell (2013) estudou a veiculação das peças publicitárias em periódicos que circularam nos EUA, França, Inglaterra e Alemanha elucubrando sobre efeitos políticos e psicológicos presentes no material. Os “efeitos fortes” da propaganda podem ser explicados também pela formação de regimes autoritários nos países derrotados (Itália, Alemanha, Japão) defendidos a partir de um sentimento nacionalista-identitário e, portanto, chancelados massivamente. A pesquisa, cujo resultado estava delimitado a circunstâncias específicas no tempo e no espaço, recebeu grande

19 Compreendemos desinformação aqui como um fenômeno que dissemina propositadamente conteúdos duvidosos em larga escala para obtenção de vantagens a partir de prejuízo alheio, em conformidade com Wardle e Derakhshan (2017).

generalização, imputando a Lasswell “autoria” da hipótese da agulha hipodérmica como explicativa dos efeitos fortes e determinados pelos meios de comunicação de massa irrestritamente.

Pesquisas posteriores revelaram que essa noção de efeito direto e simples das comunicações coletivas era uma exagerada simplificação. Embora pareça paradoxal, quanto mais detalhadamente observamos o funcionamento dos meios de comunicação coletiva, mais claro se torna que seus efeitos dependem de complexa trama de influências especializadas pessoais e sociais (LAZARSFELD, 1964, p. 88).

A consideração de Lazarsfeld sobre as pesquisas desenvolvidas nos anos 1920 e 1930 aponta para duas direções. A primeira é considerar o momento político da pesquisa, deixando claro que as conclusões foram dadas a partir daquelas condições, ou seja, o que se verificou em situação de guerra não é necessariamente condizente com outros períodos históricos. Ainda que essa conjuntura seja basilar, outros fatores, em nível individual e grupal, haja vista a complexidade das identidades e da concepção do sujeito contemporâneo, devem ser considerados para avaliar o nível de influência.

Assim, a tese de Lasswell (2013) percebida como ultrapassada, até mesmo pelo autor²⁰, deve ser indicada como leitura pelos seus potentes resultados ao se pensar que a perseverança de um regime de rivalidade implica técnicas de comunicação cujo princípio ético é desconsiderado, desde que o resultado seja alcançado. É o que podemos denominar de “Vale Tudo”. Para o autor, “o livro [tese] foi organizado com o intuito de revelar a forma assumida por estes temas quando a audiência visada era o próprio país, de um país aliado ou de um país inimigo” (LASSWELL, 1982, p. 40). A estratégia da desinformação era premissa ao momento em que apenas uma verdade – a nacional – poderia ser construída quando se estava defronte a um “inimigo”. A materialidade de um binarismo é o fator circunstanciador e determinador de todo o

20 “O primeiro nome que de facto ilustra a história da análise de conteúdo é o de H. Lasswell: fez análise de imprensa e de propaganda aproximadamente desde 1915” (BARDIN, 2010, p. 17). Como expresso por Bardin, a tese de Lasswell, de abordagem qualitativa, é fundante da Análise de Conteúdo (AC) como técnica de pesquisa. Embora o autor tenha prosseguido na vertente da AC, passou a questionar a validade científica da pesquisa qualitativa, a favor da quantitativa. No ensaio “Por que ser quantitativista?” o autor usa a própria tese para demonstrar a fragilidade da abordagem qualitativa: “este livro [The Language of Politics, 1949] baseia-se na premissa de que o estudo da política pode ser aprimorado pela análise quantitativa de textos políticos. Por que ser quantitativista? Em resposta, talvez seja conveniente assinalar as limitações da análise qualitativa em termos do trabalho do presente autor” (LASSWELL, 1982, p. 39).

processo de comunicação e com “provas” (conclusões de pesquisas) de “linearidades” da estrutura/do processo da Comunicação.

Na sequência das pesquisas de grande impacto no âmbito da Comunicação é enfatizado que a intencionalidade ao veicular uma determinada mensagem constitui-se um fator relevante. Os comportamentos gerados na instância de recepção podem ser opostos ou indiferentes ao que se pensou no instante inicial da concepção. A magistral produção do radioteatro “A Guerra dos Mundos”, de Orson Welles, a partir do livro homônimo de H. G. Wells, veiculado no programa Mercury Theater, da rede CBS, em 30 de outubro (Dia das Bruxas nos EUA) de 1938, é basilar para definir os elementos da linguagem do rádio, singular ao perceber similaridades de ações em diversos momentos e exemplificadora de comportamentos coletivos quando os indivíduos são expostos à recepção de conteúdos transmitidos por meios de comunicação “coletiva”²¹. Cantril conduziu um estudo sobre os efeitos da transmissão radiofônica, “The Invasion from Mars”, publicado em 1940. Em comentário sobre a obra, o autor (1993) sintetiza que o nível prévio de informação foi determinante para a interpretação e atitudes a partir da recepção do programa. O pânico, mesmo que sem intenção da emissora, foi verificado, embora a conclusão sinalize várias condicionantes e ocorrências diversas.

No âmbito dos efeitos, uma terceira vertente, capitaneada por Lazarsfeld, já conclui que os efeitos dos meios massivos são limitados e que a influência na tomada de decisões é exercida a partir de uma pessoa de franco convívio e confiança, exercendo liderança em aspectos cuja opinião é relevante e demandada – “verificou-se que sob certos aspectos a influência dos líderes de opinião assemelha-se à dos próprios meios de comunicação coletiva, pois as pessoas tendem a trocar ideias principalmente com quem compartilha de suas opiniões” (LAZARSELD, 1964, p. 90). O limite do comum é preestabelecido a partir de grupos e contatos sociais e a dimensão da verdade (apuração) não se faz questionada em virtude da confiança. Para Lazarsfeld (1964), o líder de opinião é responsável por uma espécie de curadoria que é adotada pelos influenciados.

21 A sensação de pânico a partir da produção deste radioteatro não foi restrita a 1938 e aos EUA. Conceição, Mateus, Carvalho e Gomes (2013) estudam o contexto do pânico da adaptação realizada pela rádio Difusora do Maranhão em 30 de outubro de 1971. O falso pouso de um disco voador em Caratinga-MG, no ano de 1954, noticiado pelo “Repórter Esso”, decorrente da Guerra dos Mundos, é estudada por Campelo, Pessoa, Prata e Santos (2013).

Cada estudo de caso revelou condições e materialidades distintas. Balizas diferentes foram expostas para se pensar o registro de dado período histórico. Similaridades passaram a existir desde então e estratégias de comunicação foram repetidas, alcançando êxitos que nos poderiam fazer voltar ao diagnóstico do “receptor passivo”, embora não a todos e quaisquer estímulos provenientes dos meios de comunicação, mas àqueles em que há uma disposição prévia de concordância. A rejeição total às mensagens contrárias ao desejo prévio, igualmente os fazem “passivos” dado que os argumentos são desconsiderados na condição de não pertinentes. O mesmo princípio se percebe na aceitação total e, também, na indiferença. A leitura de Lasswell (2013), Cantril (1993) e Lazarsfeld (1964) nos mostra que a aderência ao conteúdo da mensagem circulada é circunstancial, refletida como atitude consciente e localizada no tempo e no espaço²².

Se o Brasil passa a pautar uma divisão binária em que um lado deve ser escolhido, a estratégia de comunicação também pode tornar-se a de combate ao inimigo, quando tudo é possível e permitido. O sentido de verdade, então, pode deixar de ter como valores a apuração e a verificação, que acabariam substituídas pela simpatia e pela concordância pessoal. Foi nessa vertente que a psicologia behaviorista e a social se comungaram com a comunicação, expressando concordância e agrado.

Ainda que a “desinformação” tenha perpassado estes estudos, tal variável não chegou a ser isolada e destacada. É natural perceber que o avanço tecnológico e as múltiplas possibilidades de difundir “informações” aumentaram, dificultando respostas objetivas. Como bem expressa Gadini (2007), no âmbito político-eleitoral, o boato (não necessariamente oposto à informação verídica e demonstrável), sem autoria explícita (ou falsamente imputada a outrem), é uma narrativa agregadora e que adquire resultados satisfatórios no pleito a partir de características singulares do jornalismo: circulação, interesse coletivo e atualidade. Assim, “o boato opera, para além de qualquer pretensão de verificabilidade ou demonstração factual, como elemento que exerce influência nas relações que fazem o campo político brasileiro contemporâneo”

22 Iríamos alongar demais se fôssemos acionar as percepções efeito e recepção ou consumo midiático ao curso do desenvolvimento das teorias da comunicação. Optamos por esses três teóricos da vertente dos estudos norte-americanos porque os consideramos pioneiros. Todavia, as posições hipotéticas de Hall (2008) ao refletir a decodificação da televisão, em matriz teórica distinta, são similares ao que apresentamos aqui. O autor se refere, no âmbito da recepção, a: 1) código dominante; 2) código negociado e 3) código de oposição.

podendo ser entendido como “um mecanismo que marca, influencia e, portanto, faz parte da instituição política cotidiana da vida brasileira” (GADINI, 2007, p. 96).

A PERCEPÇÃO DA DESINFORMAÇÃO

O conhecimento acumulado das pesquisas nos faz saber que diversos mecanismos de desinformação são criados a partir de estratégias diferentes. É igualmente sabido que o desejo da oferta desse tipo de conteúdo, que fomenta o mercado das informações falsas pela necessidade de propagá-las a partir da percepção da “validade” da “causa”, sem qualquer verificação ao acontecido/narrado, implica também uma indiferença ao que é ou não verdadeiro. Tal fenômeno foi denominado por Rêgo e Barbosa (2020) como “a construção intencional da ignorância” a partir da realidade brasileira, em que:

percebemos, na atualidade, uma construção maniqueísta entre esquerda e direita, entre bem e mal, situando tudo e todos em lugares cristalizados, sobretudo quando se levam em conta partidários de extrema esquerda, de um lado, ou de extrema direita, de outro. Tudo isso tem proporcionado o surgimento de uma prática antipolítica, a partir de um calculado processo de desentendimento social e político (RÊGO; BARBOSA, 2020, p. 36).

Tal realidade vivida e impulsionada socialmente, via meios de funções massivas e pós-massivas (LEMOS, 2007), assemelha-se às estratégias de comunicação em período de guerra, como já mencionamos. Isto significa que, no “vale tudo” para derrotar o inimigo, a preocupação com o sentido da verdade (no entendimento jornalístico) não seja considerada ao disseminar um conteúdo informativo.

O Brasil não esteve isolado dessa constatação das autoras. Diversos países, entre eles os EUA, vivenciaram, no mesmo período, situações sociais similares, igualmente refletidas por Rêgo e Barbosa (2020). As autoras se concentram nas narrativas falsas com impacto no âmbito sociopolítico. O estudo discorre sobre técnicas empregadas para propagar a desinformação, via internet, e como a circulação não considerou o sentido de verdade. A pesquisa aponta para potencialização dos usos de técnicas de manipulação a partir da virtualidade algorítmica que define segmentos e direciona mensagens personalizadas a partir de valores e gostos.

Santini (2021), refletindo a complexidade do fenômeno da desinformação, apresenta alguns fatores “que criaram as condições de possibilidade para que atores mal-intencionados conseguissem alcançar uma escala, relevância social, distribuição massiva e recompensas financeiras sem precedentes com a produção e distribuição de desinformação no mundo” (SANTINI, 2021, p. 123), sendo eles: 1) a quantidade de fontes de notícias online explodiu enquanto a confiança na mídia tradicional está cada vez mais abalada; 2) “*News will find me*” [as notícias vão ao meu encontro] e os novos hábitos de consumir notícias; 3) As verbas publicitárias estão migrando das mídias tradicionais para os espaços on-line; 4) a opacidade dos intermediários digitais; 5) Os bots [robôs] e a inteligência artificial a serviço da falsificação de conteúdos e audiências; 6) a disputa na economia da atenção; 7) publicidade automatizada, personalizada e escalável: a microsegmentação e a mídia programática. Por fim, é-nos apresentado que “a conclusão deste estudo aponta que a vigilância dos consumidores nas redes sociais é cada vez mais necessária para combater a desinformação” (SANTINI, 2021, p.135).

O cenário observado por Santini (2021), em conferência proferida em dezembro 2020, se diferencia do que foi verificado na atuação da mídia tradicional ao veicular informações sobre a Covid-19 a partir de março de 2020. À época, jornais impressos começaram a disponibilizar seus conteúdos gratuitamente em suporte on-line, emissoras de rádio e de televisão criaram programas específicos e ampliaram o tempo dedicado ao jornalismo, assim como os grandes portais de notícias intensificaram a cobertura. As empresas jornalísticas formaram um “pool” de apuração de dados (mortes, vacinação, etc.) haja vista a dificuldade instituída pela presidência da república na unificação dos indicadores. Embora se pudesse pensar no “abalo” da confiança dos veículos tradicionais, não foi o que as pesquisas diagnosticaram (FERRARETTO; MORGADO, 2020; PEREIRA; MELLO; EMERIM; COUTINHO, 2022; PEREIRA; MELLO; EMERIM; FINGER, 2022 – entre tantas outras). Ao contrário, mostraram a importância desses meios em promover a informação, em diversos canais e suportes. É necessário destacar o papel do telejornalismo, regional e nacional, circuito aberto e fechado, na difusão de notícias e do radiojornalismo, especialmente o local, com parcerias com instituições públicas, especialmente as universidades. Quanto à observação da autora, em relação às verbas publicitárias, não acreditamos em “migração”, mas sim em “pulverização”, conforme os dados do Relatório Mídia Dados Brasil 2021 produzido pelo Grupo de Mídia São Paulo.

De fato, é oportuno balizar que no “[...] século XXI, verifica-se que a situação é bem mais complexa [do que à época de redação do Relatório MacBride, 1980]. A internet é um dispositivo revolucionário em termos tecnológicos, comparável às grandes transformações técnicas da modernidade, gerador de um novo espaço (virtual) superposto às clássicas coordenadas espaçotemporais” (SODRÉ, 2021, p. 18). Não se pode negar a existência e importância massiva (numérica) da socialidade, via internet, por meios das redes sociais digitais e das demais possibilidades de acesso a conteúdos informativos²³. Também se deve reconhecer o protagonismo dessa tecnologia na difusão de desinformação, dando lastro a um fenômeno complexo que vai muito além do boato tradicional.

É no aplicativo de mensagens WhatsApp que a eficácia de propagação de boatos fica materializada, provando a importância da influência pessoal de Lazarsfeld (1964), e ressignificada a partir do avanço tecnológico. Restrições de compartilhamento foram desenvolvidas com o intuito de impedir encaminhamentos massivos.

Nesse cenário, os próprios meios tradicionais de comunicação massiva, sobretudo via jornalismo, reagiram ao mercado de informações falsas explicitando as formas de checagem e compromisso com a verdade na divulgação dos acontecimentos. A disseminação de conteúdos enganosos aparece, então, de mãos dadas com outra causa de apreensão para a comunicação no contexto pós-massivo: a coleta dos dados pessoais dos usuários. Diferentemente da almejada transparência e plena democratização da mídia, “tem-se nas conexões em rede contemporâneas a mediação obscura, que se quer invisível, dos algoritmos. A centralidade da comunicação resulta em uma superoferta comunicacional, ao mesmo tempo em um processo de desinformação inédito e danoso” (LUVIZOTTO; SENA, 2021, p. 91).

A NECESSIDADE DA INFORMAÇÃO

Princípios da “Declaração dos Direitos Humanos” expressos na Constituição de 1988 asseguram o direito à informação e à comunicação. Destacam a importância do exercício de cidadania e da democratização dos veículos de comunicação. No âmbito

23 A verificação do uso expressivo de estratégias de desinformação via internet proporcionou modificação na legislação, criação de medidas para evitar a circulação de falsas narrativas nas redes sociais e compromisso de combate aos conteúdos enganosos no âmbito do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

das regulamentações pouco se avançou e tudo foi reduzido à radiodifusão. O Marco Civil da Internet, entre outras limitações, não delinea a “comunicação coletiva”, demarcando uma individualidade nos limites da liberdade de expressão. Contudo, se reconhece a necessidade do devido respaldo legal para as rádios e TVs comunitárias, potentes veículos de comunicação cidadã.

Ainda que possam soar utópicas no âmbito da comunicação social, acreditamos que as indicações expressas no relatório MacBride, são uma meta a ser alcançada. Os exemplos são verificáveis no que podemos considerar como exercício da comunicação cidadã (além e aquém do expresso no Relatório) tal qual apresenta Peruzzo (2021) ao destacar a importância da comunicação participativa nos movimentos sociais; a amplificação de vozes; e a comunicação popular como facilitadora na conquista de direitos. No entanto, quando o “meio digital” é enquadrado, percebe-se que – embora possível – a informação cidadã não circula sem interferência comercial. Na “mídia local”, apresentada como comunitária, podem-se encontrar vertentes comerciais, religiosas e político-partidárias. Da utopia à distopia, ainda se pode ressaltar o papel exercido pela folkcomunicação na práxis informacional (FERNANDES; SANTANA; WOITOWICZ, 2021). Os territórios da mídia cidadã (MARQUES DE MELO, 2006) sempre ressaltaram a importância do direito à informação e à comunicação, ou seja, têm como princípio o combate à desinformação a partir da necessidade da informação.

Assim, temos a intenção de refletir sobre os meios massivos e sobre as funções pós-massivas, com atenção especial à televisão, no âmbito do jornalismo dentro desse contexto. De acordo com Lemos (2007, p. 125), “mais do que informativas, como as mídias de massa, as mídias pós-massivas vão criar processos mais comunicativos, por troca bidirecional de mensagens e informações entre consciências”. E as diferenças não param por aí. O professor da Universidade Federal da Bahia explica que, ao contrário do que ocorre com a chamada mídia tradicional, constituída pelo rádio e pela TV, essas “novas ferramentas comunicacionais [...] permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado”. Além disso, o autor enfatiza ainda que as funções pós-massivas favorecem “processos de conversação, de interações, de comunicação, em seu sentido mais nobre, tendo aí uma importante dimensão política [...]”.

Em contraste com esse potencial de participação política capaz de fortalecer e, talvez, de levar mais maturidade às etapas de desenvolvimento da democracia nas sociedades contemporâneas, vislumbra-se o outro lado da apropriação social das

funções pós-massivas. Bucci (2022)²⁴ sustenta que “em diversos países, os processos eleitorais democráticos consagram governantes ou bancadas que imediatamente após a posse passam a trabalhar pela destruição desses mesmos processos democráticos”. Na leitura deste estudioso da comunicação, “a democracia está gerando o seu oposto, a democracia entrou numa autofagia em muitas escalas. Em muitos níveis, a democracia gera agentes que a destroem”. Bucci faz um resgate histórico para afirmar que o que possibilitou o nazismo e o fascismo foi a comunicação de massa (cinema, rádio) com uso centralizado num estado autoritário. Hoje, porém, o autor constata que “o controle está diretamente nas mãos do capital. E jamais, como agora, a autocracia e o capital estiveram tão afinados” (BUCCI, 2022). Importa, contudo, observar a relevância da informação como elemento articulador das relações de poder na atual estrutura da sociedade contemporânea. Com Luvizotto e Sena (2021, p. 85), podemos inferir que “o valor da informação passa a ser incalculável e é imperativo dominar a sua produção, sua disseminação, ter acesso a ela e preservá-la”.

A publicação dos livros “Qualificação da informação telejornalística: propostas teórico-metodológicas de combate à desinformação” e “Contra a desinformação, telejornalismo! Estratégias de divulgação de notícias de qualidade” propostos pela Rede TELEJor/SBPJor (2022) “muda a chave” da pesquisa no telejornalismo, indo, então, da desinformação à informação. Cabe ressaltar, entretanto, que quando falamos em informação jornalística, em qualquer meio, estamos nos referindo a um tipo específico de informação: aquele que foi submetido aos processos profissionais de validação, passando por sucessivas etapas de checagem até que possa, finalmente, integrar uma produção noticiosa a ser publicizada. Trata-se, portanto, de informação verificada e socialmente útil, pois busca contribuir para que as pessoas compreendam melhor a realidade e consigam se posicionar diante dela. “A verificação normalmente demanda a busca por novas informações, com o uso de técnicas jornalísticas, como a entrevista, o cruzamento de informações e a pluralidade de versões sobre um fato” (FRANCISCATO; GONÇALVES, 2021, p. 102).

Neste caso, opondo-se ao que ocorre na construção intencional da ignorância (RÊGO; BARBOSA, 2020) abordada no tópico anterior, a verdade não é negada ou desprezada, mas representa um valor nuclear – e como tal – permanece orientando

24 Trechos retirados da conferência de abertura do 45º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, realizado em João Pessoa – PB de 5 a 9 de setembro de 2022. Íntegra disponível em: <https://youtu.be/rilIS5AGih8>. Acessado em 09 set. 2022.

as ações de investigação dos fenômenos sociais. A responsabilidade do (tele)jornalismo com a informação não impede, obviamente, que erros aconteçam. Mas, o compromisso assumido como mediador dos discursos sociais (MORAES; ADGHIRNI, 2011) traz consigo a necessidade de correção da falha assim que identificada. Isso nos leva a constatar que o caminho do jornalismo se opõe à trilha da desinformação. A expressão *fake news*, muito frequente hoje em dia, revela-se inoperante quando submetida a um exame mais detalhado, uma vez que – como dito acima – para ser considerado tecnicamente “notícia” no âmbito profissional o conteúdo precisa demonstrar seu vínculo com a verdade.

A discussão em torno do que *é* ou *não é* verdade apresenta-se de forma bastante complexa do ponto de vista conceitual e está fora dos objetivos deste capítulo desenvolvê-la em profundidade. Contudo, faz-se necessário pontuar aqui que o jornalismo trabalha, via de regra, com três principais acepções concomitantes, originárias de vertentes filosóficas (CHAUÍ, 2000). São elas: 1) a verdade do que vemos, relacionada ao que as coisas são no presente; 2) a verdade dos relatos, possível através da linguagem, capaz de recuperar como os fatos ocorreram no passado e 3) a verdade como consenso baseado na confiança de que os princípios estabelecidos serão respeitados. Resumidamente, é a síntese dessas ideias que opera com uma dinâmica específica nos processos mais sutis de construção dos produtos noticiosos.

Enquanto a via que desdenha da verdade e do verdadeiro contribui para estados cada vez mais críticos de ignorância, o trilha da veracidade intrínseco ao jornalismo pode conduzir a um modo específico de conhecimento (GENRO FILHO, 1989; MEDITSCH, 1992) do mundo que nos cerca. Um conhecimento que Franciscato e Gonçalves (2021, p. 104) consideram “demonstrativo” e, em alguma medida, semelhante ao científico. Para Benedeti (2009, p. 72), todavia, “os relatos jornalísticos não pretendem abordar a realidade em sua totalidade, como a ciência, mas em seu aspecto singular (o fato)”. Na visão da autora, “o conhecimento gerado pelo jornalismo é necessariamente intersubjetivo, à medida que o jornalista não o produz sozinho, mas em conjunto com as fontes”.

Em outras palavras, nota-se que de um lado, desponta a chamada desordem da informação, mapeada por Wardle e Derakhshan (2017), que é capaz de confundir, gerar dúvidas e vulnerabilidade emocional ou mesmo física em larga escala, no geral, sem a apresentação de qualquer evidência plausível do que está sendo dito, como foi o caso das vacinas durante a, já citada, pandemia de Covid-19, provocada pelo novo

coronavírus. Do outro lado, resiste uma instância que conquistou sua credibilidade histórica justamente porque assumiu o papel de ordenar as informações em circulação numa dada sociedade de modo que o produto noticioso por ela construído ao final fizesse sentido.

Os meios de comunicação têm desempenhado uma função estruturante na contemporaneidade. É através deles que grande parte da população brasileira ganha consciência dos seus direitos e deveres no contexto da esfera pública, sendo o direito à informação determinante para a sobrevivência da perspectiva cidadã numa democracia. Os telejornais, por exemplo, presentes diariamente na maioria dos lares em todo o território nacional, revelam-se uma das formas de expressão desse direito humano à informação e à comunicação. Como defendem os pesquisadores Batista, Lucas e Raddatz (2019, p. 12), “podemos perceber a importância que o telejornalismo tem na vida das pessoas, como disseminador de conteúdo e propagador de conhecimento e informações em diferentes áreas”.

Partindo da hipótese de que o jornalismo oferece efetiva contribuição para a vida em sociedade ao tornar públicos dados indispensáveis ao processo de consolidação da cidadania, os autores afirmam que “apenas o conhecimento é capaz de nortear o cidadão por um caminho que o faça reivindicar de forma legal seus direitos, resguardando a democracia e a cidadania e o conhecimento se dá pelo acesso à informação, por isso a importância desse direito”. O trabalho realizado pelos estudiosos do Rio Grande do Sul permitiu constatar ainda que “informar e difundir conhecimento sobre os direitos é mais do que somente dar a notícia, é propagar cidadania e estabelecer parâmetros para que as pessoas saibam lutar e proteger seus direitos como seres humanos”.

O cenário atual de convergência dos meios e o surgimento das diversas redes sociais digitais têm forçado uma reconfiguração das narrativas noticiosas e da relação dos jornalistas – inclusive os de televisão – com as fontes e com a audiência (NOGUEIRA, 2021). Ao mesmo tempo em que crescem as possibilidades de uma comunicação contra-hegemônica rápida e eficaz no tensionamento dos pilares da grande mídia corporativa, como se viu na cobertura das Jornadas de Junho em 2013²⁵,

25 Movimento popular que levou milhares de pessoas às ruas simultaneamente nas principais cidades brasileiras. Os protestos, que demonstravam uma insatisfação geral da população com o sistema político, destacavam críticas principalmente ao aumento das tarifas do transporte público e aos baixos investimentos em saúde e educação. Os atos foram notícia ao longo do mês de junho de 2013 no Brasil e no exterior. As características dessas manifestações apresentavam semelhanças em relação a diversas mobilizações realizadas nas últimas décadas ao redor do mundo.

aumentam também as maneiras de se espalhar desinformação. Coutinho, Pereira e Schlaucher (2022) chamam atenção para as novas formas de circulação e recirculação das narrativas audiovisuais publicadas na web, apontando para uma redefinição dos fluxos que favorece a ampliação do alcance desses conteúdos jornalísticos nos espaços das redes conectadas. Os pesquisadores da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) explicam que “os próprios meios de comunicação, e telejornais, tomam parte nesses novos fluxos, com perfis em diversas plataformas digitais que veiculam seus produtos informativos, e as reações a eles” (COUTINHO; PEREIRA; SCHLAUCHER, 2022, p. 43).

A paisagem midiática contemporânea apresenta, portanto, as condições necessárias para que os veículos profissionais de comunicação também sejam “fiscalizados” pela audiência e tenham suas falhas apontadas através dos comentários postados, permitindo a correção do erro o mais rápido possível. Outro aspecto que passa a ser bastante valorizado é o rastro deixado pelos usuários durante a navegação. É quando os algoritmos começam a ocupar um lugar de destaque na circulação de conteúdos pelas variadas telas distribuídas na quase totalidade dos espaços da vida urbana. Como pontuam Coutinho, Pereira e Schlaucher (2022, p. 43-44), “o caminho informativo assim seria definido de modo personalizado para cada usuário, a partir de seus interesses e histórico de buscas”.

Esse ecossistema comunicativo atualmente plasmado pressupõe que cada indivíduo tenha responsabilidade por suas escolhas, inclusive no tocante à coisa pública. Isso nos remete à ideia de “cidadão informado” descrita por Schudson (2010), uma concepção que acompanha as transformações da cidadania estadunidense ao longo do tempo e também serve para nossa reflexão aqui. De acordo com este pesquisador da sociologia da comunicação,

Foram os reformadores do final do século XIX, e não os Fundadores da nação, que deram aos Americanos o ideal do cidadão informado. O cidadão ideal da prática americana foi evoluindo, passando do cidadão respeitoso do tempo dos fundadores para o cidadão partidário leal do século XIX, e mais tarde, para o cidadão informado da era progressista. O ideal do “cidadão informado” impunha aos potenciais eleitores tarefas cognitivas mais difíceis do que nunca (SCHUDSON, 2010, p. 31).

A professora Maria João Silveirinha (2010, p. 47) da Universidade de Coimbra nos lembra, porém, que este conceito aparece em “experiências alternativas de jornalismo

cívico que Schudson critica”. Nas palavras desta autora, Michael Schudson “defende que o velho e hoje desadequado modelo do cidadão informado ‘de base racionalista’ deve ser substituído pelo de um ‘cidadão monitorizador’, com base nos direitos, mais adequado à sociedade contemporânea”. Ou seja, a obrigação desse cidadão monitorizador seria, então, a de “controlar o ambiente político” a sua volta, não necessitando se envolver profunda e rotineiramente nos assuntos da política, mas buscando se manter atento para possível mobilização em torno de questões específicas.

De uma forma ou de outra, cabe aos meios de comunicação o desempenho de diversas “funções democráticas” como informar, investigar, analisar, despertar empatia social, proporcionar um fórum público de discussão, mobilizar as pessoas e “representar a democracia representativa” (SCHUDSON, 2010). No Brasil, o jornalismo desponta nesse cenário como “irmão siamês” da democracia, como defende o professor José Marques de Melo (2008, p. 90) para quem “o direito de informar e de receber informação constitui o fermento da cidadania, o oxigênio que nutre a vida democrática [...]”. Nessa mesma linha de raciocínio, as práticas presentes no dia a dia do telejornalismo contemporâneo são acionadas como forma eficaz de emprestar ordem ao caos informativo em que vivemos no intuito de contribuir para orientar a sociedade em suas decisões cotidianas. Além disso, a comunicação com a audiência – ou com os diversos tipos de consumidores de notícia – passa a ser determinante para a permanência deste campo profissional no centro da articulação do debate público. E não há como negar que o ambiente digital impulsionou essa mudança. “A internet é [...] um lugar de encontro e de debate. A realização da cidadania tem a ver com a constituição de lugares de encontro e de comunicação para construir com o outro os sentidos da cidadania” (MORAES; ADGHIRNI, 2011, p. 5).

A análise realizada por Moraes e Adghirni (2011) no site *Congresso em Foco* reforça a importância da mediação jornalística na interatividade dos cidadãos e das cidades através da web:

O estudo empírico percebeu que as práticas jornalísticas podem migrar do conceito de “notícia para o público” rumo à “notícia com o público”. A mediação exercida pelo Congresso em Foco, na articulação da narrativa jornalística, não apenas incorporou a sugestão dos leitores à série de reportagens, como também modificou critérios estabelecidos na pauta original. O site tornou-se, às vésperas das eleições de 2010, um espaço em que leitores influenciaram no desenvolvimento da notícia e, de certo modo, na própria arena política, por meio da defesa de suas ideias sobre o episódio Ficha Limpa (MORAES; ADGHIRNI, 2011, p. 11).

Para que essa experiência possa ser replicada e sirva de fato ao fortalecimento da participação popular nos processos democráticos, o público “com o qual” a notícia será construída precisa ter consciência dos seus direitos, tornando-se sujeito de sua trajetória sócio-histórica a partir da expressão de suas próprias ideias sobre as questões sociais mais desafiadoras e das intervenções políticas que for capaz de realizar. A televisão, com sua presença cada vez mais ubíqua, e o telejornalismo, com seu poder de qualificar a informação diariamente transmitida, reúnem os elementos necessários para não apenas dar voz àqueles que não possuem, mas também para diminuir as desigualdades, inclusive discursivas, promovendo avanços no quesito dignidade humana.

Dessa maneira, novos atores serão incluídos na dinâmica social representada nas narrativas noticiosas e, para além de apresentarem demandas, serão inseridos nas buscas pelas soluções. Para Fernandes (2002, p. 2), “essa entrada de novos atores em cena, com novas demandas de direitos, força o jornalismo a acompanhar tais mudanças e a falar dessas reivindicações”. Na visão da autora, a atuação dos jornalistas nas coberturas cotidianas sobre essas questões acaba gerando um certo equilíbrio, pois se algumas matérias não trazem “o ponto de vista mais progressista dos movimentos engajados em luta pelos direitos humanos, por outro lado os jornais ampliam as discussões sobre o tema e, muitas vezes, superam o senso comum” quando expõem posicionamentos próprios dos integrantes de algum movimento social, por exemplo. Ao explicar que a noção de cidadania emerge no Brasil na década de 1980 como forma de entrada na esfera pública e de luta pelo direito de ter direitos, Fernandes (2002, p. 8) sintetiza o significado do termo afirmando que “a palavra cidadania representa, para os movimentos sociais, uma reivindicação de igualdade para que possam mostrar suas diferenças”. E, atualmente, o telejornalismo brasileiro começa a lidar com esses tensionamentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inserção das novas reivindicações e dos novos atores nas pautas telejornalísticas contribui para a pluralidade de falas e para a diversidade de fontes nas narrativas noticiosas da contemporaneidade. Sem dúvida, ainda há muito a avançar nos assuntos que geram preconceitos, por exemplo. Mas, o que nos parece fundamental neste momento é compreender que, no limite, a desinformação – presente hoje tanto

nos meios de comunicação de massa quanto nas mídias digitais de funções pós-massivas (LEMOS, 2007) – pode gerar um desvirtuamento da própria noção de cidadania, uma vez que, ao espalhar conteúdos enganosos sobre determinados assuntos da agenda política, procura fazer crer que alimenta o debate público, enquanto, na prática, o degenera. O valor da informação jornalística destaca-se, então, como forma de preservar a ordem social vigente. A responsabilidade dos profissionais com a notícia que divulgam e seu compromisso com a verdade dos fatos que, diariamente, apuram constituem-se diferenciais importantes num contexto em que a democracia em si está ameaçada.

Cidadania pressupõe diálogo, discussão de ideias na esfera pública. Não há como fazer isso no terreno dos afetos e das paixões que apela para uma constante e desenfreada produção de imagens, simbólicas ou não, dotadas de forças que obliteram a razão. As imagens são elementos centrais para o telejornalismo e, exatamente por isso, não escapam de verificação minuciosa nas redações. Além disso, na narrativa noticiosa, a imagem e o som (do ambiente ou da palavra) devem compor um conjunto harmônico que representa, do modo mais fiel possível, o que aconteceu. Assim, a sociedade pode entender a realidade ao seu redor, formar uma visão de mundo baseada nos fatos e se posicionar, tomando decisões conscientes diante dos acontecimentos. Portanto, sem o pensamento lógico voltado para as preocupações relativas aos espaços, situações e condutas socialmente compartilhados não há como se falar em cidadania. E sem cidadania a democracia perde o sentido de sua existência.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Lourence. **Análise de Conteúdo**. 5ª ed. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BATISTA, Caroline Gonçalves; LUCAS, Marcello Kochhann; RADDATZ, Vera Lucia Spacil. O Papel Social do Telejornalismo na Concretização dos Direitos Humanos. In: XX CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, Porto Alegre. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2019.
- BENEDETI, Carina Andrade. **A Qualidade da Informação Jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.
- BUCCI, Eugênio. **Ciências da Comunicação contra a Desinformação**. Conferência de abertura do 45º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. João Pessoa-PB: INTERCOM, 2022. Disponível em: <https://youtu.be/rillS5AGih8>. Acessado em 09 set. 2022.
- CAMPELO, Wanir; PESSOA, Sônia C.; PRATA, Nair; SANTOS, Maria Cláudia. Gozação: Disco voador mineiro aterrissa no Repórter Esso. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Rádio e pânico 2**: a Guerra do Mundo, 75 anos depois. Florianópolis: Insular, 2013. p. 165-178.
- CANTRIL, Hadley. La invasión desde Marte. In: MORAGAS SPÀ, Miquel (org.). **Sociología de la comunicación de masas**. Vol II: Estructura, funciones y efectos. 3ª ed. Barcelona: G. Gili, 1993. p. 91-110.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.
- CONCEIÇÃO, Francisco G.; MATEUS, Elen B.; CARVALHO, Mariela C.; GOMES, Romulo F. Recriação: a batalha de São Luís. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Rádio e pânico 2**: a Guerra do Mundo, 75 anos depois. Florianópolis: Insular, 2013. p. 147-163.
- COUTINHO, Iluska; PEREIRA, Gustavo; SCHLAUCHER, Bárbara. Quem conta aumenta um conto: a (re)edição do telejornal nas redes. In: PEREIRA, Ariane; MELLO, Edna; EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska (org.). **Contra a desinformação, telejornalismo!**: Estratégias de divulgação de notícias de qualidade. Florianópolis: Insular, 2022. E-Book: PDF. p. 39-55.
- EMERIM, Cárilda. Telejornalismo, Direitos Humanos e as relações possíveis. In: EMERIM, Cárilda; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska (org.). **Teorias do telejornalismo como direito humano**. Florianópolis: Insular, 2021. p. 23-40.
- FERNANDES, Adélia Barroso. Jornalismo, cidadania e direitos humanos: uma relação reflexiva no espaço público. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Salvador. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2002.
- FERNANDES, Guilherme M.; SANTANA, Flávio S.; WOITOWICZ, Karina J. Folkcomunicação e resistência: elementos de uma práxis informacional. **ALAIC - Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, Ano 20, nº 38, p. 60-71, set.-dez. 2021.
- FERRARETTO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. **Covid-19 e comunicação**: um guia prático para enfrentar a crise. Rio de Janeiro: Válega, 2020.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo; GONÇALVES, Ana Laura Farias. Disputas entre jornalismo e desinformação na pandemia: processos de conhecimento e poder na teoria dos campos sociais. **Líbero**. São Paulo, ano 24, n. 49, p. 90-106, set./dez. 2021.
- GADINI, Sérgio. O boato como estratégia folkcomunicacional. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, Universidade Metodista de São Paulo, Ano 11, nº 11, p. 89-96, jan.-dez. 2007.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide** – para uma teoria marxista do jornalismo. 2ª impressão. Porto Alegre: Ortiz, 1989.
- GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil 2021**: para todos. São Paulo: Grupo de Mídia São Paulo, 2021.
- HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. 2ª reimp. rev. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008. p. 365-381.
- LASSWELL, Harold. Por que ser quantitativista? In: LASSWELL, Harold; KAPLAN, Abraham (org.). **A**

linguagem da política. 2ª ed. Brasília: Ed. UnB, 1982. p. 39-49.

LASSWELL, Harold. **Propaganda technique in the World War.** 3ª ed. Mansfield: Martino Publishing, 2013.

LAZARSFELD, Paul. Os meios de comunicação coletiva e a influência pessoal. *In*: SCHRAMM, Wilbur (org.). **Panorama da comunicação coletiva.** São Paulo: Fundo de cultura, 1964. p. 87-96.

LEMOIS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Revista Matrizes**, Universidade de São Paulo, nº 1, out. 2007, p. 121-137.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus; SENA, Kárita Emanuelle Ribeiro. Fluxos unidirecionais midiáticos e colonialismo de dados – 40 anos do Relatório MacBride. *In*: ROTHBERG, Danilo; LUVIZOTTO, Caroline Kraus; CARVALHO, Juliano Maurício de (org.). **Revisitando MacBride: utopias e distopias.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021. p. 85-97.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo Político: Democracia, Cidadania, Anomia. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 35, abril de 2008.

MARQUES DE MELO, José. Mídia e cidadania no Brasil. *In*: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (org.). **Mídia Cidadã: utopia brasileira.** São Bernardo do Campo: Metodista, 2006. p. 21-34.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** 10ª ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **O Conhecimento do Jornalismo.** Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

MORAES, Fancilaine Munhoz; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo e democracia: o papel do mediador. **E-compós**, Brasília, v.14, n.2, maio/ago. 2011.

NOGUEIRA, Leila. Telejornalismo, cidadania e convergência: responsabilidade com a informação na contemporaneidade. *In*: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska (org.). **Teorias do telejornalismo como direito humano.** Florianópolis: Insular, 2021. p. 127-143.

PEREIRA, Ariane; MELLO, Edna; EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska (orgs.). **Contra a desinformação, telejornalismo!** - estratégias de divulgação de notícias de qualidade. Florianópolis: Insular, 2022.

PEREIRA, Ariane; MELLO, Edna; EMERIM, Cárlica; FINGER, Cristiane (org.). **Qualificação da informação telejornalística:** propostas teórico-metodológicas de combate à desinformação. Florianópolis: Insular, 2022.

PERUZZO, Cicilia M. K. Um Brasil, muitas vozes: a voz dos movimentos populares no exercício do direito de comunicar e vozes dissonantes. *In*: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia C.; ANDRADE, Ivanise H. (org.). **Um mundo e muitas vozes:** da utopia à distopia?. São Paulo: Intercom, 2021. p. 88-102.

RÊGO, Ana Regina; BARBOSA, Marialva. **A construção intencional da ignorância.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

SANTINI, Rose Marie. A indústria da desinformação: fábricas de mentiras, ad-teams e as novas formas de resistência. *In*: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia C.; ANDRADE, Ivanise H. (org.). **Um mundo e muitas vozes:** da utopia à distopia?. São Paulo: Intercom, 2021. p. 122-138.

SCHUDSON, Michael. Formas de cidadania democrática e funções do jornalismo. *In*: SCHUDSON, Michael (org.). **Cidadania e Jornalismo.** Lisboa: Fundação Luso-Americana, 2010. p. 23-42.

SILVEIRINHA, Maria João. Do “cidadão informado” ao “cidadão monitorizado”. *In*: SCHUDSON, Michael (org.). **Cidadania e Jornalismo.** Lisboa: Fundação Luso-Americana, 2010. p. 45-51.

SODRÉ, Muniz. Um mundo e muitas vozes: da utopia à distopia? *In*: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia C.; ANDRADE, Ivanise H. (org.). **Um mundo e muitas vozes:** da utopia à distopia?. São Paulo: Intercom, 2021. p. 13-18.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder:** Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

PERFIL DOS AUTORES

Guilherme Moreira Fernandes

É professor do Centro de Artes, Humanidades e Letras e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Atualmente é Coordenador do Bacharelado em Comunicação Social/Jornalismo e presidente do NDE de Jornalismo. Doutor em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Jornalista e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Realizou estágio pós-doutoral junto ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponto Grossa. É presidente da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação.

Leila Nogueira

É professora do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Integra o NDE de Jornalismo e coordena o Grupo de Pesquisa Audiovisual Noticioso e Contemporaneidade (ANOC/CNPq/UFRB). Mestra e Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pelo PPGCOM da Universidade Federal da Bahia, com estágio doutoral na Universidade da Beira Interior, em Portugal. Jornalista formada pela UFBA. Realiza estágio pós-doutoral junto ao PPGCOM da UFBA, atuando no Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJOR). Sócia fundadora da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e integrante da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Rede Telejor/SBPJor).

A PESQUISA DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO SOBRE A DESINFORMAÇÃO (2020-2021)

Marli dos Santos

Mônica Pegurer Caprino

Rodrigo Gabrioti

Anelisa Maradei

Ana Paula Alves

Pedro Assunção

A desinformação é um fenômeno implicado na sociedade contemporânea com o interesse prejudicial de desconstruir verdades e criar fatos ao potencial de alcance das tecnologias digitais para disseminá-los. Nos últimos anos, o cenário em que se insere a produção de desinformação tem se tornado tão complexo que Wardle e Derakhshan (2017) falam em um “ecossistema” de desordem da informação.

Os números sobre esse ecossistema de desordem informacional são alarmantes: dados de 2019 já mostravam que o Brasil era o país onde mais se acreditava em *fake news* naquele momento (NEWMAN et al., 2020). Números mais recentes, de uma pesquisa do Poynter Institute (POYNTER INSTITUTE, 2022), mostram que quatro em cada dez brasileiros afirmam receber *fake news* diariamente. Além disso, no âmbito geral da pesquisa, feita em diversos países, mais da metade dos entrevistados (62%) acredita receber informações enganosas online toda semana.

No meio jornalístico, uma das reações a esse panorama tem sido a ação das agências de *FactChecking*, desenvolvidas para checagens de acontecimentos que repercutem e se replicam nas redes. Outra ação recente realizada, no Brasil, foi a criação do Consórcio de Imprensa brasileiro, desenvolvido como resposta ao negacionismo do Governo de Jair Bolsonaro na ocultação dos números da pandemia de Covid19, em 2020.

Aliás, pesquisa de Dos Santos e Caprino (2020) mostrou que os serviços de *fact-checking* estiveram mais ativos do que nunca durante a pandemia. O Projeto Corona Verificado, que reúne 18 países e seus *factcheckers*, identificou mais de 3 mil *fake news*

de fevereiro a julho de 2020 e a pesquisa acima mencionada analisou mais de 680 checagens de março e junho de 2020 realizadas pelos principais serviços de *factchecking* do país (DOS SANTOS; CAPRINO, 2020), mostrando o crescimento da desinformação naquele período. Como prática e teoria são indissociáveis, é natural que também nos perguntemos se o tema da desinformação ganhou a mesma relevância nos estudos recentes das Ciências da Comunicação. Assim, o objetivo deste texto é analisar a produção acadêmica brasileira da Área sobre desinformação, durante 2020 e 2021, os anos mais críticos da pandemia da Covid-19, quando se proliferaram as chamadas *fake news* a ponto de serem caracterizadas como uma infodemia.

É interessante observar que, em vários países no mundo, a desinformação tem sido tema recorrente e desafiador para as pesquisas em Comunicação. García-Marín e Martinrey (2022) estudaram a “resposta a academia espanhola a essa problemática” analisando as pesquisas sobre desinformação publicadas em revistas da Espanha, de 2016 a 2021.

Medeiros e Ferreira (2021) também se preocuparam em mapear as pesquisas publicadas nos anais dos congressos da Intercom, Compós e SBPJor, entre os anos 2015 e 2020, e que interligassem jornalismo e desinformação. Naquele momento, foi realizada triagem de 9.283 artigos acadêmicos, sendo que somente 55 resultaram efetivamente relacionados ao tema. Apesar do número relativamente baixo, os autores destacam que observaram um crescimento no ano de 2020, conforme também a pesquisa realizada pelo nosso grupo.

Em 2021, a ECREA, *European Communication Research and Education Association*, realizou sua conferência com a temática “Comunicação e Verdade”, e uma pós-conferência (realizada pela Universidade da Beira Interior, em Covilhã, Portugal) propôs a discussão do tema “Estudos de desinformação: perspectivas para um emergente campo de estudo” (LABCOM, 2021). Os estudos sobre a desinformação já haviam sido tema, em 2020, para a Revista Estudos de Jornalismo, do Grupo de Trabalho de Jornalismo e Sociedade da SOPCOM (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação), que publicou uma edição dedicada a este tema (AMARAL; JERÓNIMO, 2021).

Essas movimentações são um bom argumento para o que afirma Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2003, p. 141): “o crescimento de um campo científico só se dá mediante o permanente confronto da teoria com os fatos [...] criteriosamente escolhidos e transformados em objetos científicos por meio da manipulação e elaboração intelectuais”. Seria também a desinformação um subcampo, na visão de Craig

Calhoun (2012), que defende regras para explicar ou organizar pontos como esse para que sejam feitas conexões intelectuais a respeito de questões importantes.

METAPESQUISA

Para enquadrar a desinformação como objeto de pesquisa comunicacional, recorremos à metapesquisa, cuja importância, para Mattos e Vilaça (apud SIMÕES, 2020), está em possibilitar maior sistematização e autorreflexão sobre aportes teóricos e metodológicos das pesquisas apontando para o avanço dos estudos em Comunicação, ao encontrar quadros interpretativos que discutam “[...] sua validade, relevância e pertinência para o avanço do saber comunicacional”. (2020, p. 205).

Na perspectiva de Fuentes-Navarro (2019), a metapesquisa propõe reflexões críticas e um revisitar para historiar. O autor retoma o conceito de John Ioannidis: “[...] estudo da própria investigação: seus métodos, informes, reprodutibilidade, avaliação e incentivo”. (FUENTES-NAVARRO, 2019, p. 28). O pesquisador mexicano também afirma: “[...] a estatística e a história, o quantitativo e o qualitativo, são mutuamente necessários em função do sentido da metapesquisa”. (2019, p. 29).

Os cenários pesquisados, segundo Fuentes-Navarro, até podem se dar em contextos socioculturais menores de consolidação e reconhecimento, o que não os tornam menos importantes. A metapesquisa reconhece processos de institucionalização, profissionalização e legitimação bem como a construção de mapas heurísticos acadêmicos com escalas individuais, institucionais e socioculturais. E corrobora: a metapesquisa deve “[...] aproveitar e cultivar o desejo permanente que caracteriza o campo dos estudos da Comunicação de questionar a si mesmo, de analisar e discutir suas *fundações e fundamentos*” (2019, p. 38).

Algo bastante similar à definição de Edgar Morin (2010) sobre o conceito de Ciência como consequência de realidades construídas, um exercício de autorreflexão, ao se atrelar a um ambiente formado por indivíduos, em constante revisão, que buscam contribuir com um novo ponto de vista em face de tantos outros testados a favor do conhecimento.

Considerados estes atributos teóricos, adentramos à natureza desta pesquisa, elaborada por integrantes do Grupo de Pesquisa EmancipaJor -Jornalismo contemporâneo: práticas para a emancipação social na cultura, vinculado ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Libero de São Paulo.

O corpus de análise se nutre de artigos de periódicos e congressos de Comunicação em 2020 e 2021. As revistas selecionadas integram o estrato A, de acordo com o Qualis de 2019, último indicador disponível e mais atualizado. Já os Congressos são os realizados pelas seguintes entidades: Intercom, SBPJor e Compós. Chegamos aos trabalhos selecionados pela busca simples dos termos “desinformação” e “fake news” nos mecanismos de busca dos periódicos ou congressos mencionados.

Após a primeira triagem, foram selecionados para análise os trabalhos que tivessem menção a esses termos nos títulos, resumos ou palavras-chave, permitindo assim o descarte de trabalhos que, embora eventualmente mencionassem desinformação ou *fakenews* no corpo do texto, não tinham relação com o debate deste tema. Foram descartadas também resenhas e entrevistas, permanecendo no corpus de análise apenas os artigos. O resultado final da busca foi de 75 trabalhos: 43 artigos publicados em revistas e 32 trabalhos apresentados em congressos, distribuídos conforme mostra a tabela a seguir:

Tabela 1 – Corpus da Análise: Revistas e Congressos

REVISTAS (Estrato A Qualis 2019)	2020	2021	TOTAL
MatriZes	1	1	2
Galáxia	0	1	1
ECO-Pós	0	1	1
Contracampo	1	2	3
Famecos	1	1	2
E-Compós	1	3	4
RBCC (Intercom)	0	1	1
Lumina	0	3	3
Intexto	1	4	5
Animus	0	1	1
Em Questão	3	2	5
Comunicação, Mídia e Consumo	0	1	1
Contemporânea	1	0	1
Líbero	0	3	3
Estudos de Jorn. e Mídia	1	0	1

REVISTAS (Estrato A Qualis 2019)	2020	2021	TOTAL
Com.& Inovação	4	0	4
Logos	0	0	0
EpticOnline	0	3	3
Com.& Informação	1	1	2
TOTAL ARTIGOS EM REVISTAS	15	28	43
ANAIS DE CONGRESSOS	2020	2021	TOTAL
Intercom	5	2	7
SBPJor	8	11	19
Compós	3	3	6
TOTAL TRABALHOS EM CONGRESSOS	16	16	32
TOTAL GERAL	31	44	75

Fonte: Os autores

A partir desse levantamento, foi elaborada ficha de análise que buscou identificar características de títulos, autores, origens dos pesquisadores/instituições, metodologias utilizadas, eixos temáticos, temas específicos e referências bibliográficas. Em seguida, foi realizada análise de conteúdo nos títulos, palavras-chave e resumos com o objetivo de observar vários aspectos dos artigos de revistas e trabalhos de congressos, segundo as categorias estabelecidas pelos pesquisadores.

Vale dizer que o total de 1.402 artigos publicados, em 2020 e 2021, nas revistas pesquisadas, somente 43 abordaram temas relacionados à desinformação e *fake news*. Assim, chegamos ao dado de que somente 3,1 % dos estudos publicados nas principais revistas acadêmicas do Brasil, nesse período, abordaram o tema, embora ele fosse um dos assuntos mais discutidos nessa época mais aguda da pandemia dominando os conteúdos comunicativos mundiais dos artigos publicados. Já nos congressos realizados nos anos estudados, dos 2.626 trabalhos apresentados, 32 (1,2%) enfocavam o tema analisado.

Esta incidência somente se modifica no caso de algumas revistas que publicaram dossiês sobre o tema nesse período. É o caso da Revista Comunicação & Inovação, da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, no estado de São Paulo, publicação que mais espaço deu ao tema em 2020 (12,1% dos artigos publicados), e

da Revista Lumina (da Universidade Federal de Juiz de Fora, em Minas Gerais), que deu mais destaque ao assunto em 2021 (8,1% dos artigos publicados).

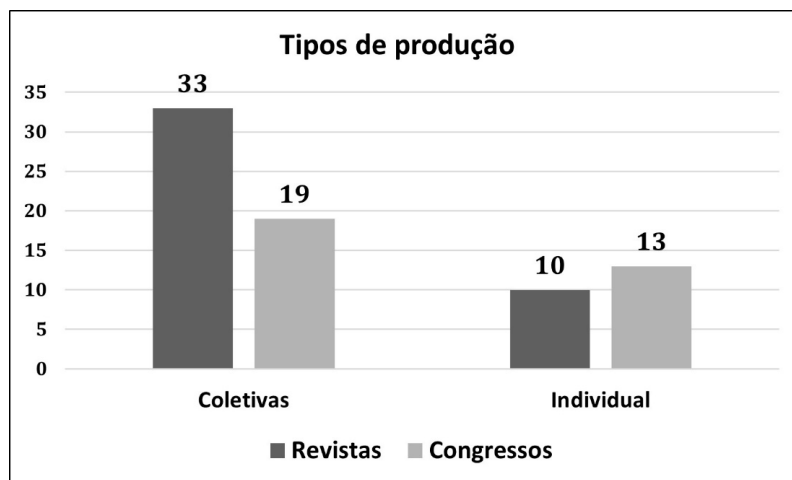
No total, quatro revistas publicaram dossiês direcionados ao tema da desinformação ou a outros intimamente relacionados, caso da Covid: Revista Lumina: Dossiê (2021) “As telas da pandemia da Covid-19: desafios do Jornalismo e do Audiovisual”; Revista Líbero: Dossiê (2021) “Jornalismo e conhecimento em tempos de capitalismo pandêmico e de expansão da desinformação”; Revista Comunicação & Inovação (2020): “Comunicação e Inovação em tempos de pandemia” e Revista EpticOnline: Dossiê Temático (2021): “Economia Política da Desinformação”.

CARACTERÍSTICAS DOS TRABALHOS

Entre os 75 trabalhos analisados, 56 usaram desinformação, *fake news* ou termos similares nos títulos. Outros 18, ainda que tratem do tema, não o mencionam nos títulos, dificultando a identificação para quem somente olha as revistas por seus índices/sumários.

Com relação aos autores, a produção coletiva predomina nos congressos e nas revistas, conforme mostra o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Tipos de produção segundo autoria



Fonte: Os autores

Em boa parte dos casos, são mestrandos e doutorandos publicando com seus orientadores. Considerando as revistas, maioria na amostra identificada, infere-se que escrever em conjunto tem dois motivos principais: (a) pesquisadores em formação assinam com os orientadores porque as normas de publicação das revistas geralmente exigem que um dos autores seja doutor; b) há uma política de incentivo da CAPES para publicações entre orientadores e orientandos. Não há indicativos que os artigos resultam do trabalho contínuo de grupos de pesquisa. Em alguns casos, encontram-se produções de parcerias acadêmicas entre pesquisadores com afinidades temáticas.

Nos Congressos, há um equilíbrio de produção entre doutores, doutorandos e mestrandos. Os mestres não participam tanto. Já nas Revistas, o predomínio é de doutores, situação natural, já que essa é uma condição para publicação. Como a maioria das produções está na universidade pública, infere-se que essa liderança coincide com os regimes de dedicação integral dos pesquisadores e a exigência de titulação nos concursos públicos. Doutorandos e mestres aparecem na segunda colocação da amostra. Ambos são incentivados a publicar no curso de suas formações, a partir de resultados preliminares e da conclusão, no caso de mestres, de seus trabalhos.

Em relação à origem desses pesquisadores, nos congressos, São Paulo e Rio Grande do Sul aparecem com destaque. Entre as revistas, considerando os estados onde foram publicados pelo menos 10 artigos, aparecem: Rio de Janeiro (15), São Paulo (14), Rio Grande do Sul (14), Minas Gerais (10) e Bahia (10). Ou seja, 75% dessa produção estão na Região Sudeste. Embora todas as regiões do país estejam representadas, há muito espaço de crescimento para além do Sudeste e do Sul, que, na verdade, se sobressai pela numerosa produção do Rio Grande do Sul. Aliás, nesse estado, destacam-se muito as produções de pesquisadores ligados a instituições privadas e confessionais, que pode sofrer certo impacto com o fechamento abrupto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, em 2022.

E em ambas as formas de publicação – anais de congressos e revistas – a maior produção está nas universidades públicas, apesar dos cortes de verba sofridos no final de 2016, realizados durante o governo Temer, especialmente o de Bolsonaro, que reduziu financiamentos e bolsas²⁶, além da deslegitimação institucional das universidades públicas com base na desinformação e no negacionismo.

26 Informações a respeito podem ser acessadas em: <https://www.andes.org.br/conteudos/noticia/numero-de-bolsas-para-pesquisas-cientificas-cai-17-5-na-gestao-de-jair-bolsonaro1>

No caso das revistas, registramos que a produção de pesquisas nas instituições de ensino privadas representa quase a metade das públicas. É um volume considerável, mas que pode ser comprometido pela diminuição de ingressantes no ensino superior privado e as consequentes demissões ocorridas com maior intensidade durante a pandemia.

RESUMOS: EIXOS TEMÁTICOS E METODOLOGIAS

Procedeu-se à classificação dos trabalhos por eixos temáticos estabelecidos pelos pesquisadores após uma primeira observação e pré-análise do corpus. Procurou-se determinar qual seria o principal tema debatido pelo artigo/trabalho de congresso e seu principal enfoque/objetivo, ainda que todos estivessem relacionados à desinformação e *fake news*.

Determinamos como eixos temáticos: Desinformação; Jornalismo; Informação (discutem, por exemplo, aspectos da gestão da informação, Lei de Acesso à Informação); Política; Tecnologia; Saúde, Educação e Gênero. Um aspecto a esclarecer é em relação ao eixo Desinformação. Embora a temática da desinformação estivesse presente em todos os textos analisados, alguns debatem diretamente o tema, como objeto de pesquisa e discussão. Em outros casos, é a temática subjacente ou o contexto do objeto pesquisado. Os trabalhos enquadrados, neste eixo temático, são aqueles que discutem como se dá o fenômeno da desinformação, como funciona etc.

Além dos Eixos temáticos, os trabalhos também receberam a classificação por temas específicos. Neste caso, estão em geral relacionados com as palavras-chave anotadas pelos próprios autores, mas que acabaram sendo padronizadas pelos pesquisadores para que pudessem ser quantificados e agrupados posteriormente. Aparecem como temas específicos relacionados aos diversos eixos já mencionados: Covid, Pandemia, Eleições, Disputas discursivas, Vacinação, Algoritmos, Rotinas produtivas, *Factchecking*, Letramento midiático, Educomunicação, Polarização, Robôs, Notícia, Verdade, Circulação da Informação, entre outros menos recorrentes.

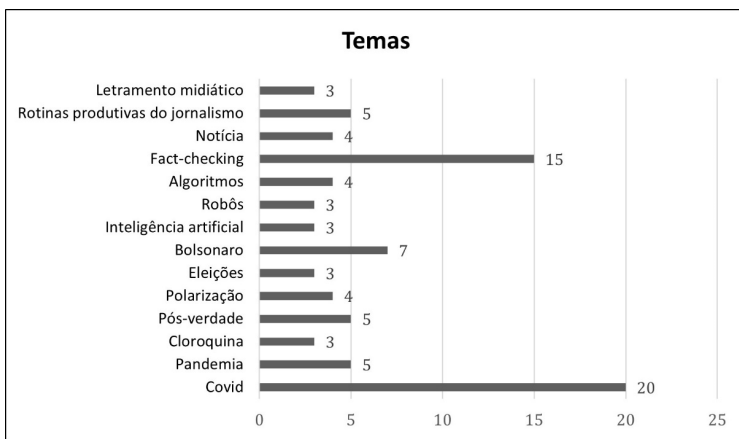
A maioria dos trabalhos foi classificada no eixo temático Política, mostrando que o tema da desinformação foi sobretudo analisado neste âmbito nas pesquisas de Comunicação dos últimos dois anos. Relacionam Covid, Eleições e Bolsonaro, mostrando como o fenômeno está diretamente ligado ao seu governo, seja nas eleições de 2018 que ele venceu, seja na sua ingerência na pandemia. O segundo eixo temático foi

o próprio conceito de desinformação e seu processo de elaboração na Comunicação. Muitas vezes, as pesquisas da Área da Comunicação mencionam aspectos da tecnologia como algoritmos e robôs, que potencializariam as chamadas *fake news* contribuindo para a manutenção do processo de desinformação.

Em todo esse contexto, o Jornalismo é um dos principais afetados, por isso, a preocupação dos pesquisadores recai sobre rotinas produtivas, valores-notícia e iniciativas de *factchecking*, este inclusive sendo abordado por 20% dos estudos realizados sob a perspectiva de combate bem como pelas iniciativas de letramento midiático ou Educomunicação.

No mapeamento realizado por García-Marín e Martinrey (2021), na Espanha, a maioria dos trabalhos debatia soluções ao problema da desinformação. O mesmo não se pode dizer a partir dos resultados de nossa pesquisa, pois, a maior parte diz respeito ao diagnóstico das causas da desinformação e de seu “funcionamento”, por assim dizer. Somente três trabalhos abordam, por exemplo, o letramento midiático, uma das estratégias apontadas como forma de combater a desinformação. O *factchecking*, entretanto, ganha destaque. No Gráfico 2, observamos o panorama geral relacionado aos temas específicos.

Gráfico 2 – Temas específicos



Fonte: Os autores

Na análise dos resumos, também foi objetivo observar as metodologias utilizadas. Entretanto, dos 75 trabalhos, 21 não mencionam, nos resumos, a escolha metodológica, enquanto outros 54 o fazem. Desses, 41 se valem de abordagem qualitativa. Apenas em dois trabalhos, os autores apontam a utilização de metodologia

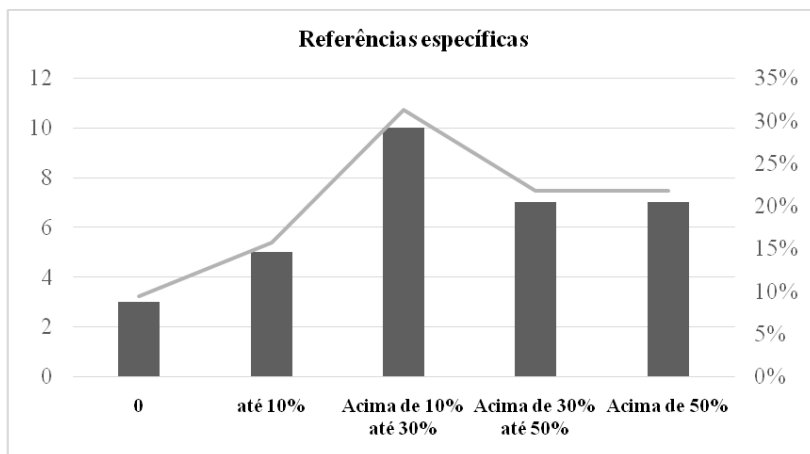
quantitativa enquanto oito afirmam que usaram métodos qualitativos e quantitativos. Há uma variedade de procedimentos que aparecem mencionados pelos autores como análise de conteúdo, análise do discurso, abordagens segundo a semiótica, assim como entrevistas e estudos de caso.

DE ONDE VEM O CONHECIMENTO SOBRE DESINFORMAÇÃO?

Chegar aos dados sobre referências bibliográficas para identificar de onde nossos pesquisadores estão extraindo conhecimento de suas fontes fez com que organizássemos metodologicamente onde buscar essas informações. Assim, os artigos que compõem a nossa amostra foram categorizados em percentuais de referências específicas sobre desinformação dentro do total das referências citadas no artigo; os autores mais citados nos artigos; a presença da bibliografia estrangeira (Inglês, Espanhol, Francês e Italiano) e a autorreferência (as referências de autores e coautores de uma mesma obra contaram apenas como uma citação). Foram eliminadas as referências a veículos jornalísticos e vídeos.

Entre os congressos analisados, 59% dos trabalhos foram apresentados nos encontros nacionais da SBPJor, entidade ligada aos pesquisadores em Jornalismo, campo de estudos em que o tema desinformação tem mais aderência. O gráfico abaixo mostra que, nos trabalhos de congressos, as referências específicas à desinformação se mantêm acima de 10% até 30% de publicações, representando 31,25% da amostra estudada.

Gráfico 3 – Referências específicas em desinformação



Fonte: Os autores

A quantidade de referências, em cada artigo de congresso, é relativamente menor que a trazida nos artigos publicados nas revistas, o que nos faz inferir que os pesquisadores que submetem apresentações aos eventos apresentam produção científica com um menor número de referências. Há de se considerar também que tais trabalhos podem ser de pesquisas em andamento cujos dados preliminares foram apresentados e reconhecer que os congressos são mais ágeis no tocante à aceitação de um artigo quando comparados aos periódicos científicos que levam um tempo maior entre envio, avaliação e publicação.

Os pesquisadores, em geral, fazem referência à bibliografia estrangeira, principalmente, em Inglês. Comportamento observado entre quem se apresenta em congressos ou publica artigos nos periódicos. Referências em Espanhol representam apenas 2%, patamar similar às referências em Francês.

Gráfico 4 – Referências estrangeiras



Fonte: Os autores

Ainda nesta categoria, mas analisando as revistas científicas, a maioria dos 43 artigos que faz parte da amostra estudada apresenta referências bibliográficas específicas sobre a desinformação. Ocorre também um predomínio de referenciais estrangeiros (93%) contra apenas 7% de autores brasileiros consultados e utilizados, o que pode denotar que a produção sobre o tema desinformação, no Brasil, está em fase de configuração. A origem dessas referências está em Inglês (91%), Espanhol (7%), Francês (2%) e italiano (com uma citação apenas). E quando percebemos esses usos entre os autores dos artigos analisados não se encontram pesquisas e reflexões teóricas dos pares latino-americanos nem que tenham o Espanhol

como idioma principal. Tanto é que os dois autores mais citados são Claire Wardle e HosseinDerakhshan que publicaram juntos o relatório seminal *Information Disorder. Towardan Interdisciplinary framework for research and policy making*. Por sua vez, Wardle é associada ao *First Draft*, fundado em 2015 por nove organizações, incluindo Facebook e Twitter, coordenadas pelo Google News Lab. No caso de Wardle e Derakhshan, eles aparecem em pelo menos 30% da amostra. Entre os brasileiros, os que mais aparecem são Raquel Recuero, Gabriela Zago e Felipe Bonow Soares, com 8, 9 e 7 citações respectivamente, embora não possamos deixar de dizer que em alguns artigos da amostra, os três se autorreferenciam. Uma prática que sinaliza que tais pesquisadores se mobilizaram em elaborar investigações sobre o tema, talvez pelo contexto da pandemia, pelo grande impacto da desinformação no período em questão e a ressonância que esse fenômeno tem nas redes sociais.

Sobre esse predomínio das referências internacionais, sobretudo as de origem inglesa, Moisés Lemos Martins (2021) que tem pesquisado, desde Portugal, o Português como língua de ciência, aponta (2021, p. 127) que “[...] o ciberespaço, enquanto novo lugar do conhecimento científico, é, antes de mais, um espaço de língua inglesa, não pode deixar de ser também, um espaço de língua portuguesa [...]”.

Um estudo que ele recupera de outro pesquisador português, Paulo Serra (2017) citado por Martins (2021, p. 128), o entendimento sobre ciência é o que se publica em: “1) em Inglês; 2) sob a forma de artigos em revistas científicas; 3) em artigos, que obedecem ao formato [...] [introdução, métodos, resultados e discussão]”. Assim, Serra compreende que passa a existir uma submissão aos ditames do paradigma, a recusa do paradigma e um compromisso de algumas publicações em se abrir à publicação de artigos bilíngues.

O que Martins (2021) identifica é que a centralidade anglo-saxônica perpetua nossa subalternidade linguística e cultural e preconiza como desafio aos pesquisadores das Ciências da Comunicação o combate a isso para a sobrevivência plural entre povos e culturas constituídos no espaço da Lusofonia. O que pode ser estendido ao nosso continente.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A análise da produção acadêmica sobre desinformação, nos anos de 2020 e 2021, a partir dos anais de Congressos e Revistas Científicas selecionados, indica que a

pesquisa sobre desinformação no âmbito das Ciências da Comunicação ainda está em processo de consolidação, independentemente dos números observados. Ora fenômeno central, ora assunto subjacente na produção acadêmica, deve se expandir nos estudos para abranger processos e práticas comunicacionais.

Baseados no que Lopes (2003) aborda, aparentemente, pelos índices alcançados em nossa pesquisa, a manipulação e elaboração intelectuais sobre o fenômeno são ainda exíguas para sua constituição como objeto de estudo. Contudo, o uso de desinformação na política, em especial nas eleições presidenciais de 2018 (que potencializou a vitória de Jair Bolsonaro), e a manutenção dessa prática como fenômeno para a polarizada eleição de 2022 pode sinalizar um crescimento no volume da produção científica e um avanço em sua consolidação como objeto de pesquisa comunicacional.

Aplicada a metapesquisa, acreditamos que foram apresentados alguns dados para a autorreflexão do campo, pois, apesar da pouca representatividade no conjunto da produção científica das revistas e congressos pesquisados, os dados sistematizados colaboram com um olhar mais detido nessa produção.

Nesse movimento do confronto em relação ao que já foi produzido, como diz Lopes (2003), as análises nos levam a pensar/propor uma ampliação do estado da arte sobre as pesquisas em desinformação no campo comunicacional, de forma a também valorizar o conhecimento produzido por autores latino-americanos que comungam de problemas e contextos semelhantes, em que a desinformação pode significar centenas de milhares de mortes, a volta de doenças que estavam erradicadas, o aprofundamento da desigualdade social, o descrédito da ciência e do jornalismo. Apesar do problema de saúde global que varreu vidas e escancarou a miséria e a pobreza, não podemos deixar de considerar que a desinformação no nosso país e na América Latina pode ter fisionomia peculiar em convergência com outros fatores históricos, culturais, sociais e econômicos, voltando-nos mais às epistemologias do Sul. No caso do Brasil, há graus de desinformação que ganham contornos particulares ainda mais se consideramos a extensão do país, sua pluralidade e diversidade.

Além disso, também é preciso contribuir para apontar políticas públicas que propiciem estratégias de combate da desordem informacional, como dizem Wardle e Derakshanv(2017), a exemplo do letramento midiático e informacional, de legislação que puna criminosos que disseminam desinformação com objetivo de lucro, entre outros.

Assim como o conhecimento acumulado sobre epidemias e a rede de conhecimento que propiciou o desenvolvimento das vacinas contra a Covid-19- pesquisas que

foram divulgadas nas publicações científicas (incluindo eventos), acreditamos na comunicação científica como espaço que propicia o avanço da ciência e dos estudos da desinformação em nosso campo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Inês; JERÔNIMO, Pedro (Editores). Estudos de Desinformação. **Revista Estudos de Jornalismo**, n. 11, jul. 2021.

CALHOUN, Craig. Comunicação como ciência social (e mais). **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**: Revista da Sociedade Brasileira para os Estudos Interdisciplinares dos Estudos em Comunicação (Intercom), São Paulo, v.35, n.1, p 277-310, jan./jun. 2012.

DOS SANTOS, Marli; CAPRINO, Mônica Pegurer. Covid-19 e desinformação: ações de fact checking e educação midiática: Covid-19 and misinformation: actions of fact-checking and media education. **Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, 2020.

FUENTES-NAVARRO, Raúl. Pesquisa e metapesquisa sobre comunicação na América Latina. **Revista MATRIZES (USP)**. 2019. p. 27-48. Doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p27-48>.

GARCÍA-MARÍN, David; MARTÍNREY, Guiomar Salvat. Tendencias en la producción científica sobre desinformación en España. Revisión sistematizada de la literatura (2016-2021). *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, n. 23, p. 23-50, 2022. LOPES, M.I.V. **Pesquisa em comunicação**. 7.ed. São Paulo: Loyola, 2003. 171p.

LABCOM. **Disinformation studies: perspectives to an emerging research field**. 10 sep. 2021. Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/event/3361>. Acesso em: 5 set. 2022.

MARTINS, Moisés de Lemos. Políticas Científicas e Línguas de Ciência: O Caso das Revistas de Ciências da Comunicação em Portugal. In: PERUZZO, Cicilia M.K.; MARTINS, Moisés de Lemos; GABRIOTI, Rodrigo. **Revistas Científicas de Comunicação Ibero-Americanas na Política de Divulgação do Conhecimento**: Tendências, Limitações e os Desafios

de Novas Estratégias. Uminho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade: Braga, 2021.

MEDEIROS, Kalianny Bezerra de ; FERREIRA, Vitória Peraça . Jornalismo e desinformação: uma revisão sistemática sobre a interface entre os temas nos anais do Intercom, SBPJor e Compós entre 2015 e 2020. In: **ANAIS DO 19º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2021**, Brasília. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/jornalismo-e-desinformacao-uma-revisao-sistemica-sobre-a-interface-entre-os-temas-nos-anais-do-intercom-sbpjor-e-com> . Acesso em: 6 set. 2022.

NEWMAN, Nic et. al. **Digital news report 2020**. Reuters Institute/University of Oxford, 2020. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/>. Acesso em: 10 ago. 2020

POYNTER INSTITUTE. **A Global Study on Information Literacy** - Understanding generational behaviors and concerns around false and misleading information online. August 2022. Disponível em: <https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/08/A-Global-Study-on-Information-Literacy-1.pdf>. Acesso em: 6 set. 2022.

RELATÓRIO do Qualis Periódicos. **CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior**. [Brasília], 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteu-do/relatorio-qualis-comunicacao-informacao-pdf>. Acesso: 31 ago 2022.

SIMÕES, P.G. et. al. Mapeando o Campo da Comunicação no Brasil: desafios e descobertas metodológicas de uma pesquisa: **Revista Intexto (UFRGS)**. 2020. p. 56-71.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for

research and policy making. Council of Europe Report, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 20 jul. 2020.

information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c. Acesso em: 20 jul. 2020.

PERFIL DOS AUTORES

Marli dos Santos

Doutora em Ciências da Comunicação pela USP; Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero; Líder do Grupo de Pesquisa EMANCIPA-JOR – Jornalismo Contemporâneo: práticas para emancipação social na cultura tecnológica; Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC; Coordenador do GP Gêneros Jornalísticos da INTERCOM; Diretora Financeira da INTERCOM Gestão 2020-2023.

Mônica Pegurer Caprino

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; Pós-doutora pela Universitat Autònoma de Barcelona; vice-líder do Grupo de Pesquisa EMANCIPA-JOR – Jornalismo Contemporâneo: práticas para emancipação social na cultura tecnológica; pesquisadora em Alfabetização Midiática e Informacional e interfaces entre comunicação e educação.

Rodrigo Gabrioti

Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor de Jornalismo na Athon Ensino Superior e no Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (Ceunsp); diretor adjunto de Projetos da INTERCOM.

Anelisa Maradei

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e pela Universidade Beira Interior de Portugal.

Ana Paula Alves

Graduanda em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero de São Paulo.

Pedro Assunção

Mestrando em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero de São Paulo.

SE FOR FAKE, NÃO É NEWS!

A DESINFORMAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DA POLÍTICA DE TIRANIA E BELICOSA

Paulo Vitor Giraldi Pires

INTRODUÇÃO

A comunicação independente e alternativa ganha cada vez mais força na América Latina. Com a pandemia da Covid-19 e alto índice de desemprego no Brasil, os profissionais precisaram se reinventar para sobreviver à crise econômica mundial. Esse contexto de mutação das atividades laborais também afetou o mercado de trabalho de jornalismo. Em 2020²⁷, havia 13,4 milhões de pessoas no Brasil à procura de emprego, representando uma taxa de 13,5%, conforme levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Com o advento das tecnologias da informação e a implementação do teletrabalho ou *home office*, a prática jornalística não mais se restringe, apenas, as mídias convencionais como redações físicas de jornais impressos, emissoras de TV, rádio e internet. Desde março de 2020, com início do isolamento social por conta do novo coronavírus, as casas se tornaram escritórios para o exercício diário da profissão.

Além do dilema do desemprego entre jornalistas, a Covid-19 resultou na morte de centenas de profissionais. Para muitos não houve escolha de parar de trabalhar, e sim continuar nas ruas, diariamente, na apuração das notícias e na defesa da informação para a sociedade. Em levantamento realizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), no “Dossiê Jornalistas Vitimados pela Covid-19”, entre janeiro e abril de 2021, foram mortos pelo vírus 124 profissionais, uma média de 31 por mês. Em 2020, essa média foi de 8,3 óbitos/mês, sendo uma morte de jornalista por dia no Brasil. Nesse período do estudo, o total foi de 213 profissionais mortos.

27 Pesquisa disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2021/02/26/desemprego---pnad-continua---dezembro-2020.htm>. Acesso em: 29 de mar. 2021

Dados divulgados pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) comprova que as mortes no setor de comunicação são maiores do que aparecem. Com base no Cadastro Geral de Emprego e Desemprego (Caged) e Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia. O boletim registrou 194 desligamentos por morte de profissionais no setor de Informação e Comunicação, no 1º trimestre de 2020. Já em comparação aos números do 1º trimestre de 2021, as mortes saltaram para 435, um crescimento de 124,2%.

Todo esse cenário caótico não é vivido apenas pelos profissionais da comunicação, mas de diferentes áreas – principalmente por famílias pobres, sem geração de renda ou acesso a benefícios e auxílios dignos para viver. Um exemplo disso é a história de um professor e jornalista de BH, que ganhou as páginas dos noticiários, no início do mês de agosto. Eduardo Durães é mestre em Estudos de Linguagem, porém está desemprego como outras centenas de professores e pesquisadores. Com um cartaz pendurado no pescoço, ele pediu emprego nos semáforos de Belo Horizonte (MG): “Preciso de emprego. Sou jornalista, professor e tenho um mestrado. E também uma filha para sustentar. Você pode me ajudar?”²⁸ (transcrição do texto do cartaz).

Não obstante, a triste realidade do desemprego, a pandemia desnudou as várias faces da corrupção da política nacional e mundial. Problemas estruturais e ausência de Políticas Públicas eficazes para a Saúde, Educação, Cultura, Moradia e Emprego, são apenas algumas das lacunas de décadas na corrupta política brasileira polarizada.

É com base nessas constatações – sem *fake* dados ou distorções, que o presente texto busca trazer à tona reflexões científicas sobre o atual momento da vida do país, buscando revisitar os pensamentos de Platão sobre o quarto tipo de corrupção, denominado de “tirania”, por meio da abordagem de Barker (1978), no que tange ao “caos político e social”, e a “dialética da defensiva e da ofensiva”, proposta por Aron (1986). O estudo volta-se ao debate sobre aos ataques midiáticos por políticos contra o Estado Democrático de Direito, com recorte ao comportamento “tirano-patológico” do atual presidente da república, Jair Bolsonaro, ao utilizar-se de recursos da política belicosa, com objetivo de distrair a atenção do povo dos assuntos internos do país, e promover a desinformação estratégica, com ataques à democracia e a imprensa.

28 Matéria disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2021/08/09/professor-e-jornalista-usa-banner-para-pedir-emprego-no-farol-e-viraliza.htm>. Acesso em: 11 de agost. 2021.

QUARTO TIPO DE CORRUPÇÃO – TIRANIA

“Independência ou Morte”! Nunca fez tanto sentido o grito histórico de D. Pedro I, às margens do riacho Ipiranga na atual cidade de São Paulo, em 7 de setembro de 1822. Neste ano de 2022, completam-se 200 anos da Independência do Brasil, momento oportuno para avaliar, se de fato, o país tem caminhado para uma independência democrática ou falaciosa, nesses 521 anos de história. Desde 2016, com o golpe contra a democracia, a e Impeachment da primeira presidente mulher, Dilma Rousseff, a política brasileira vive de retrocessos e da negação dos direitos da população, colocando em risco constante o Estado Democrático de Direito. É possível listar uma série de atitudes do governo federal negacionista, quando se trata de assuntos como investimento da Saúde Pública (SUS), valorização de profissionais da Educação, incentivo e promoção da Ciência, difusão da Cultura local e regional, Políticas de Emprego, entre outros.

O Brasil vive uma verdadeira democracia? Ao abordar outra fase da democracia, Platão considera o caos político e social que leva à tirania (562 A – 563 E). O que o filósofo considera como democracia, Barker (1978, p. 244), chama de anarquia de Shelley, onde o homem é: “Sem bandeira, livre, não-jurisdicionado, mas Homem: Igual, sem classe ou tribo ou nação; Isento de reverência, rito ou grau: Rei de si mesmo”²⁹. Na abordagem de Platão, quando se trata do sistema democrático, não é possível falar de uma ordem social (um tipo de social único), onde todos os cidadãos devem ser educados simetricamente iguais. Barker traduz o pensamento de Platão:

Para ele, o princípio da democracia é justamente a ausência de um tipo social, a inexistência de uma regra, a falta de socialização. Mesmo que cidadão tenha a capacidade de governar, não é necessário que se dedique ao governo (ou que seja governado); isto só ocorrerá por um impulso da vontade individual; o cidadão não precisa ir combater, durante a guerra, quando outros se mobilizam; nem precisa respeitar a paz, em tempos de paz. O desrespeito às leis é mais honroso, na democracia, do que sua observância. A instrução social não tem a menor relevância: a democracia nunca pergunta se o estadista teve a educação adequada; só quer saber se é um amigo “do povo” (BARKER, 1978, p. 244, grifos nossos).

29 Pensamento de PercyByssheShelle, na obra **A Máscara da Anarquia** (1819).

Nesse sentido, ao estabelecer identificação entre a democracia e anarquia, Platão condena dois princípios básicos do sistema de Estado Democrático: a liberdade e a igualdade. Para ele, não se trata de princípios da vida em sociedade, mas da negação de princípios, abolindo qualquer ideal do “homem democrático”. Em sua tese, a igualdade nega a ordem e a hierarquia sociais – como fundamento de igualdade para todos – iguais entre si ou não. “[...] nega a verdadeira igualdade, que implica em dar mais aos que valem mais, e menos aos que valem menos, pelo critério da igualdade proporcional” (Idem, p. 244). Por fim, defende que a liberdade democrática, nada mais é que a negação do tipo social e da instrução coletiva; afastando os cidadãos da vida coletiva em sociedade e do princípio da conduta social, sendo, também, a democracia uma negação da justiça.

A falácia democrática é vivida no Brasil desde 1964, quando instaurado o Golpe Militar, ao encerrar o governo do presidente democraticamente eleito, João Goulart, também conhecido como Jango. A triste marca sangrenta na história brasileira – a ditadura militar, durou 21 anos, com 5 mandatos militares e publicação de 16 atos institucionais. Foram todos mecanismos sobrepostos à constituição, para restrição à liberdade, repressão aos opositores do regime e censura. O país sobreviveu a difíceis tempos ditatoriais, nos governos militares de Emílio Garrastazu Médici (1969-1974), Ernesto Geisel (1974-1979) e João Figueiredo (1979-1985).

Quase 33 anos depois, em 2018, é eleito um novo militar para governar o Brasil: Jair Messias Bolsonaro – por meio das eleições e voto livre. Sua campanha eleitoral trouxe como discurso nas urnas, uma narrativa empoderada de salvador da pátria (o messias), e um defensor da democracia por questão estratégica. Se tornou um pseudo-mito, com a facada. E, desde o início de sua gestão, utiliza-se da política belicosa e tirana. Esse comportamento do atual presidente do Brasil é muito semelhante ao praticado pelo governo de Dionísio I, em Siracusa. O então escriba de origem humilde, aproveitou-se da guerra com Cartago para tomar o poder em 405 a.C. Na tese platônica, a tirania é o Estado completamente injusto. A exemplo de Dionísio, a base psicológica do governante tirano é o como o da oligarquia e da democracia, ou ainda o que chama de “impulso bestial das feras”.

Figura 1 – Dionísio I de Siracusa



Fonte: imagem reproduzida da página do Wikipédia na internet, 2022.

O poder torna-se obsessão patológica e dominadora. E para permanecer no comando do mais alto escalão da política é preciso eliminar (até matar) quem vai contra as ideias do tirano. Como postula Marcondes Filho (1985, p. 83), “[...] o poder, assim, pode reforçar algumas idéias e reprimir, inibir ou fazer silenciarem outras”. Esse poder trabalha dia e noite para reforçar idéias dominantes e manter o controle social. O cidadão vive na sociedade e, constantemente, é influenciado por diferentes ideologias que buscam disputar sua mente, emoções e atenção.

No Brasil, o então deputado federal, Jair Bolsonaro, nas Eleições de 2018, buscou na persuasão e doutrinação da ideologia religiosa, uma arma para matar os inimigos e estabelecer alianças com os poderosos. Porém, ao longo dos últimos dois anos – e agora nesse cenário de caos da pandemia do Covid-19 – com mais 566 mil mortes pela doença (dados de 11/08/2021), continua a praticar a política de tirania, sustentando um discurso democrático falacioso, usando as redes sociais disseminarem desinformação e desviar a atenção dos assuntos importantes para a vida do país.

O tirano continua empenhado, ao colocar em debate da validade dos votos nas últimas eleições, em pedir a volta do voto impresso, e em ressuscitar a Lei Brasileira de Segurança Nacional (n. 7.170/1983). Essa mesma Lei foi sancionada pelo presidente Figueiredo (1979 a 1985), último presidente do período da ditadura militar.

Após 38 anos, a Lei de Segurança Nacional estava sendo utilizada para blindar o governo bolsonarista de críticas e condenações por práticas criminosas. Em sua estrutura, a Lei “define os crimes contra a segurança nacional, a ordem política e social, estabelece seu processo e julgamento e dá outras providências”. Em votação expressiva, o Plenário do Senado aprovou o Projeto de Lei (PL) 2.108/2021, que revoga a Lei

de Segurança Nacional (LSN). Para os parlamentares, a LNS é resquício do regime autoritário.

O apelo para que o texto fosse votado cresceu porque a LSN, criada em 1983, ainda no período da ditadura militar, e pouco aplicada após a Constituição de 1988, passou a ser usada mais recentemente – segundo seus críticos – para punir quem se manifestava contra o governo de Jair Bolsonaro. De acordo com o relator, o número de inquéritos instaurados com base nessa lei aumentou significativamente a partir de 2019, chegando a 51 no ano de 2020 (INTERNET, 2021, grifos nossos)³⁰.

A LSN estava sendo usada para punir manifestações contrárias ao governo de Bolsonaro, uma forma de calar as críticas e sufocar a liberdade de opinião da oposição. Essa atitude é própria da política de tirania, como reflete Platão, ao teorizar a Política Grega, tão atual para os dias de hoje. Ao tentar abalar as estruturas democráticas do país, o tirano supostamente promove a hiperdemocracia, com atitudes de um revolucionário e capitão da tripulação, quando, na verdade não passa de um covarde e inimigo da democracia. Porém, “o capitão é mais forte do que todos os demais tripulantes, mas é surdo e míope, e não conhece a arte da navegação. [...] Dominado pelos tripulantes em revolta, é obrigado a ceder o leme a um capitão improvisado”.

[...] A democracia é marcada, assim, pela fraqueza, e não pela malícia; mas é a malícia e não fraqueza, que caracteriza a tirania. [...] O tirano se empenha em política belicosa, que distrairá a atenção do povo dos assuntos internos do país, e reforçará a sua liderança política. [...] Quando aqueles que o ajudaram a galgar ao poder começam a criticá-lo, o tirano os afasta; finalmente, levado pelo temor à crítica, rejeitará todos os elementos de coragem, magnanimidade e discrição. O tirano é isolado do bem, será forçado a se aliar ao mal: contratará mercenários, e recruta até mesmo escravos para a sua guarda pessoal. Para se manter no poder, é obrigado a secularizar a propriedade religiosa, a confiscar as terras dos ricos, e agindo como um parricida – a oprimir o povo que o levou ao poder” (BARKER, 1978, pp. 248-249, grifos nossos).

O governo bolsonarista tem se utiliza de uma Política de Guerra, pronta para matar quem se opor aos seus ideais. Portanto, é próprio da política belicosa, regida por regimes totalitários, tentar impor o silêncio, agir com violência verbal e atacar

30 Fonte: Senado - Revogação da Lei de Segurança Nacional segue para a sanção presidencial. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/08/10/revogacao-da-lei-de-seguranca-nacional-segue-para-a-sancao-presidencial>. Acesso em: 10 de agost. 2021.

a tudo e a todos. Além disso, propagar a desinformação – as *fakes*, ajuda a distrair a atenção dos assuntos internos do Brasil, como, por exemplo, mentiras sobre o combate a Covid-19, o uso de máscara, a importância do isolamento social, além manipular e atrasar a vacinação de toda a população, como estratégia para conter o vírus e mortes.

O modelo discursivo adotado pelo presidente revela um jogo ideológico, a partir da manipulação das relações de comunicação e naturalização da dominância do poder, seduzindo e mobilizando pessoas a prática da política tirana. “Entramos nesse mundo de aparências, no mundo do ideológico e do poder, que é o mundo da linguagem, e no qual estamos condenados a viver” (PINTO, 1999, p. 40). Esse poder está presente em diferentes representações ideológicas (Deus, Estado ou Capital). O atual presidente aposta nessa ideia messiânica:

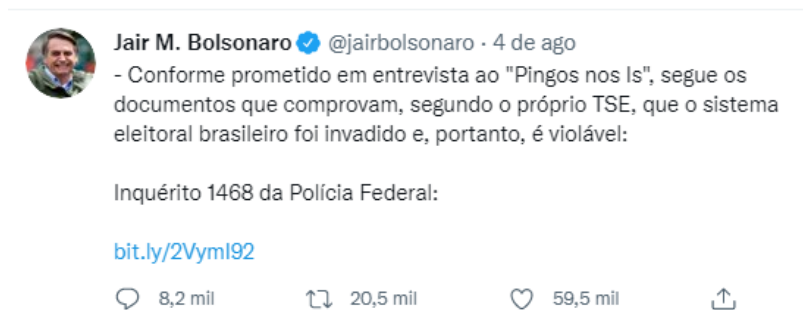
Figura 2 – Capa do Twitter do Presidente



Fonte: imagem reproduzida da página pessoal na Twitter, 2021.

Ao mesmo tempo em que se apropria do apelo pela linguagem divina “Deus acima de todos!”, o mecanismo discursivo negativo tem sido constantemente usado para controle social, no contexto de uma sociedade disciplinada e pelo “esquema positivo de poder”. Na visão de Han (2015, p. 25), “a positividade do poder é bem mais eficiente que a negatividade do dever”. Essa também tem sido outra estratégia do presidente tirano ao provocar debates desconexos – considerado para o bem e em defesa do povo brasileiro, tentando disseminar dados falsos sobre o Sistema Eleitoral Brasileiro e voto eletrônico, defendendo o voto impresso nas próximas eleições. Em sua conta no twitter publicou diversas mensagens afirmando a possibilidade de violação das urnas eletrônicas nas últimas Eleições, como o tweet de 4 de agosto.

Figura 3 – @jairbolsonaro no twitter



Fonte: imagem capturada da página pessoal na internet, 2021.

Em suas declarações, ele tenta invalidar a conquista de 25 anos do voto eletrônico brasileiro, atitude crítica que não teve durante seus mandatos de deputado federal. Por outro lado, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Supremo Tribunal Federal (STF) saíram em defesa das eleições nas urnas eletrônicas, afirmando que o equipamento é protagonista da maior eleição informatizada do mundo, tendo como objetivo a legitimação da democracia e votos limpos.

A auditoria no sistema eletrônico foi realizada pelo TCU para verificar em todas as etapas da votação, — desde a conferência das urnas eletrônicas até a totalização de votos — a segurança, a confiabilidade e a auditabilidade do sistema. Foram utilizados como parâmetros as eleições gerais de 2018 e as municipais de 2020³¹.

Mesmo diante de tantos esforços e negociações internas, a Câmara dos Deputados rejeitou PEC do Voto Impresso. Com placar de 229 votos favoráveis, 218 contrários e uma abstenção, a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 135/19, que tornava obrigatório o voto impresso foi arquivada. A proposta que previa o voto impresso já havia sido derrubada na Comissão Especial, em 6 de agosto, por 22 votos a 11. Para Marcondes Filho (1985, p.82), as ideias dominantes são incorporadas e projetadas por grupos dominantes, como políticos, religiosos e militares. “[...] impõe-se aos demais e com isso encobrem outras visões de mundo, impedindo que idéias diferentes das suas se manifestem [...] pode fazer-se pelo uso da violência, força física”.

31 Reportagem do G1, Voto eletrônico é auditável e seguro em todo o processo eleitoral, diz área técnica do TCU. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/08/10/voto-eletronico-e-auditavel-e-seguro-em-to-do-o-processo-eleitoral-diz-area-tecnica-do-tcu.ghml>. Acesso em: 10 de agosto. 2021.

A DESINFORMAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DO DESGOVERNO

“Desde que assumiu a presidência da República, em 1º de janeiro de 2019 [...], portanto com 905 dias de governo, Jair Bolsonaro (ex-PSL), mentiu ou deu declarações distorcidas 3.326 vezes, o que dá uma média de mais de 3,6 *fakesnews* por dia”.³² Esses são dados do levantamento realizado pelo Aos Fatos, site de jornalismo independente, criado em julho de 2015.

Diferente de outros presidentes, Bolsonaro optou por pelo gabinete midiático, utilizando-se das redes sociais para comunicar com a população, além das entrevistas diárias no cercadinho do Palácio da Alvorada. Sua principal ferramenta de comunicação tem sido o twitter, com 6,9 mi seguidores, e mais de 12,3 mil tweets publicados. Em seu perfil, se apresenta como “Capitão do Exército Brasileiro, eleito 38º Presidente da República Federativa do Brasil”. O presidente ainda segue 585 pessoas, entre elas, os deputados apoiadores e integrantes de sua rede de mentiras: Carla Zambelli, Eduardo Bolsonaro, Bia Kicis, Carlos Jordy, General Heleno e o jornalista, Alexandre Garcia – um fiel defensor de Bolsonaro. Em 905 dias de governo, foram 3.236 declarações falsas.

Figura 4 – Mentiras espalhadas no Governo Bolsonaro



Fonte: imagem reproduzida da página da Redação CUT na internet, 2021.

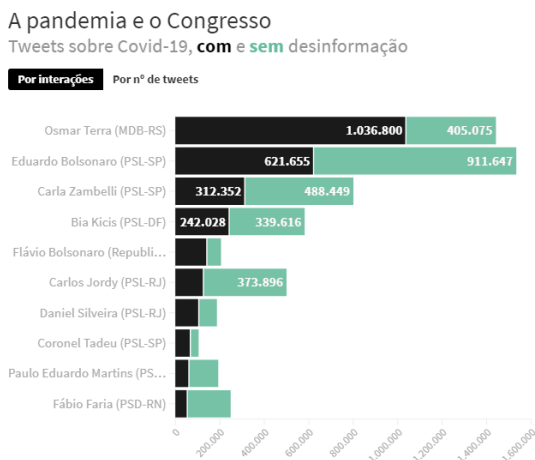
32 Título da reportagem: **Campeão da mentira, Bolsonaro espalha mais de 3fakenews por dia**. Disponível em: <https://www.cut.org.br/noticias/campeao-da-mentira-bolsonaro-espalha-mais-de-3-fake-news-por-dia-a5bc>. Acesso em: 10 de agost. 2021.

Além do comportamento tirano e doentio, como já refletido, o que leva um presidente da república e demais políticos a espalharem tantas mentiras? Para Wolton (2011), a ideia de informação “mais livre” ameaça a liberdade de imprensa, podendo ser a tirania da demanda, o estágio supremo da informação.

Os desvios da informação correspondem às dimensões da sua vitória política, cultural, econômica e técnica num alegre entrevero das dimensões funcionais e normativas. Dos investidores financeiros aos internautas, dos jornalistas aos militantes políticos, dos políticos aos especuladores, todo mundo defende a liberdade de informação, atribuindo-lhes, claro, sentidos diferentes. (WOLTON, 2011, p. 30)

Como afirma o autor, a estratégia de espalhar a desinformação está atrelada a uma “vitória e alegre entrevo”. Essa prática tem sido constante no atual governo. Em outro levantamento do “Aos Fatos”, em 2020, foram analisados mil tweets sobre o novo coronavírus com mais engajamento de deputados e senadores, entre 11 de março e 15 de dezembro. “Das mensagens avaliadas, 299 (30%) tinham alguma alegação falsa ou imprecisa. Esses tweets (disponíveis [nesta tabela](#)) somaram 3,3 milhões de interações (retweets e curtidas), 31% do total de 10,4 milhões da amostra analisada”³³.

Figura 5 – Desinformação espalhadas por políticos na Covid-19



Fonte: imagem capturada da página da Aos Fotos na internet, 2021.

33 Título da reportagem: **Deputados governistas lideram desinformação sobre Covid-19 entre parlamentares no Twitter**. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/deputados-governistas-lideram-desinformacao-sobre-covid-19-entre-parlamentares-no-twitter/>. Acesso em: 12 de agost. 2021.

Os resultados mostram que Eduardo Bolsonaro publicou 42 tweets com informações falsas ou imprecisas, um total de 621 mil interações. Já Carla Zambelli postou 27 mensagens que somaram 312 mil curtidas e retweets.

JORNALISMO NÃO É FAKE: A ARQUITETURA DA NOTÍCIA

A desconstrução da ideia de *fakenews* é com base na arquitetura da informação e dos elementos básicos fundamentais da construção da narrativa noticiosa. Nem todos os fatos se tornam notícias; ainda que a origem da notícia esteja nos fatos e acontecimentos diários do mundo. Assim como, também, a informação falsa não invalida o carácter estrutural da notícia. Quer um exemplo simples: a água ainda que contaminada, não deixa de ser água. Pois, sua essência é o H₂O. A medicina não forma médicos para praticar *fake* cirurgias, essa não é sua responsabilidade ética. Os desvios que ocorrem na profissão – como a prática ilegal da profissão, não pode contaminar a classe de profissionais.

O jornalismo tem por vocação a produção e divulgação de notícias. O que foge a essa regra, por vias tortas e práticas irresponsáveis, não representa a missão da categoria profissional. Sendo assim, “[...] a notícia é o gênero básico do jornalismo pertencente à classe informativa. A notícia talvez seja o subgênero mais estrito do jornalismo” (JORGE, 2013, p. 83, grifos nossos).

Assim é a notícia, pois mesmo que em sua estrutura haja dados equivocados ou mentirosos – desinformações ou *fake dados*, a narrativa noticiosa não é invalidada. O produto jornalístico denominado de “notícia” só pode ser assim denominado, quando em sua estrutura informacional, quando contemplar todas as etapas de produção; – desde a pauta, passando pela apuração, responsabilidade ética e deontológica, até a difusão do conteúdo, nas distintas plataformas de comunicação.

A informação não é notícia. Os dados – por sua vez seleção deles – a informação, é matéria-prima para a produção da notícia. Essa é a especialidade e habilidade do jornalismo, em apurar fatos para a construção da narrativa noticiosa. A informação pela informação não esclarece, não comunica – quando não passa pelo crivo, seleção, apuração e tratamento dos dados; a decodificação da informação. Tudo isso é competência de profissionais jornalistas.

A hiperinformação da nossa sociedade, segundo o autor Han (2014a, p. 62), um fenômeno da transparência,

por si só, não esclarece o mundo. A transparência tão-pouco assegura clarividência. A massa de informação não gera qualquer verdade. Quanto maior é a informação que se mobiliza, mais intrincado se torna o mundo. A hiperinformação e a hipercomunicação não injetam luz na obscuridade

Ou seja, essa avalanche de informações que circulam rapidamente nas redes sociais, aplicativos de conversas como whatsapp, telegram – além das postagens no facebook, twitter e instagram, não representa uma sociedade mais transparente e informada. Pelo contrário, se não houver seleção e interpretação das centenas de mensagens, com base na verificação de conteúdos, a tendência é propagação da desinformação, por meio do Culto das *Fakes* (*colere*). Contudo, não se pode afirmar que existam notícias falsas (*fakenews*). Não é competência ética do jornalismo, lidar com esse tipo de produção, mas difundir a informação correta, em formato de notícia.

Marcondes Filho (2002, p. 147) não deixa de questionar a prática de produzir e divulgar notícias pelo jornalismo, diante do sistema das redações, “operando sob o princípio da rapidez, da redução e racionalização linguística, da velocidade [...] até que ponto notícias produzidas em ritmo de alta velocidade ainda são confiáveis?”. Por outro lado, o autor indaga a capacidade do leitor em interpretar tantas informações, muitas delas ligadas a regimes totalitários, ideológicos e persecutórios.

Até que ponto o público está em condições, tem filtros, e mesmo interesse, para fazer uma seleção apurada das notícias que recebe? Como se pode evitar que, por força da velocidade e da incontrollabilidade da rede, pessoas, instituições, movimentos se queimem por efeito de notícias falsas? (*Ibidem*).

Para ilustrar esse percurso da produção da notícia, a partir da apuração dos acontecimentos e fatos, propõe-se um modelo estrutural para melhor visualizar essas atividades rotineiras dos profissionais jornalistas. Para os diferentes meios de comunicação – Rádio, TV, sites, revistas, jornais, blogs, plataformas, apps, e demais dispositivos de informação; o caminho de construção da notícia acaba sendo o mesmo.

O que muda é a estrutura da narrativa, sendo redigida para cada tipo de veículo (impresso, audiovisual, online), respeitando os gêneros, linguagem e formato da notícia. Sendo assim, “[...] à notícia, cabe a função essencial de assinalar os acontecimentos, ou seja, tornar público um fato”. (SODRÉ; FERRARI, 1986, p.17)

Ilustração 1 – Pirâmide da Notícia



Fonte: Modelo de Pirâmide elaborado pelo autor, 2019.

O modelo acima devolvido ilustra o processo da construção da notícia, ou seja, exige uma arquitetura própria até o produto final. O gerenciamento e administração a informação passa pela competência do jornalismo, com habilidades e detentor dos conhecimentos dos fundamentos da notícia. No que lhe concerne, o jornalista é especialista na produção da notícia e a notícia é resultado/produto da especialidade do jornalismo. É por meio da notícia que são reportados os fenômenos e acontecimentos do mundo, tendo como suporte a narrativa informativa. Desta forma, aqui se defende a existência de dados ou informações falsas, e nunca a ideia de *fakenews* – sendo esta propriedade intelectual da prática jornalista ética, humana e responsável.

Ao final, torna-se possível, ainda, questionar o cânone da notícia. Ela pertence à sociedade e não aos donos de jornais, TV, rádio, portais, sites, revistas, blogs, etc. O fato tem vida própria – *autopoiese*, com a força do acontecimento, por isso se representa e se apresenta nas brechas do jornalismo. E para ganhar representação, o fato passa pelo processo cognitivo dos jornalistas, observando a prática diária do sensível da notícia. Por fim, a notícia não pertence ao jornalismo ou aos jornalistas. É construção social, conhecimento, comunicação e alicerce para uma sociedade democrática, justa, solidária, plural e sem preconceitos – em vista do bem-viver de todxs.

CONSIDERAÇÕES

A ideia de *fakenews* pode ser uma estratégia belicosa da própria política de tirania. Não é a essência do trabalho da comunicação jornalística responsável, produzir *fakes* ou divulgar conteúdos falsos. Pois, sabendo o papel democrático da imprensa, o tirano levanta falso-testemunho para desmoralizar essa prática profissional secular, tendo ciência da missão ética e constitucional do jornalismo. Por qual motivo um governo atacaria tanta à imprensa? O compromisso do jornalismo é com a notícia e informação correta, transparente; em vista do bem da sociedade. A própria Constituição reconhece a atividade jornalística e sua plena liberdade de informação e comunicação. E, criminaliza qualquer prática de “prestação de informações falsas”, como crime de responsabilidade (Art. 49, § 2º), ao descrever as atribuições do Congresso Nacional.

Em 2020, a violência contra jornalistas no Brasil cresceu 105,77%. Já o levantamento deste ano, da ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF), revelou aumento de 74% o número de ataques do presidente Jair Bolsonaro, contra a imprensa, em relação ao segundo semestre do ano passado. No total, foram 331 ofensas proferidas pela “rede do sistema Bolsonaro”, que incluem seus filhos, aliados e políticos governistas.

Ao buscar refletir sobre a ideologia da *fakenews*– com ataque direito ao jornalismo livre e competente, esse artigo reafirma a prática da desinformação como estratégia da política de tirania, presente no atual governo de Bolsonaro. Diante de todas essas perseguições, é preciso ter coragem para vencer a tirania – não com ataques bélicos ou armamentos de guerra, mas com o conhecimento e a verdade. A tirania é burra, medrosa e doente, não resistirá por muito tempo. Assistiremos sua fatal queda.

Para aqueles que temem a tirania: coragem. A Constituição Federal Brasileira, em seu Art. 220, assegura “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação”, e ainda, garante que “nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social”. Cada aos profissionais defender o direito à informação limpa.

A notícia é instrumento social e democrático, e continuará sendo preservada pelo fiel jornalismo ético, em constantes transformações estruturais; porém sem jamais abrir mão de sua essência de bem informar, registrar, guardar a história e memória do povo e do país. Por fim, parafraseando Paulo Freire: “O jornalismo é um ato de coragem”.

REFERÊNCIAS

ARON, Raymond. **Pensar a Guerra**: era planetária – Pensamento Político, Clausewitz. Trad. de Elisabeth Maria Speller Trajano. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.

ARON, Raymond. **Pensar a Guerra**: a era européia – Pensamento Político, Clausewitz. Trad. de Elisabeth Maria Speller Trajano. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.

BARKER, Sir Ernest. **Teoria política grega** – Platão e seus predecessores. Trad. de Sergio Fernando GuarischiBath. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1978.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

EAGLETON, Terry. **A ideia de Cultura**. São Paulo: Unesp, 2005.

HAN, Byung-Chul. **Agonia do Eros**. Tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Tradução de EnioGiachini. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Tradução de EnioGiachini. Petrópolis: Vozes, 2017.

JORGE, Thais de Mendonça. **Mutação no jornalismo**: como a notícia chega à internet. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Técnica de Reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística/Muniz Sodré, Maria Helena. Ferrari – Summus: São Paulo, 1986.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PERFIL DO AUTOR

Paulo Vitor Giraldi Pires

Docente Permanente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) e do Mestrado em Desenvolvimento Regional (PPGMDR/UNIFAP). Diretor da TV Digital e Rádio Universitária UNIFAP. Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Pós-Doutorando (ECA/USP). E-mail: paulogiraldi2@gmail.com

O PAPEL SOCIAL DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR NA ERA DA *FAKE NEWS*: PARCERIA UNIVERSIDADES E STF NO PROGRAMA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Alessandra de Castilho
Roberto Gondo Macedo

INTRODUÇÃO

O artigo aborda a necessidade das instituições públicas repensarem sua forma de comunicação e aproximação da sociedade e criar ações que visem colocar a público sua função social com vistas à manutenção da tão cara democracia. Para isso escolhemos as universidades para esse simulacro, considerando-as atores públicos que possuem um importante papel social não só de educadora, mas de produtora de conhecimento e de informação confiável e verídica, ocupando assim seu importante papel no espaço público.

Contempla-se nesse trabalho, em especial, as instituições públicas de ensino, que dependem dos recursos públicos para sua sobrevivência e, justamente por isso, devem ser compreendidas como atores estratégicos para o cumprimento da cidadania na sociedade, devendo ter suas atividades pautadas pelas demandas e desafios colocados pela sociedade da informação.

Para isso é necessário debater a relevância da comunicação pública para a democracia e como as universidades apresentam alto potencial contributivo, em especial quando atuam em conjunto com outras instancias do poder público com foco no combate à desinformação. Para exemplificar, abordaremos a parceria estabelecida entre universidades federais e estaduais com o Supremo Tribunal Federal visando fortalecer o Programa de Combate à Desinformação, lançado em 2022, com foco na campanha eleitoral desse mesmo ano.

É factual que a parceria se encontra em estagio inicial de implantação da suas principais propostas e planejamento, todavia é salutar deixar um viés de análise e

observação dos primeiros movimentos da aliança, com vista a promover maiores premissas que corroborem desdobramentos futuros de investigação para o coletivo de investigação presente na área de comunicação e política.

COMUNICAÇÃO E A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Antes de falar das novas características da sociedade contemporânea que estão tornando cada vez mais complexas a atividade de comunicar, vale aqui abrir um parêntese para enriquecer teoricamente o conceito de comunicação. Perles traz em seu artigo o conceito etimológico adotado por Marques de Melo (1975, p.14) que sugere que a “comunicação vem do latim ‘communis’, comum. O que introduz a idéia de comunhão, comunidade”. Ao relacioná-la à ideia de processo, podemos dizer que a comunicação é a contínua mudança no tempo nas relações humanas.

Já a Sociedade contemporânea é um termo que dispensa conceituação, todavia atribuir à ela características claras tem sido um desafio para muitos pesquisadores dos mais diferentes campos, isso porque está em constante evolução e é marcada por mudanças de paradigmas, culturais, sócio-econômicas e de valores. Carvalho afirma que “definir a sociedade contemporânea é como desvendar os caminhos que a humanidade seguirá daqui por diante”.

Portanto fica claro o elo existente entre a comunicação e a sociedade contemporânea. Podemos dizer que são interdependentes. Carniello (2009) descreve muito bem essa relação ao afirmar que:

A comunicação é elemento fundamental da vida em sociedade, pois viabiliza a construção simbólica e a troca de experiências, pressuposto de qualquer agrupamento humano. As áreas urbanas, em especial, são concentradoras de processos comunicacionais complexos devido à multiplicidade das formas de mediação disponíveis e relacionadas com a própria configuração sócio-espacial das cidades.

Antes de dar continuidade ao tema comunicação e sociedade contemporânea, vamos recuar um pouco no tempo para resgatar as características da sociedade que um dia fomos antes de assumir às características atuais. As mudanças são claras também para Pérez (2008), que é enfático ao afirmar que a sociedade hoje demanda por um consenso antes não imaginado. Do ponto de vista da comunicação, esse

consenso nada mais é que “se ater não ao que a comunicação pode fazer para a sociedade, e sim o que a sociedade tem demandado da comunicação”.

O autor explica as características deste novo cenário global dando destaque à uma das que pode ser considerada grandes mudanças, que é a organização em rede, seja do ponto de vista econômico ou do ponto de vista social. Mudança alertada em 1969 por Marshall McLuhan, que atribui às novas tecnologias mudanças profundas na forma de reagir e pensar da sociedade.

Na sociedade moderna a comunicação ganha novas formas e desafios à medida que as tecnologias avançam rapidamente e redesenham uma maneira das pessoas se relacionarem, seja no espaço público ou no espaço privado. Oliveira (2011) lembra que na sociedade contemporânea “as fronteiras, por mais que haja resistências, deixaram de existir, pois o que acontece é compartilhado em tempo real com pessoas que estão fisicamente próximas ou do outro lado do planeta”.

A ideia é reforçada por Carvalho (2010) ao comparar essa com outras sociedades “Diferentemente das sociedades anteriores, a sociedade contemporânea tem como característica a efemeridade. Os grupos formados no ciberespaço são efêmeros, ou melhor, duram até o momento em que os seus membros estiverem “pertencendo” ou dividindo propostas em comum”.

Essa nova característica da sociedade moderna dá aos comunicadores uma maior importância por conta do estiramento do espaço social.

Com o desenvolvimento de todos os tipos de transporte e de comunicação, expansão das cidades e aumento populacional jamais visto, a relação interpessoal na contemporaneidade tornou-se intensamente mediatizada. A experiência de conhecimento coletivo está mediada pela tecnologia dos transportes e das comunicações (CORTEZ, 2009)

Segundo Ortiz (2000), a importância da mídia está no fato dela não se delimitar às fronteiras da política:

Ela se dedica a um conjunto de atividades, envolvendo diferentes dimensões da vida humana, como informação, divertimento, ficção etc. E isso ela faz de forma contínua, permanente. Sua rotina – através dos jornais, televisão, rádio, publicidade – garante a conformação das personalidades. Daí sua superioridade sobre os partidos e movimentos sociais. As questões de poder são difundidas de forma abrangente e diluídas como cotidianidade.

Como já citamos, uma das mudanças dessa globalização na comunicação é, por exemplo, o surgimento das redes sociais, que é caracterizada pela conversação online. É também uma comunicação multimodal, uma vez que acontecem de diversas maneiras e formas. Além disso, ela constrói e interfere nos sentidos. As percepções e sentidos são formados pelos relacionamentos em rede, onde as imagens são constantemente alteradas, bem como alteram as percepções individuais.

Estes movimentos na comunicação da sociedade contemporânea são tão intensos que novos termos estão surgindo para caracterizar essa nova sociedade. Aplica-se, por exemplo, termos como Sociedade Midiática em Era Digital ou Era do Computador, mostrando a sociedade a partir das ferramentas que estão sendo utilizadas para sua evolução.

Estudiosos da comunicação na sociedade moderna acreditam que os recursos da comunicação instantânea estão resultando numa similaridade cultural e no surgimento de gerações cada vez mais parecidas, independente das distancias territoriais. Isso acontece porque o volume de informações produzidas pelos meios de comunicação e o grande acesso a elas tem gerado comportamentos padronizados na sociedade. Vale ressaltar aqui a importância dos meios de comunicação e das demais ferramentas de comunicação na discussão dos grandes temas sociais, bem como na preservação na cultura regional.

Entrando um pouco mais a fundo na questão da comunicação voltada à imagem de um lugar, que é o foco do nosso trabalho, o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação “reconfigurou os processos de comunicação e criou formas de mediação que interferem na formação da imagem do lugar” (CARNIELLO, 2009).

Portanto o campo da comunicação no contexto da sociedade contemporânea contempla como principais característica, na opinião de Kunsch (2011), a visão abrangente da comunicação no âmbito das transformações sociais, a comunicação como um processo social básico, o poder das novas tecnologias comunicação e da informação nos processos e mediações das transformações políticas, econômicas e sociais, e o papel dos profissionais de comunicação frente aos desafios da contemporaneidade.

A COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A DEMOCRACIA

É fato que o Governo Federal tem o dever de realizar campanhas e programas que atendam às necessidades da sociedade, se não em sua totalidade, ao maior número possível de pessoas.

As políticas sociais, elaboradas com a finalidade de estabelecer a integração social das pessoas em situação de grande precariedade e pobreza, costumam manifestar a pretensão de integrar os pobres e destituídos à sociedade, criando estruturas capazes de assegurar a participação nos processos públicos de constituição de direitos cívicos e políticos. (MARQUES, 2011, p.125)

Porém para que esses projetos alcancem sucesso é fundamental que se contemple, não apenas sua elaboração e execução, mas, sobretudo, a comunicação e a mobilização da sociedade para que ela tenha acesso ao serviço prestado.

A comunicação sempre foi um campo que, por si só, contempla um amplo leque de significados e levanta uma série de questionamentos sobre a sua delimitação. Há hoje muitas discussões, porém pouco conclusivas, sobre os muitos significados da palavra comunicação e da ambiguidade de seu significado: por vezes voltado à transmissão de informação, como processo unidirecional com poder manipulador, e outras vezes com foco no compartilhamento da informação, dando um viés mais participativo à comunicação.

Como esta é uma questão bastante delicada e que ainda necessita de um amadurecimento e maior discussão, é sensato colocar aqui qual o significado de comunicação que melhor representa a postura adotada neste trabalho. Tem-se aqui a comunicação como normas e valores que fomentam as relações sociais, aquela que deriva do latim *communicare*, com o sentido de tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões, associar ou conferenciar (RABAÇA & BARBOSA, 1987). Vale, portanto, recorrer ainda à conceituação de Wolton (2004, p. 501-502) para a comunicação, que a define como:

A comunicação é, em primeiro lugar, o ideal de expressão e de troca que está na origem da cultura ocidental e, conseqüentemente, da democracia. Pressupõe a existência de indivíduos livres e iguais. [...] É, também, o conjunto das mídias de massa que, da imprensa à rádio e à televisão, transformaram consideravelmente, no espaço de um século, as relações entre a comunicação e a sociedade. É, igualmente, o conjunto das novas técnicas de comunicação que, a partir da informática, das telecomunicações,

do audiovisual e da sua inter-relação, vêm [...] modificar as condições de troca, mas, também, de poder em nível mundial. São, enfim, valores, símbolos e representações que organizam o funcionamento do espaço público das democracias de massa e, de maneira mais geral, da comunidade internacional pela informação das mídias, das sondagens, da argumentação e da retórica. Quer dizer, tudo o que permite às coletividades representarem-se, entrarem em relação umas com as outras, e agirem sobre o mundo (p. 501 e 502).

A comunicação como tal é, portanto, voltada ao viés social de fomento das relações sociais visando a participação de todos os atores envolvidos, garantindo uma sociedade civil cidadã, com direitos e vozes iguais.

Sendo assim, para que exista a cidadania, é preciso que haja uma discussão sobre a cultura e questões simbólicas que contribuirão para este sentimento de pertença à um Estado-nação. É neste sentido que a comunicação ganha uma dimensão central nessa discussão ao ser função dela o processo de discursivização que vai estabelecer essas práticas cidadãs e proporcionar o reconhecimento da cidadania. Segundo Habermas (apud RIBEIRO, 2001, p. 96),

A comunicação tem um papel central na formação de identidades, comportamentos e sociabilidades e na dinâmica em espaços públicos movidos por diferentes práticas culturais, em condições potenciais de exercício de uma pluralidade discursiva que amplia, temática e praticamente, o conceito de sociedade, cidadania e subjetividade.

Porém nem sempre foi assim. Recorrendo aos primeiros trabalhos da comunicação pública, quando ela ainda estava bastante enraizada na comunicação governamental, ou seja, por volta dos anos de 1930, vale lembrar que o governo federal impôs políticas de controle de informação.

O ponto mais alto deste regime autoritário aconteceu entre 1939 e 1945 com o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), uma rede nacional com objetivo de controlar e orientar a imprensa. Depois, durante o regime militar, criou-se o Sistema de Comunicação Social focados na propaganda e censura.

A Constituição de 1988, bem como a transformação do Papel do Estado, o Código de Defesa do Consumidor, a atuação de grupos de interesse e movimentos sociais e o desenvolvimento tecnológico foram alguns dos fatores que despertaram no consumidor o desejo de uma cobrança por um comportamento socialmente responsável no setor privado e também uma maior transparência nas atividades do setor público.

É neste ambiente instável que a comunicação torna-se instrumento extremamente estratégico tanto para empresas privadas, como também, e principalmente para o setor público.

A comunicação, sabe-se, é energia que dá vida às organizações; por isso, administrá-la, na área privada, é essencial para a eficiência e até sobrevivência num ambiente altamente instável, volátil e crítico. No ambiente de interesse público, há responsabilidade maior, do atendimento ao direito do cidadão de ter capacidade de agir em seu próprio interesse e na viabilização das demandas coletivas nas mais diversas áreas (DUARTE, 2007, p. 02).

É por esta razão que a comunicação pública adota características tão particulares em relação às comunicações organizacionais, uma vez que ela ocorre no espaço de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – que se inclui aqui partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão) que discutem temas de interesse público.

Segundo Novelli (2006), a comunicação pública deveria ser compreendida como “O processo de comunicação que ocorre entre as instituições públicas e a sociedade e que tem por objetivo promover a troca ou compartilhamento das informações de interesse público”. Em se tratando da comunicação governamental, seu objetivo primordial é levar à opinião pública fatos de significação, ocorridos na esfera governamental (Torquato, 1985).

Para Matos (2011), a comunicação pública é o processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, como um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país. São atores que participam dessa comunicação: a sociedade, o terceiro setor, a mídia, o mercado, as universidades, as instituições religiosas e os segmentos a que se tem negado reconhecimento.

Portanto, o campo da comunicação no contexto da sociedade contemporânea contempla como principais característica, na opinião de Kunsch (2010), a visão abrangente da comunicação no âmbito das transformações sociais, a comunicação como um processo social básico, o poder das novas tecnologias de comunicação e da informação nos processos e mediações das transformações políticas, econômicas e sociais, e o papel dos profissionais de comunicação frente aos desafios da contemporaneidade.

AS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO E SUA FUNÇÃO SOCIAL

Ainda é bastante expressivo o número de jovens sem acesso à educação superior (segundo números do PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE, cerca de 25,1 milhões de pessoas de 15 a 29 anos não alcançaram o ensino superior completo em 2017, um aumento de 343 mil pessoas em comparação à 2016), bem como a escassez de vagas nas universidades públicas e o consequente crescimento desproporcional do ensino privado, de qualidade por vezes questionável. Soma-se a isso a necessidade de investir na formação científica e tecnológica visando o tão desejado desenvolvimento do País.

É importante lembrar que o papel das universidades, em especial tratamos aqui das públicas, está relacionado a uma luta antiga pelo acesso à educação pública superior de qualidade. Além disso, se a sociedade contemporânea é cada vez mais caracterizada como a “sociedade do conhecimento”, o papel social das universidades ganha um protagonismo inédito.

Em 2011, durante discurso de recepção ao presidente dos EUA, Barack Obama, no Brasil, a presidente Dilma Rousseff destacou que o Brasil é um dos países em que os investimentos em pesquisa e desenvolvimento mais crescem no mundo. Segundo relatório divulgado em 2010 da UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura) sobre Ciência, que analisa a ciência em torno do mundo, foram US\$ 23 bilhões gastos, em 2008, algo comparável aos investimentos da Espanha (US\$ 20 bilhões) e Itália (US\$22 bilhões) em termos absolutos. O relatório traz o Brasil ocupando o 13º lugar no ranking mundial de produção científica.

O conhecimento é o objetivo principal e a essência do sistema de educação superior, independente do país ou estrutura social. Nenhum conjunto de organizações trabalha tão fortemente a informação como forma de ampliar o conhecimento como as universidades. Isso ocorre, entre outros motivos, por conta do grande apoio das agências de fomento.

Portanto os recursos que subsidiam seus estudos vêm, direta ou indiretamente, da sociedade e os resultados desses investimentos precisam e devem voltar para ela como prestação de contas sobre a verba investida. Kunsch (1992) lembra, por meio de citação de Maria de Lourdes Fávero, que:

da mesma forma que a universidade deve se voltar e se preocupar com a criação, a produção de conhecimento, a busca de saber, necessita também pensar em como

disseminar competentemente esses conhecimentos. Tem de assumir que a socialização do conhecimento por ela produzido não é só um dever, mas um determinante ao se pretender uma universidade democrática.

A universidade pública, segundo Mendes, “é uma instituição de apoio ao desenvolvimento econômico e social, que contribui como elemento crítico e inovador para a interpretação e compreensão dos diversos momentos da história da sociedade”. Sua função está centrada em três pilares: ensino, pesquisa e extensão.

A universidade não pode se isolar do mundo em que vivemos hoje. Tem de estar presente e atuar de forma que seu ensino, sua pesquisa e seus serviços de extensão atendam às exigências dos novos tempos, sob a perspectiva de um enfrentamento dos problemas da estrutura socioeconômica vigente (KUNSCH, 1992, p.23).

Isso posto, vale ressaltar aqui o papel da comunicação neste cenário. A universidade deve servir ao desenvolvimento nacional e regional, integrando e interagindo-se com a sociedade por meio da produção científica e, conseqüentemente, da transmissão do conhecimento que é gerado pelos seus pesquisadores.

A finalidade primordial da universidade é a produção de conhecimento, a pesquisa científica, a procura dos princípios e mecanismos que conduzam à inovação tecnológica, os estudos literários, as especulações filosóficas e a criação artística. A investigação nos domínios da ciência e da cultura são os postulados da universidade que contribuem para a formação do cidadão possibilitando-lhe o exercício de funções especializadas em todas as áreas das humanidades, da ciência e tecnologia (LOPES, 198, p.214).

Cabe a ela, portanto, estruturar políticas de comunicação que visem criar mecanismos para levar ao conhecimento da sociedade civil, de forma clara e abrangente, as informações por ela produzidas. Como função social, a universidade deve focar suas pesquisas no levantamento dos problemas da sociedade e na proposta de soluções devidamente contextualizadas. Por isso, ela não deve somente reproduzir conhecimento, mas também gerar conhecimento visando solucionar estes problemas locais.

Esse estudo propõe justamente a análise de uma parceria firmada com o Superior Tribunal, com a finalidade de mitigar um dos grandes problemas da sociedade contemporânea, às Fake News, fazendo chegar à sociedade informações seguras, checas e verídicas, como forma de combater a desinformação generalizada, tão característica da sociedade contemporânea.

SOBRE O PROGRAMA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Neste último dia 7 de setembro de 2022, data em que se comemorou o Bicentenário da Independência do Brasil, várias manifestações foram realizadas pelo país. Porém, o que foi observado em várias delas foram manifestações eleitorais que pregavam defesas a atos inconstitucionais e antidemocráticos. Uma das principais bandeiras erguidas pela parcela da população que foi às ruas neste dia, relacionava-se à atuação do Supremo Tribunal Federal (STF), a instância máxima do Poder Judiciário no país.

Nas vésperas das comemorações, dois magistrados da Suprema Corte ocuparam lugar entre os assuntos mais comentados do Twitter, superando 56 mil menções, com comentários negativos lançados por apoiadores do atual governo. Porém, não se tratou de um movimento isolado. Os ataques aos ministros do STF e do TSE por parte de grupos identificados como de extrema-direita tem se intensificado nas redes sociais.

Há estudos, como do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Política (COMP) da PUC-Rio que pontam para uma expressiva alta dos ataques em especial no YouTube e TikTok. Observou-se que de janeiro em diante as publicações com menções críticas e ofensivas nesses canais vieram crescendo mensalmente e, em maio, registravam 1.524 vídeos, o que representa uma alta de 300%. Segundo entrevista da pesquisadora Letícia Capone ao veículo UOL:

Toda a semana há acontecimentos específicos envolvendo algum ministro ou algum dos tribunais que ganham destaque no meio da extrema-direita. (...) Na maioria das vezes, o objetivo dos comentários é esvaziar a importância do STF e TSE no cenário brasileiro.

Além disso, de acordo com pesquisa Datafolha de dezembro de 2021, 23% dos brasileiros veem como ótimo ou bom o trabalho do Supremo Tribunal Federal, enquanto 37% o consideram regular, e 34%, ruim ou péssimo.

Acompanhando este cenário, o Supremo Tribunal Federal criou, em agosto de 2021, o Programa de Combate à Desinformação com o objetivo de inibir práticas que possam afetar a confiança da população no Supremo, ou que distorcem o significado das decisões tomadas por essa instância, colocando em risco os direitos fundamentais e a estabilidade democrática. Segundo expressa o STF no site do Programa:

Para cumprir o objetivo, desenvolvemos projetos, ações e produtos com diversos parceiros para difundir informações corretas e explicar sobre o funcionamento e competências do tribunal de forma mais clara, com foco em aproximar o STF da sociedade. A estratégia se apoia no tripé: explicar, traduzir e humanizar, usando site, redes sociais e TV Justiça como plataformas de relacionamento com o público.

Segundo o site do STF, a Resolução n.742, de 2021, que instituiu o Programa de Combate à Desinformação (PCD) foi inspirada na Constituição Federal de 1988 e na Convenção Americana sobre Direitos Humanos, que determina que todos tem direito a informações e ideias de toda natureza, mas que é necessário coibir apologia ao ódio que constitua incitação à discriminação, à hostilidade, ao crime ou à violência.

O Programa de Combate à Desinformação atua em duas frentes principais: a atuação organizacional e as ações de comunicação. A primeira consiste na organização institucional, por meio de reuniões periódicas, aquisição de recursos tecnológicos para identificação de práticas de desinformação e discurso de ódio e aproximação com outras instituições públicas, de forma a viabilizar a publicização futura do Programa.

O segundo eixo consiste nas ações efetivas de comunicação do Programa, que estão divididas em três frentes: 1. Alfabetização midiática: capacitando servidores, funcionários, terceirizados, jornalistas e influenciadores digitais para identificação de práticas de desinformação; 2. Contestação de notícias falsas: via publicação de notícias em página denominada #VerdadesdoSTF contestando boatos e desmentindo informações falsas sobre o STF; 3. Valorização da Corte: criação e divulgação de materiais de comunicação para públicos diversos com a finalidade de disseminar informações verídicas e para gerar engajamentos positivos sobre o Tribunal.

Desde o início do Programa, o STF já produziu e difundiu 17 notas via ação #Verdades do STF, que foram envoltas ao universo social, político e o desafio de equilíbrio e harmonia dos poderes.

STF E UNIVERSIDADES PÚBLICAS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Três meses após a criação do Programa de Combate à Desinformação (em novembro de 2021) o STF fez um convite oficial às instituições de ensino, estimulando grupos de pesquisa a apresentarem ideias para parcerias com a corte. Nessa primeira chamada 15 universidades estaduais e federais, de diferentes estados e regiões, responderam ao convite. Hoje são 13 universidades participantes do Programa:

Na primeira etapa do Programa o Supremo Tribunal Federal priorizou a adesão de universidades públicas, convidando para a parceria com o tribunal aquelas que tivessem projetos ou especialistas na área. Por meio de reuniões individuais com cada instituição foram elaborados os termos da cooperação que podem envolver diversas ações distintas, de acordo com as pesquisas/atividades realizadas nas respectivas universidades, voltadas ao tema desinformação.

As universidades são parceiras estratégicas para o Programa porque ajudam o Supremo a se entender melhor. (...) Essa conexão entre o STF e a academia nesse espaço de diálogo se mostra muito valorosa na medida em que somente dessa forma poderemos mapear os grandes desafios e problemáticas a serem enfrentados na temática da desinformação e seus impactos, bem como perfilar possíveis soluções inovadoras que os espaços qualificados das universidades vêm cada vez mais debruçando.

O conjunto de universidades públicas é formado por um grupo interdisciplinar de docentes que se disponibilizaram em auxiliar o Supremo no Programa de Combate à Desinformação colocando em prática projetos de campanhas, palestras e pesquisas sobre a real missão e atuação do STF.

Para Juliana Marques, da Universidade Estadual da Paraíba e doutoranda em ciência da informação em entrevista à Folhapr “A desinformação está em todos os campos, e cabe a nós da universidade dar esse apoio ao STF, se juntar a outras organizações que estão participando dessa iniciativa para fortalecer essa ação”.

Um dos exemplos de ações colocadas em prática pelas universidades é o da Universidade Estadual da Paraíba, que tem atuado em duas frentes. Um deles é um

programa de extensão com escola de ensino médio de João Pessoa com oficinas de combate à desinformação e de letramento informacional. Essas oficinas também são oferecidas para estudantes do nível superior de áreas diversas da comunicação, ciência da informação e biblioteconomia. O outro programa é voltado para ações legislativas, com vereadores de câmaras de municípios da área do brejo paraibano.

Geralmente são vereadores de câmaras de poucos recursos. Alguns não têm nem assessor para orientações básicas, o grau de escolaridade é baixo. São pessoas que estão muito suscetíveis a essas nuances de desinformação sempre presente em nossa sociedade”, diz Juliana, da UEPB, à Folhapress.

Além das universidades públicas, o Supremo tem mantido também conversas com as plataformas e aplicativos desde a criação do programa. Porém, a priorização da parceria com as instituições de ensino superior, bem como alguns outros grupos da sociedade civil, se dá pela pelo entendimento de que o combate à desinformação deve ser tratado também na formação educacional.

Entende-se que, além de um amplo poder comunicacional disponível pelas universidades e bastante útil para o projeto, essas mesmas instituições possuem o poder de oferecer uma concepção midiática educativa que permite ao indivíduo em formação a capacidade de perceber e diferenciar o que é falso.

Outra universidade participante é a Universidade Federal do Ceará (UFC) que participa do projeto com o Grupo de Pesquisa Competência e Mediação em Ambientes de Informação (CMAI) que investiga fenômenos de desinformação e seus fluxos na Internet e nas redes sociais, com base em tópicos conceituais como desinformação, fake news e pós-verdade, entre outros. O grupo da UFC também pretende contribuir ao Programa por meio da realização de um projeto de extensão sobre produção e gestão de informação no combate à desinformação.

Na apresentação pública realizada pelo STF em 19 de maio de 2022, onde recebeu as universidades parceiras para um amplo diálogo, a responsável pela execução das ações do programa, a secretária de Comunicação do STF, Mariana Oliveira, afirmou que as universidades são as parceiras mais importantes desse projeto, porque têm uma capilaridade que o Supremo não tem. Afirmou, ainda, que a união de startups, com ferramentas tecnológicas, e as universidades, com as pesquisas, será fundamental para o desenvolvimento do Programa.

Ainda é cedo para se avaliar a efetividade e assertividade dessa aproximação das instituições de ensino superior públicas neste importante projeto do Supremo, porém o que essa pesquisa se propôs, nessa primeira fase, foi avaliar e repensar a função social das instituições de ensino e como elas podem participar ativamente como importante ator social para a formação de uma sociedade mais consciente e informada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A redução da desinformação somente ocorrerá quando os meios estiverem cada vez mais conectados informacionalmente, potencializando as ferramentas de cruzamento de dados, com a finalidade de permitir identificações de bases falsas de informações.

Em paralelo com essa situação, temos o desafio do fomento ao conhecimento político e social nos múltiplos níveis de educação no país, formando com o decorrer dos anos gerações mais críticas no que tange o tratamento e cruzamento das informações que lhe são dadas, dificultando a disseminação do processo de acusações, mentiras e demais orquestrações infundadas de notícias à sociedade.

As Universidades e as múltiplas instâncias do poder público devem estimular a fiscalização de notícias falsas ou distorcidas da realidade e provar com o decorrer do tempo a importância do trabalho de monitoramento informacional coletivo. As ações mais relevantes atualmente não podem seguir em combate da desinformação somente em momentos eleitorais, mas sim em todo o processo de acompanhamento político da sociedade.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, G.; RABAÇA, C. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

CARNIELLO, Mônica Franchi. Tese de Pós-Doutorado na Umesp. **Comunicação e Espaços Urbanos**: a imagem dos bairros concentradores de lançamentos imobiliários de São José dos Campos. São Bernardo do Campo: SP, 2009.

CARVALHO, Renata. **A sociedade contemporânea e as novas tecnologias da comunicação**. Disponível em <http://webcache.googleusercontent.com/>

[search?q=cache:JCTpOw3XhAgJ:www.riachao.com/modules.php?Fname%3DColunistas%26coluna%3D6+character%3%ADstica+da+comunica%C3%A7%C3%A3o+na+sociedade+contempor%C3%A2nea&cd=21&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&source](http://www.riachao.com/modules.php?Fname%3DColunistas%26coluna%3D6+character%3%ADstica+da+comunica%C3%A7%C3%A3o+na+sociedade+contempor%C3%A2nea&cd=21&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&source). Acesso em: 28 abr 2011.

CASTELLS, Manuel. A economia informacional: a nova divisão internacional do trabalho e o projeto socialista. **Cadernos do CRH**, n. 17, Salvador, julho/dezembro de 1992.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura.** A Sociedade em Rede. Vol. 1. 6ª. ed. São Paulo: Paz e Terra 1999a.

CASTELLS, Manuel. The informational economy and the new international division of labor. *In*: CARNOY, M. et al. **The new global economy in the information age.** Londres: MacMillan, 1993.

CORTEZ, Glauco R. **Os meios de comunicação como espaço-sujeito da sociedade contemporânea.** Artigo apresentado no IV Congresso da CiberSociedade 2009.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública.** São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: <http://www.jforni.jor.br/forni/files/Comp%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em: 17/11/2012.

Folha de S. Paulo. **Brasil atrai 60% dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, diz Unesco.** Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/829173-brasil-atrai-60-dos-investimentos-em-pesquisa-e-desenvolvimento-diz-unesco.shtml>. Acesso em 19 de março de 2011.

FolhaPress. **STF e Universidades Públicas se unem para combater a desinformação.** Disponível em: <https://politicaporelas.tv.br/2022/06/18/stf-e-universidades-publicas-se-unem-para-combate-a-desinformacao/>. Acesso em 20/08/2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA – INEP (2013). Censo da educação superior 2011 – resumo técnico. Brasília : Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2013. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/resumos-tecnicos>. Acesso em: 20 jan 2014.

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania.** São Paulo: Difusão, 2011, p. 23-37.

KUNSCH, M. M. K. Seminário de Comunicação dos Tribunais de Contas do Brasil, apresentado em 09 de junho de 2010, em Tocantins.

KUNSCH, M. M. K. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade.** São Paulo: Loyola, 1992, p.195.

LASTRES, Helena Maria Martins & ALBAGLI, Sarita. Chaves para o Terceiro Milênio na Era do Conhecimento. *In*: LASTRES, Helena Maria Martins & ALBAGLI (orgs), Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LOJKINE, Jean. A Revolução Informacional. São Paulo, Editora Cortez, 1995.

LOPES, José Leite; MOREIRA, Ildeu de Castro (Orgs.). **Ciência e Liberdade:** escritos sobre ciência e educação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

MATOS, Heloisa. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. *In* KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania.** 1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

NOVELLI, Ana Lucia. O Papel Institucional da Comunicação Pública para o Sucesso da Governança. Em ORGANICOM, **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, ano 3, nº 4, 1º semestre 2006.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. “De públicos para cidadãos: reflexão sobre relacionamentos estratégicos”. *In* FARIAS, Luiz Alberto (Org.). **Relações Públicas Estratégicas.** São Paulo: SP. Summus Editorial, 2011.

PÉREZ, Rafael Alberto. **Estrategias de Comunicación.** Ariel Editores, España, Barcelona, 4ª Ed., 2008.

RIBEIRO, Lavina. Comunicação, Cultura e Cidadania no Brasil. *In*: **Comunicação e Espaço Público**, nº 2, agosto/setembro de 2001.

UOL. **Ataques ao STF em canais de extrema-direita no YouTube crescem 300% no ano.** Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/columnas/chico-alves/2022/07/14/ataques-ao-stf-em-canais-de-extrema-direita-no-youtube-crescem-300-no-ano.htm>. Acesso em 03/09/2022.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

PERFIL DOS AUTORES

Alessandra de Castilho

Doutora em Ciências Humanas e Sociais pela Universidade Federal do ABC. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, Especialista em Comunicação Empresarial pela UMESP e Graduada em Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. Relações Públicas na Universidade Federal do ABC, com experiência na Coordenação da Assessoria de Comunicação na mesma instituição. Pesquisadora nos temas: Comunicação Pública, Comunicação Política, Democracia, Educação Superior. E-mail - alessandra.castilho@ufabc.edu.br

Roberto Gondo Macedo

Doutor em Comunicação Social, com Pós-Doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes - ECA - USP. Mestre em Administração com ênfase em Regionalidade e Gestão, MBA Executivo em Marketing. Coordenador de Pesquisa do Centro de Comunicação e Letras - CCL, da Universidade Presbiteriana Mackenzie - UPM, onde também coordena o Observatório de Marketing Política e Governamental - OMPG. Coordenador do Grupo de Trabalho de Comunicación Política y Medios, da ALAIC. Presidiu a Sociedade Brasileira de Pesquisa - POLITICOM, de (2011-2020). Conferencista na área de comunicação pública e estratégica. E-mail - roberto.macedo@mackenzie.br

DIREITO À INFORMAÇÃO, JORNALISMO E CIDADANIA COMUNICATIVA

Ana Carolina Brandão Silva

Carlo José Napolitano

INTRODUÇÃO

A internet se faz presente em diferentes aspectos das nossas vidas, sejam eles sociais ou de cunho comercial, já que, em algum grau, passamos a nos relacionar e a consumir segundo sua lógica. A despeito de suas vantagens, sua influência passou a ser questionada. No jornalismo, discutiam-se, por exemplo, os impactos da convergência digital, da proliferação de espaços de conteúdos informativos e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Como em outros momentos, com o advento de novas tecnologias e técnicas, a viabilidade do jornalismo foi colocada em dúvida.

Entre os que profetizavam o fim do jornalismo, destaca-se o jornalista e professor espanhol José Luis Martínez Albertos. Em suas previsões, o profissional considerava que juntamente com o desaparecimento dos jornais impressos em 2020, desapareceria também o próprio jornalismo. Em sua visão, o discurso jornalístico pertencia à modernidade e não à pós-modernidade. Argumentava ainda que as novas tecnologias tornariam o jornalismo desnecessário, as pessoas não mais necessitariam dele ou simplesmente perderiam o interesse.

Outros profissionais e teóricos também passaram a fazer coro a essa visão e a questionar a viabilidade do jornalismo com o advento das novas tecnologias. Se o indivíduo munido de um *smartphone* era capaz de relatar em primeira mão os acontecimentos, qual seria, então, a relevância do profissional de jornalismo? Tratava-se de uma profissão descartável?

Com a pandemia da Covid-19, decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, essas perguntas parecem ter sido respondidas. Isso porque, os jornalistas são os principais responsáveis pela disseminação de informações confiáveis, de qualidade, verificadas e tratadas. Ou seja, são figuras indispensáveis

principalmente em um momento em que o espalhamento de notícias com claro propósito de confundir a população se tornou um expediente comum nas redes sociais e com consequências inegáveis para a saúde pública.

Em retrospecto, é possível identificar que a relevância do jornalismo foi tema de diferentes estudos. Entre eles, destaca-se o desenvolvido por Gentilli (2005). Discorrendo sobre o tema, Gentilli (2005, p. 125) chama a atenção para o fato de que informação jornalística é, simplesmente, indispensável para o estar no mundo nos dias de hoje. O que alguns autores chamam de “necessidade social da informação” é hoje suprida sobretudo pelo jornalismo.

O estudo sobre a informação, mais especificamente o acesso à informação e a sua relação com a cidadania, é uma das principais contribuições do autor, que critica o fato de que a bibliografia teórica sobre o conceito de cidadania não fazia referência direta ao direito à informação. O inverso também era observado, ou seja, literaturas que abordavam questões do direito à informação não se apoiavam em obras que contextualizavam “a discussão no debate em torno do conceito de cidadania”.

Um dos pontos centrais discutidos por Gentilli (2005, p. 128) é o fato de que, na sua visão, o direito à informação deve ser compreendido como um direito relacionado aos outros direitos, “incluindo, obviamente, as contradições e os antagonismos destes”. Para ele, trata-se de um direito que promove o exercício da cidadania e “permite ao cidadão o acesso e a crítica aos instrumentos necessários ao exercício pleno do conjunto dos direitos de cidadania”.

Nesse sentido, concluiu-se que a informação pública é um pressuposto indispensável para se exercer a cidadania, sendo um fator de extrema relevância para o processo de aprofundamento democrático:

Como consequência do raciocínio, o entendimento de que o acesso à informação é uma porta de acesso a outros direitos: numa sociedade de massas moderna, o acesso à informação jornalística, por parte do cidadão, pode potencialmente vir a consistir num direito que assegura outros direitos, confere condições de igualização de sujeitos e oferece visibilidade ao poder e ao mundo (GENTILLI, 2005, p. 128).

No entendimento de Gentilli, em oposição às reflexões que tratam os direitos de cidadania em seu sentido estrito, o acesso à informação se configura como um direito-meio, já que se trata de uma porta de acesso a outros direitos. Para que o indivíduo seja capaz de acessar plenamente outros direitos, o acesso à informação é um componente indispensável.

Diferentemente dos direitos fins (civis, sociais e políticos), o direito à informação tem como especificidade a capacidade de potencializar o exercício da cidadania, sendo assim essencial para a vida em democracia. Em linhas gerais, o direito à informação representa um direito de acesso à esfera pública e, portanto, antagoniza com o direito à privacidade.

Munido de informações relevantes, o sujeito é capaz de realizar seus próprios julgamentos e escolhas e atuar de maneira autônoma. Aqui, faz-se necessário destacar o modelo típico-ideal de jornalismo proposto por Gentilli. Tal modelo tem como pressupostos básicos um jornalismo capaz de oferecer uma forma de conhecimento do mundo que garanta ao cidadão as condições necessárias para a efetivação de suas próprias escolhas. Além de permitir ao cidadão meios para o exercício dos direitos políticos, cabe ao jornalismo também, no modelo proposto pelo autor, oferecer informações básicas (jornalismo de serviço) ao público, além de pensar “a práxis profissional no contexto amplo de ampliação da cidadania, do pluralismo, da liberdade, da democracia” (GENTILLI, 2005, p. 143).

Ainda sobre o modelo de jornalismo típico-ideal desenvolvido por Gentilli, o autor considera que o jornalista é um mediador, responsável por filtrar, selecionar e organizar os elementos e informações para o julgamento do leitor. O pesquisador faz a ressalva de que trata-se de uma mediação ativa, não passiva, já que envolve papéis, funções, ética e fazeres. Como se sabe, a informação passa pelo tratamento do jornalista, ela não é oferecida em seu estado bruto. O jornalista ao organizar as informações possibilitando condições de escolha presta um serviço ao cidadão consumidor da informação. Vale ressaltar ainda que, para o autor, não existe contradição na ideia de jornalismo como mediação e jornalismo como representação. Na sua concepção, o representante busca a informação no lugar daquele que tem interesse nesta informação. “Assim, a ação como representante é uma das formas de ação da mediação. O jornalista representa o leitor exatamente porque é mediador” (GENTILLI, 2005, p. 144).

Em consonância com Gentilli, Paulino (2015, p. 7), em suas reflexões acerca da qualidade da atuação da mídia, enfatiza que o jornalismo deve fornecer informações necessárias para que os cidadãos compreendam os fatos que têm impacto na vida em sociedade, “contribuindo com a tomada de decisões individuais e coletivas”.

Voltando para a análise de Gentilli, ao se referir ao direito ao acesso à informação como “direito-meio”, o autor tem como objetivo enfatizar que tal direito não se realiza

em si mesmo, sendo, no entanto, um componente essencial para que o indivíduo possa fazer suas escolhas em relação ao exercício pleno dos demais direitos:

Nas sociedades modernas, estruturadas como democracias representativas, como já visto, todos os direitos em alguma medida relacionam-se com o direito à informação: o alargamento da participação na cidadania pressupõe um alargamento do direito à informação como uma premissa indispensável, um pressuposto (GENTILLI, 2005, p. 129).

Vale salientar também que a concepção do direito à informação do teórico considera o fato de que a democracia não é uma definição estática ou fechada. Na verdade, para que ocorra o seu aprofundamento é indispensável a informação oferecida e tornada pública pelo jornalismo. Resumidamente, a “indústria jornalística é uma indústria que produz um direito” (GENTILLI, 2005, p. 147).

Outra contribuição do teórico que aqui merece destaque é a ideia de que a qualidade da informação, ou melhor, a exigência por ela, está diretamente relacionada ao fato da sociedade se tornar cada vez mais portadora de direitos da cidadania. Em sua concepção, “o cidadão, à medida que participa mais efetivamente da sociedade, que seus direitos se consolidam, passa a exigir, a ter como referência uma informação de melhor qualidade” (GENTILLI, 2005, p. 151).

Outros teóricos também chamaram a atenção para a relevância do acesso à informação de qualidade. De acordo com Raddatz (2015, p. 110), o poder do cidadão de se posicionar, defender suas opiniões e discuti-las com outras pessoas, ou seja, tornar-se crítico e esclarecido, conferindo a ele a aptidão para participar “das ações que interessam à coletividade” está diretamente relacionado ao acesso à informação. Porém, não se trata apenas do acesso, mas a possibilidade do cidadão “optar por uma informação de qualidade, que seja produzida numa instância comprometida com a pluralidade e a diversidade”.

Outro ponto a ser destacado é o de que os meios, independentemente de sua natureza, sejam públicos ou privados, possuem uma responsabilidade para com a sociedade, pois apesar de serem instituições livres, devem prestar contas à Justiça e aos cidadãos (SOARES, 2009). A responsabilidade da mídia é tema de pesquisas desenvolvidas por autores como Paulino (2015). Em suas análises, o autor considera que a atuação e a responsabilidade social da mídia podem ser aprimoradas a partir da definição e da aplicação de instrumentos como canais de prestação de contas, códigos de ética

e por meio de amparo legal, capaz de compatibilizar liberdade de expressão e outros direitos.

Analisando especificamente o caso brasileiro, no que diz respeito à criação de instrumentos de promoção de prestação de contas ou de responsabilidade social dos veículos de comunicação, o autor faz menção à uma terceira perspectiva, que se diferencia daquelas que focam apenas no mercado ou na regulação. Trata-se da perspectiva que considera que a qualidade jornalística pode ser fruto da cooperação entre lei, mercado e deontologia:

Em outras palavras, a precisão do ofício jornalístico, pode resultar de diálogos e iniciativas de responsabilidades pelas empresas, profissionais, Estado e sociedade contribuindo com a definição e aplicação prática de padrões de qualidade (PAULINO, 2015, p. 8).

Colaboraram também para as análises sobre responsabilidade da mídia e qualidade do jornalismo, Rothberg e Vanzini (2014). Para os autores, é necessário determinar critérios de verdade e relevância dos fatos noticiados. Como ressaltado pelos teóricos, verdade não diz respeito à “idealização do jornalismo ou a tentativa de vencer as amarras ideológicas da linguagem” (ROTHBERG; VANZINI, 2014, p. 101):

Na verdade, a ideia de verdade se relaciona à afirmação de exigência democrática de um tratamento contextualizado, abrangente e plural dos fatos e acontecimentos, para fazer jus à sua complexidade e às demandas contemporâneas pela formação da cidadania em sua dimensão do direito à informação.

Além da atuação dos meios de comunicação e do jornalismo profissional no sentido de viabilizar e promover a cidadania a partir do oferecimento de informação de qualidade e confiável em um contexto marcado por desinformação, destaca-se também a importância da participação dos próprios cidadãos nesse processo a partir de práticas de cidadania comunicativa. Por meio de tais práticas, é possível, entre outras coisas, ter acesso a conteúdos de interesse social, ampliar a cidadania e democratizar a informação.

Considerando essas premissas introdutórias, na próxima seção serão apresentadas práticas da cidadania comunicativa, com exemplos de *podcasts* produzidos por moradores das periferias.

CIDADANIA COMUNICATIVA NA PRÁTICA: A EXPERIÊNCIA DOS PODCASTS FEITOS NA PERIFERIA PARA A PERIFERIA

Diferentemente das mídias hegemônicas em que a participação do cidadão se dá de maneira restrita, práticas de cidadania comunicativa possuem como principal diferencial a possibilidade de reconfigurar a ação dos sujeitos no espaço público, caso, por exemplo, das rádios comunitárias. A ideia principal é a de que a ação comunicativa assume uma posição de destaque para a construção e prática da cidadania.

Em linhas gerais, parte-se do pressuposto de que os cidadãos devem ter garantidos o acesso, a apropriação e a participação nos meios de comunicação e plataformas digitais. Trazendo para o contexto atual, é possível citar como prática de cidadania comunicativa a experiência do Próxima Parada, *podcast* jornalístico diário que aborda assuntos relacionados às periferias do Brasil, em especial, periferias localizadas na região metropolitana de São Paulo. De acordo com sua descrição na plataforma de áudio *Spotify*, o *podcast* realiza uma “cobertura mais conectada à realidade de áreas distantes dos centros econômicos [...] apresenta histórias, notícias e relatos sobre os mais diversos temas, como educação, emprego, saúde, segurança, habitação, cultura e lazer [...]”. A iniciativa é uma parceria do próprio *Spotify* com a Agência Mural de Jornalismo das Periferias, agência esta formada por mais de 70 comunicadores que vivem nas periferias.

Outro exemplo de experiência de cidadania comunicativa é a do *podcast* *data_lábia* produzido pelo *data_labe*, laboratório de dados situado na Favela da Maré (RJ) e liderado por jovens moradores de comunidades cariocas. Entre os temas abordados, destacam-se o racismo nas abordagens policiais, falta d’água na Maré, saneamento sanitário, a questão dos resíduos sólidos, o desemprego nas periferias, entre outros.

O *podcast* em questão é um projeto que se destaca por sua ação política e participação nos atuais processos comunicacionais. Por meio dele, os moradores de um local que recebe um tipo específico de atenção da mídia tradicional focada apenas na questão da violência têm a oportunidade de difundir suas próprias vozes e transmitir conteúdos que refletem a realidade local. Tal prática resguarda semelhanças com a atuação das rádios comunitárias, principalmente pelo fato de abordar temas de interesse local. Como pontuado por Peruzzo, a rádio comunitária:

[...] transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação,

melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas. A emissora radiofônica comunitária permite ainda a participação ativa e autônoma das pessoas residentes na localidade e de representantes de movimentos sociais e de outras formas de organização coletiva na programação, nos processos de criação, no planejamento e na gestão da emissora. Enfim, baseia-se em princípios da comunicação libertadora que tem como norte a ampliação da cidadania (PERUZZO, 2007, p. 69-70).

Ainda sobre a questão da cidadania comunicativa, faz-se necessário ressaltar também que práticas de cidadania comunicativa viabilizam a participação efetiva do cidadão nas dimensões simbólicas e culturais aos quais está inserido.

Outra questão que vale nota é a reflexão sobre a maneira como a cidadania comunicativa atua no sentido de ampliar direitos civis, políticos e sociais (a exemplo do direito à informação) já conquistados.

Se considerada a questão da desinformação em seu sentido mais amplo, indo além da ideia de que o fenômeno se restringe apenas aquilo que é falso, englobando também informações fragmentadas, descontextualizadas, manipuladas, distorcidas, estereotipadas e imprecisas, é possível afirmar que práticas de cidadania comunicativa como *podcasts* feitos na periferia atuam no sentido de combater e fazer um contraponto a esse cenário. Tal afirmação se relaciona ao fato de que além da própria democracia, a desinformação também tem o potencial de afetar processos políticos e até mesmo políticas públicas. Ao oferecer um outro olhar sobre a vida na periferia, seus moradores têm a oportunidade de comunicar sua própria realidade. Isso é possível graças ao desenvolvimento da tecnologia.

Apesar dos reconhecidos riscos do uso indevido das tecnologias, mais especificamente das redes sociais e das suas consequências com destaque para a desinformação, faz-se necessário realçar também seus efeitos positivos. Com a internet e seu desenvolvimento, fronteiras antes bem delimitadas do processo comunicativo são rompidas e o cidadão passa a ser capaz de assumir também a posição de produtor, a participar de maneira mais efetiva, se expressar, ser visto e expor em público suas opiniões. Porém, vale pontuar que a cidadania comunicativa não se restringe apenas a possibilidade de expressão, mas também a garantia da visibilidade pública.

Em linhas gerais, ações de cidadania comunicativa agem no sentido de ampliar o entendimento em relação ao direito à comunicação, visto também como o direito de comunicar. No entanto, vale ressaltar que, como alertado por Mata (2016, p. 13), a

cidadania comunicativa “ultrapassa a dimensão jurídica e alude à consciência prática, à possibilidade de ação”.

Ações de cidadania comunicativa como as experiências dos *podcasts* referenciados são claros exemplos de ampliação do acesso, representam a possibilidade de construção de projetos comunicativos próprios e de distribuição de conteúdos que objetivam pluralizar as representações da periferia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho permite concluir, sem nenhuma pretensão conclusiva, e de acordo com a literatura manuseada, que as experiências como as dos *podcasts*, que se utilizam de tecnologias, apresentados na seção anterior favorecem a cidadania e democratizam o acesso à informação (PERUZZO, 2007), além de propiciar que grupos antes excluídos do debate público exerçam ativamente a cidadania comunicativa, colocando-a em prática (MATA, 2016).

Ademais, a produção, a divulgação e o acesso à informação por comunidades periféricas abrem portas para o conhecimento e reconhecimento de outros direitos para essas comunidades (GENTILLI, 2005). Em outros termos e dito de outro modo, o direito à informação trata-se de ter acesso a informações sobre outros direitos, como o direito ao saneamento básico, ao trabalho, à cultura, à abordagem policial respeitando os direitos humanos, dentre outros mencionados.

Em suma, a democratização do acesso, da produção e da divulgação de informações de qualidade, em especial, em tempos de desinformação, cumpre um papel fundamental para a cidadania, que pode ser definida como “o direito a ter direitos”, ou o direito a ter informações de qualidade sobre os mais diversos direitos dos cidadãos.

Contudo, não se desconsidera os possíveis e sabidos riscos do uso indevido das redes sociais, que favorece sobremaneira a divulgação de informações não tratadas e verificadas. No entanto e a despeito disso, os benefícios são inegáveis para aqueles que nunca tiveram oportunidade de expressar a sua voz, transformado o direito de informação e de comunicação em prática e ação social para esses grupos antes marginalizados, tornando-os visíveis para a própria comunidade e fora dela.

REFERÊNCIAS

MATA, Maria Cristina. Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. São Leopoldo, RS, VIII (1), janeiro/abril, 2006, p. 5-15.

PAULINO, Fernando Oliveira. **Ética, responsabilidade e qualidade do jornalismo**. 2015.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, n. 24, p. 38-57, 2011.

PERUZZO, Cicília MK. **Rádio comunitária, educomunicação e desenvolvimento**. O retorno da comunidade: os novos caminhos do social, p. 69-94, 2007.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação**. Edipucrs, 2005.

ROTHBERG, Danilo; VANZINI, Kátia Viviane da Silva. Contribuições à análise de qualidade do jornalismo na comunicação pública digital. **Conexão: Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 24, p. 97-113, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/135177>.

SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Editora UNESP. São Paulo: Cultura Acadêmica. 2009.

PERFIL DOS AUTORES

Ana Carolina Brandão Silva

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru/SP. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. e-mail: acb.silva@unesp.br.

Carlo José Napolitano

Professor Associado da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Departamento de Ciências Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru/SP, Livre-Docente em Direito à Comunicação, Pós-Doutor pelo Departamento de Direito do Estado, da Faculdade de Direito, da USP, membro do grupo de pesquisa Mídia e Sociedade/CNPq, coordenador da linha de pesquisa Direito à Comunicação. e-mail: carlo.napolitano@unesp.br.

O JORNALISMO NA HISTÓRIA DAS EPIDEMIAS: UM INSTRUMENTO CONTRA A DESINFORMAÇÃO DIANTE DA INFODEMIA GLOBAL

Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

Roberto Bernardo

Jéssica Dayane Nunes Pessôa

INTRODUÇÃO

A função social da imprensa, enquanto prestadora de serviço de interesse público no combate a desinformação, ganha importância ainda maior quando a sociedade se depara com uma epidemia. Isso pode ser observado ao longo dos séculos em folhetos com instruções que eram lidos em praças públicas, nas páginas dos jornais mais antigos ou na imprensa atual, com todos os seus recursos.

Quando se acessa hoje um site na internet para verificar como está a situação da pandemia da Covid-19 são encontradas informações em tempo real, comentários, instruções para evitar a contaminação, opiniões de especialistas, dados de contágio, de morte e de recuperados, índices de mortalidade, curva epidêmica, principais sintomas, enfim uma infinidade de dados que, apesar de levantados por órgão e agentes de saúde, são organizados e disponibilizados, em sua maioria, pela imprensa.

Nem sempre se encontrou a vastidão de informações disponíveis como atualmente. Pode-se dizer que a internet e os canais de rádio e televisão especializados em notícias, juntos, foram capazes de produzir uma quantidade de informações sobre a pandemia nunca vista na história das epidemias. As epidemias estão seguindo o processo da sociedade em rede e assim, algumas tornaram-se pandemias. Em decorrência, as informações, que há muito já circulam em rede, são disponibilizadas levando em consideração as características de uma sociedade globalizada. De acordo com Castilho (2020, p.3), no que se refere à condição de globalização do Novo Coronavírus, não existe nenhum exagero, “reiterar a metáfora de que se trata de um vírus urbano, das redes – aquele que, apesar de não se constituir biologicamente

como adenovírus³⁴, é tributário da modernização contemporânea e, por isso, carrega figurativamente o DNA da globalização”.

Apesar desta pandemia ser a que já produziu mais notícias dentre todas as epidemias e pandemias da história mundial das doenças epidêmicas, a imprensa também teve papel importante em outros períodos, no que se refere à conscientização da população sobre cuidados a serem tomados e também para registro histórico. Nesse contexto, este capítulo objetiva analisar o papel social da imprensa ao longo da história das epidemias como um instrumento contra a desinformação. Para tanto, foram selecionadas algumas epidemias ao longo dos séculos, são elas: Cólera Mórbus; Gripe Espanhola e, por fim o Novo Coronavírus (Covid-19).

JORNALISMO: UM ALIADO NO COMBATE ÀS EPIDEMIAS E À DESINFORMAÇÃO

A sociedade europeia do século XIX passou por uma enorme onda de crescimento populacional. Muito desse crescimento, como afirma Santos (2006), se deve à redução dos níveis de mortalidade. No entanto, em virtude de um crescimento desordenado, falta de saneamento básico nas cidades, novas doenças começaram a vitimar a Europa e, o cólera³⁵ foi uma das epidemias que causou maior impacto social, apesar de não ter sido responsável por uma significativa redução populacional, como relata o autor.

Todavia, a epidemia de cólera ganhou um importante aliado tanto para os cuidados de contaminação, sintomas e medicamentos, quanto, mais tarde, para fins de registros históricos – o jornalismo – nos moldes mais próximos do modelo que se tem na atualidade, no sentido de prestador de serviço de interesse público e educativo. Um exemplo desse exercício pode ser verificado no *London Gazette*, um jornal londrino fundado em 1665. O jornal divulgava com frequência notícias sobre a epidemia de cólera e teve um papel importante desde o início, quando noticiou que foram efetuadas tentativas para evitar com que a doença atingisse o continente europeu, com a quarentena de navios que chegavam aos portos londrinos como se pode verificar no trecho

34 Adenovírus são vírus de DNA que são classificados como três antígenos capsídeos (hexon, penton e fibra).

35 Cólera é uma infecção intestinal causada pela ingestão de alimentos ou água contaminados pela bactéria *Vibrio cholerae*. Quando não tratado rapidamente, pode levar à morte do doente (CASTANHO, 2018).

(...) e considerando que foram recebidos avisos de que o cólera-morbus tem feito progressos alarmantes em certas províncias do império russo, é ordenado no Conselho que todas as embarcações provenientes ou que tenham tocado em qualquer porto ou local na Rússia, e com destino a qualquer porto ou local do Reino Unido, ou ao interior de Guernsey, Jersey, Alderney, Sark ou Man, bem como a todos os navios, embarcações e pessoas que tenham tido contato com esses navios, deverão ultrapassar os limites dos portos mencionados, dirigindo-se ao mais próximo e mais conveniente do seu porto de destino (GAZETTE, 27 de maio de 1931, p.1027. Tradução nossa).

Assim como a imprensa inglesa, os jornais portugueses também tiveram um papel de destaque para conscientização da população sobre o cólera. De acordo com Almeida (2011, p.1058), “a maioria dos jornais dedicou grande atenção a essa doença, divulgando as medidas sanitárias e as preocupações das autoridades públicas, além de emitir opiniões sobre as mesmas”.

Em consonância com a imprensa atual, os jornais portugueses da época também procuravam ouvir especialistas e encontrar explicações científicas e racionais para a epidemia. Nesse sentido, criticavam com veemências os costumes e crenças religiosas que tentavam explicar a doença com argumentos sobrenaturais. Para se ter uma ideia, só no ano de 1855 foram registradas no Jornal O Comércio 13 notícias sobre cerimônias religiosas para prevenir o cólera. Tais manifestações religiosas também foram frequentes em outras epidemias, como foi o caso das cerimônias de flagelos, proibidas pelo Papa Clemente VI, em 1349, durante a Peste Negra. O papa condenou na época também as acusações da doença ser atribuída aos Judeus (FOLLADOR, 2018).

Nesse contexto, os jornais portugueses buscavam informar a população sobre os aspectos científicos e racionais da epidemia, apresentando os cuidados que deveriam ser tomados e responsabilizando a falta de higiene e condições de desnutrição pelo desenvolvimento da doença. De acordo com Almeida (2011), os jornais da época objetivavam ensinar os leitores e para isso publicavam detalhes sobre os sintomas do cólera, assim como instruções sobre como se alimentar. Exemplo disso pode ser visto na edição de 26 de maio de 1855 do jornal O Século³⁶, quando foi publicada a seguinte recomendação referindo-se ao cólera: “fricções nas extremidades, água quente, chá, canja, e um xarope com goma-arábica, ovo e láudano” (p.2). Apesar de causar

36 O jornal O Século era um periódico diário matutino português, veiculado na capital entre os anos de 1880 e 1977. Foi fundado pelo jornalista Sebastião de Magalhães Lima.

estranheza nos dias de hoje, estas eram recomendações médicas indicadas para o que até então se sabia sobre a doença.

Há de se fazer uma consideração a respeito do posicionamento da imprensa portuguesa da época. Como havia uma divergência sobre o contágio do cólera entre os médicos, as medidas de quarentena impostas pelo governo no início da epidemia, foram severamente criticadas pelos jornais portugueses, pois atrapalhavam o comércio. No entanto, por outro lado, as medidas de higienização das casas, ruas e pessoas eram defendidas com fervor (CASTANHO, 2018; ALMEIDA, 2011).

Também os jornais norte-americanos só reconheceram a epidemia de cólera após a doença ter sido fortemente estabelecida nos Estados Unidos. Até então falavam da doença apenas no continente europeu, mas após o avanço do cólera nos Estados Unidos (EUA), a imprensa testemunhou e publicou as mortes e as fugas dos grandes centros. O Jornal *New Albany Democrat*³⁷, em sua edição de 17 de julho de 1849, dizia que restavam apenas cinco famílias em Washington e que o restante ou estava morto ou havia fugido da doença.

Veículos da imprensa ligados a instituições religiosas apresentavam a relação entre a epidemia e a ira de Deus, assim como se viu nos jornais portugueses e na atribuição de responsabilidade da Peste Negra aos Judeus. *The Standard*, um jornal americano publicado pelo Departamento de Teologia do Hanover College, em 1835, refletindo as crenças presbiterianas da época veicula: “Consideramos o cólera o julgamento de Deus sobre uma nação pecaminosa, uma nação intemperada e ingrata que quebrou o sábado e que roubou e estragou o índio e reteve o que é justo e correto do africano escravizado”³⁸ (THE STANDARD, 1835. Tradução nossa).

No Brasil, a Epidemia do Cólera Morbus chega em 1855 e, de acordo com Santos (2016), desencadeia as primeiras instituições médico-científicas no país. Neste mesmo ano, na edição do dia 18 de dezembro, o *Jornal do Commercio*³⁹ de Pernambuco publica um balanço da epidemia de cólera no Rio de Janeiro, com a morte de 3.968

37 Jornal fundado em 1859, pelo senador Delazon Smith, foi publicado até 1862.

38 “Were gard cholera as the judgment of God upon a sinfulness, an intemperate, ungrateful Sabbath-break ingnation a nation which has robbed and spoiled the Indian and with held that which is just and right from the en slaved African. Cholera will go where it is sent. Best advice: Be ready for death. Death stands at your door. Repent of your sins.”

39 O Jornal do Commercio de Pernambuco publicou sua última edição em 29 de abril de 2020. Era, até então o jornal mais antigo em circulação no Brasil, de forma ininterrupta. O jornal foi fundado em 01 de outubro de 1827 e tem um acervo importante para a história do Brasil.

peessoas. Já o *Diário de Pernambuco*⁴⁰, edição de 24 de março de 1862, registra o estado de desânimo da população pernambucana diante do reaparecimento do cólera. Percebe-se que num período de sete anos a doença já havia ultrapassado os limites do Rio de Janeiro, atingido o estado de Pernambuco, feito vítimas, desaparecido e retornado.

Interessante relatar que o *Diário do Rio de Janeiro*⁴¹, já noticiava o Cólera Morbus muito antes da epidemia chegar em terras brasileiras, alertando para os cuidados a serem tomados pelas autoridades sanitárias. Em 13 de outubro de 1845, o jornal publica a seguinte nota: “Índia - O cóleramorus fazia grandes estragos em Punjab, morrendo diariamente 500 a 700 pessoas. Os efeitos d'este flagelo tem imposto silencio às ambições e acalmado as paixões políticas, que ali disputava o mando” (p. 1. Todos os textos serão transcritos como publicados, utilizando o português da época). E em 07 de abril de 1949 outra nota relata a doença em Nova Iorque, mas já solicitando providências em terras brasileiras.

Circular aos presidentes das províncias e ao provedor de saúde d'este porto, communicando-se ter apparecido o cólera morbus em New-York, bem que por ora com carácter pouco assustador; a fim de darem as providências sanitárias, que forem convenientes, de conformidade com o regulamenton. 268, de 29 de janeiro de 1843 (DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO, 07 de abril de 1949, p.1).

O Jornal O Cearense⁴², edição 873, ano de 1855, traz um texto interessante sobre a prevenção ao Cólera Mórbus que mistura ciência e uma certa superstição, a qual o jornal faz menção com algumas observações interessantes: “como na opinião daquelles abalisados professores, que quando não faça bem, mal não fará, no entanto, que apresentão exemplos e resultados obtidos em diferentes partes da Europa” (p. 4). Seguindo-se a essa observação havia o conselho: “consiste em trazer unida à pelle, junto do estômago, uma chapa de cobre muito lisa, e do tamanho de duas a quatro polegadas. Dizem eles, que logo que esta chapa faz uma nodoa esverdeada na pele, a pessoa que traz fica livre da cholera” (p.4).

40 Fundado em 07 de novembro de 1825, deixou de circular em alguns momentos e hoje é o jornal mais antigo da América Latina em circulação.

41 Fundado em 01 de junho de 1821, o jornal circulou até o ano de 1878.

42 Fundado em 04 de outubro de 1846, o jornal circulou até o ano de 1892.

Embora a notícia não tenha base científica, a ciência da época pouco sabia sobre o cólera, por isso acabavam surgindo muitas recomendações que tentavam ao mesmo tempo se apoiar em uma lógica racional, mas acabavam por incorporar opiniões advindas de um senso comum. Spratt (2001), ao falar sobre a mídia e a ciência, referindo-se a próxima epidemia que se abordará neste capítulo, a Gripe Espanhola, diz que ambas (mídia e ciência) valorizam os fatos observáveis como chaves da verdade, o que provavelmente resultará em temáticas e estruturas textuais semelhantes entre a comunicação científica e a jornalística.

No início do século XX, com maior exatidão, no ano de 1918, o mundo conhece mais uma epidemia que iria povoar as páginas dos jornais, tratava-se da Gripe Espanhola, causada pelo Vírus Influenza. Apesar do nome, a Gripe Espanhola não surgiu na Espanha e ficou assim conhecida pela vasta divulgação da doença feita pela imprensa espanhola. Matou mais gente que a Primeira e Segunda Guerras Mundiais juntas, cerca de 50 milhões de pessoas, sendo a maioria jovens (TAUBENBERGER, 2006).

Trilla, Trilla e Daer (2008) afirmam que as primeiras notícias sobre a Gripe Espanhola tenham surgido na Espanha e, de lá por meio da Agência Londrina Reuters ganhou o mundo. Segundo os autores, a Gripe Espanhola apareceu pela primeira vez publicamente no jornal ABC⁴³ de Madri, em 22 de maio de 1918. As notícias diziam que a disseminação de uma doença que se assemelhava à influenza havia sido observada na cidade e que, devido à grande aglomeração de pessoas que participavam das festas de San Isidro na cidade, espalhou-se rapidamente. Segundo Honigsbaum (2013), ainda no mês de maio, os jornais ingleses *Daily Express*⁴⁴ e o *Daily Mail*⁴⁵ também publicaram sobre a “estranha doença” que atacava Madri.

Em 24 de junho de 1918, o jornal escocês *The Scotsman*⁴⁶ relata a chegada do vírus a Paris. “Paris, domingo. – Em alguns casos, a gripe espanhola é comumente relatada. É uma gripe comum, mas se espalhou com a rapidez de uma epidemia” (p. 3. Tradução nossa).

Um pouco mais de três meses depois, o Professor italiano e Diretor do Hospital Militar de Cotrone, Ciauri, afirma ter descoberto o bacilo da Gripe Espanhola. Tal

43 Fundado em 1905 em Madri na Espanha. Após um longo período sem circular voltou à ativa em 2005 e ainda permanece nos dias atuais.

44 Periódico Londrino fundado em 1900 por Sir Arthur Pearson é publicado até os dias atuais.

45 Periódico Londrino fundado em 1896 é publicado até os dias atuais.

46 Periódico Escocês fundado em 1817 é publicado até os dias atuais.

notícia pôde ser lida na edição do dia 26 de setembro de 1918, do jornal londrino *Westminster Gazette*⁴⁷. O texto da notícia traz a seguinte informação: “O professor Ciauri, diretor do hospital militar de Cotrone descobriu o bacilo da chamada Gripe Espanhola, que agora está muito forte na Itália. Ciauri chamou o bacilo de “Alfa” e sustenta que a doença foi importada para a Itália por prisioneiros que retornaram da Áustria” (p.6. Tradução nossa). Como afirma Tognotti (2003), essa descoberta causou muitas contradições, pois até aquele momento acreditava-se tratar de uma bactéria e não de um vírus.

Souza (2008, p.954) também indica as controvérsias sobre o que seria a doença e que tais contradições estavam presentes na imprensa. “As percepções divergentes da doença e as controvérsias que dominavam as academias e centros de pesquisa dos países atingidos pela epidemia transbordavam para as páginas dos jornais: O que vinha a ser a ‘espanhola’?”

Ao contrário do cólera de meados do século XIX, a Gripe Espanhola chega nos Estados Unidos com as vestes de um novo século, e encontra a ciência e o jornalismo transformados, sobretudo este último, que já está bem mais próximo das características que apresenta na atualidade. Tal afirmação corrobora com as afirmações de Epstein (1988) e com Spratt (2001). Este último relata que no início dos anos de 1900, a prática do jornalismo norte-americano já se encontrava bem desenvolvida e já se assemelhava a imprensa do final do século. A observação, a pesquisa empírica e a dependência de consulta às fontes especializadas eram essenciais, tanto para a ciência médica quanto para o jornalismo.

Nesse contexto, “quando a gripe espanhola, de 1918, se espalhou pelo mundo, as práticas jornalísticas estavam intimamente relacionadas à filosofia científica, e jornalistas se apropriaram dos métodos empíricos de reportagem da ciência” (SPRATT, 2001, p. 63. Tradução nossa).

Spratt (2001) faz uma comparação entre o conteúdo das informações sobre a Gripe Espanhola publicadas em quatro veículos. Segundo ele, os artigos das *Scientific American*⁴⁸ e da *Survey*⁴⁹ ofereceram relatos com maior nível de detalhes sobre das

47 Periódico Londrino fundado em 1893, encerrou suas atividades em 1928.

48 A *Scientific American* é um periódico científico fundado por Rufus Porter em 1845 como um jornal semanal de 4 páginas (SciAm, 2020).

49 Fundada em 1909 era uma revista publicada em Nova York sobre questões políticas e sociais

suspeitas da origem do vírus, se comparados ao *The New York Times*⁵⁰ e a *Science*⁵¹. No entanto, o autor chama atenção para as semelhanças entre as quatro publicações, dizendo que todas se basearam exclusivamente em fontes especializadas do governo e comunidades científicas, ao relatarem a história da influenza. Apresentavam dados e números para acompanhar o progresso do controle da pandemia, muito semelhante ao que acontece hoje.

Em 07 de outubro de 1918, o *The New York Times* traz a seguinte notícia: “Sob condições adversas, as autoridades sanitárias americanas enfrentam uma epidemia que elas não entendem muito bem. Mas entendem bem o suficiente para saber que ela se espalha rapidamente onde as pessoas estão aglomeradas como em trens, teatros e locais de diversão, lojas, fábricas e escolas. Em algumas cidades e vilas onde a gripe parece apresentar maior número de mortes, as escolas e muitos locais de diversão foram fechados” (THE NEW YORK TIMES, 1918, p.12. Tradução nossa).

Na edição do *The New York Times* de 09 de outubro de 1918, pode-se ver notícias muito semelhantes às de hoje. “Embora tenha havido um aumento no número de casos de influenza e pneumonia relatados ontem, o Dr. Royal S. Copeland, Comissário da Saúde, era de opinião que a epidemia estava ao menos estacionária ou com pouco progresso. O número de novos casos relatados para as 24 horas que terminaram às 10 horas da manhã de ontem foi de 2.503” (THE NEW YORK TIMES, 1918, p.24. Tradução Nossa). Se não fosse informada a data das duas notícias do *The New York Times* e nem se soubesse que o Samuel Copeland, na época o ministro da saúde e mais tarde um senador norte-americano, houvesse falecido em 1938, poderia se afirmar que a notícia teria sido publicada nos dias atuais.

A Revista *The Survey*⁵², em 28 de dezembro de 1919, publicou uma grande notícia intitulada “Um Programa para o combate da Influenza”, nos quais são discutidos os métodos de prevenção, muitos dos quais assemelham-se aos realizados na atual Pandemia do Novo Coronavírus. “1) Quebra dos canais de comunicação entre infectados e não infectados; 2) tornar as pessoas imunes ou mais resistentes pelo uso de vacinas e 3) o aumento da resistência natural das pessoas expostas à doença” (THE SURVEY, 1919, p.408-409. Tradução nossa).

50 Fundado em 18 de setembro de 1851 por Henry Jarvis Raymond e George Jones.

51 Fundada em Nova Iorque por John Michaels em 1880

52 Periódico Norte Americano. Não se encontrou registro de data de fundação.

Goulart (2005) relata que, no Brasil de 1918, a Gripe Espanhola era tratada com muito descaso, sendo vista com pseudocientificidade ou até mesmo como uma piada, como se houvesse uma imunidade à doença. Percebe-se que se assemelha muito com o que ocorre no Brasil hoje, por uma parte da população. Tal descaso pode ser percebido na notícia publicada pela Revista da Semana⁵³, edição n. 37, no dia 19 de outubro de 1918. “(...) não vemos que providencias se poderiam ter tomado para immunisar a população. De resto, a epidemia tem sido agravada consideravelmente pelo panico: panico excessivo e morbido, porque a enfermidade apresenta-se benigna” (p.2). No entanto, na edição 38, (não foi possível identificar a data com certeza, mas estima-se que tenha sido uma semana depois, uma vez que se tratava de um periódico semanal), referindo-se a equipe da própria revista, pôde-se ler:

Perante os habitantes do Rio não precisamos nos justificar pelas deficiências do presente numero da Revista da Semana. Numa cidade imersa na mais profunda desolação, com o seu obituário decuplicado, com o commercio fechado, onde uma terça parte da população está enferma ou apenas convalescente, seria para surpreender que esta casa de trabalho houvesse escapado immune à empolgadora epidemia. Nenhuma das nossas secções deixou de pagar à influenza uma pesada contribuição mórbida (...) Esta laboriosa casa de trabalho, onde lidam mais de cem pessoas, está quase paralisada (REVISTA DA SEMANA, 1918, n.38).

Nota-se ainda, posteriormente, as contradições entre as informações divulgadas pela imprensa, baseadas em dados científicos e as tentativas do governo de minimizar a epidemia. Tais contradições podem ser verificadas na manchete publicada na capa, no dia 15 de outubro de 1918, pelo jornal carioca *Correio da Manhã*⁵⁴, lado a lado com manchete sobre a Primeira Guerra Mundial. Destaca-se que, mesmo a opinião dos cientistas não era unânime, parte dos especialistas também era favorável às ideias de Carlos Seidi, diretor de saúde pública à época. Diz a manchete: “A epidemia da “Grippe” toma cada vez maior vulto” e aí o subtítulo continua nessa direção “Tem-se a impressão de que o Rio de Janeiro é um vasto hospital”. No texto, porém, pode-se ver, logo nos primeiros parágrafos, a contradição entre imprensa e governo.

53 Revista Carioca, fundada em 1900, circulou até 1959.

54 Periódico carioca fundado em 1901 circulou até 1974.

A gripe alastrou-se. Tomou conta do Rio. É a nota do dia. Fecham-se estabelecimentos comerciais. Cerram-se oficinas. Há doentes, em toda parte, graves uns, outros não. Tem, a epidemia, porém, caracter tão grave, que autorize o abandono da cidade, tornando a Avenida quase morta, deixando os bars sem movimento, as casas de espetáculo às moscas, os cinemas vazios? Diz-nos que não a Saude Publica (CORREIO DA MANHÃ, 15 de out. de 1918, p.1).

No entanto, não houve muito tempo para negar a epidemia tal a rapidez com que essa se alastrou pela cidade e matou pessoas. A crítica ao governo feita pela imprensa no que se refere às providências para evitar com que a doença se alastrasse, fica evidente em uma nota publicada pela *Gazeta de Notícias*⁵⁵ (RJ), no dia 16 de outubro de 1918, que ironiza a ação de censura do governo aos dados divulgados pela epidemia.

Que beleza! O governo com muito acerto, revelando o maior desvelo pela saúde da população, acaba de tornar a medida que se impunha nas circunstancias actuaes, estabelecendo a censura para a imprensa. Agora com a resolução governamental, a gripe hespanhola cessará completamente. Os jornaes não farão mais nenhuma victim, nem produzirão pânico á população indefesa (GAZETA DE NOTÍCIAS, 1918, p.1).

No dia 28 de outubro de 1918, a *Gazeta de Notícias* traz a seguinte manchete: “Luto e Lágrimas”. E a notícia trazia o subtítulo: “o povo está abandonado”. 3.000 mortos em uma semana. “Aqui temos um povo exausto sem recursos, atirado ao abandono, ele precisa de remédios, de médicos para livrar-se desta maldita gripe e não os encontra suficientemente”.

Nesse contexto de desespero frente a uma epidemia, a religiosidade encontra espaço, uma vez que não havia informações científicas suficientes, nem para combater e nem mesmo para imunizar ou curar, a igreja exerce também um papel importante, senão para os males do corpo, ao menos para os da alma, o que também ocorreu em todas as epidemias já citadas neste capítulo. Tal afirmação pode ser observada em Santos (2006, p.136), “diante da inoperância dos responsáveis pela saúde pública em relação à epidemia e ao desespero da população, começaram a surgir manifestações religiosas (procissões) pedindo ajuda a São Sebastião”. Tal afirmação encontra forma na nota que segue publicada pelo jornal *Diário de Pernambuco*⁵⁶, edição de 18 de outubro de 1918. “A mesa redonda da irmandade do Glorioso Mártir São Sebastião (...)

55 Periódico carioca fundado em 1875.

56 Fundado em Recife no ano de 1825 ainda está em circulação.

resolveu fazer procissão de penitência a São Sebastião (...). A milagrosa imagem depois da procissão ficará em exposição na igreja de S. José de Ribamar, até o término da epidemia reinante” (p.3).

A Gripe Espanhola marcou a história brasileira não apenas pelo número de mortos, mas também pelo país ter perdido, vítima da doença, o seu ex-presidente e na época presidente eleito, Rodrigues Alves. O jornal paulista *O Estado de S. Paulo* divulgou no dia da morte do presidente, na edição da noite, as manifestações de pesar de autoridades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Também o jornal *Gazeta de Notícias* (RJ) destinou a primeira página completa à notícia da mais famosa vítima da Gripe Espanhola no país. A manchete dizia: “A morte do presidente Rodrigues Alves”. Ressentiu-se muito a morte, daquele que seria o primeiro presidente a ser reeleito, pela Gripe Espanhola, principalmente por ter sido ele, em seu primeiro mandato (1902-1906), um dos presidentes que mais investiu em saúde pública, tendo sido responsável pela reforma sanitária no Rio de Janeiro (capital na época), combatendo, principalmente, a febre amarela, a peste bubônica e a varíola (SEVCENKO, 2018).

Com relação às contradições existentes sobre a doença, os jornais brasileiros também apresentaram tais questões, assim como em outros países, como já se abordou anteriormente. A descoberta de Ciauri foi questionada no jornal da Bahia, *O Imparcial*⁵⁷, no dia 22 de outubro de 1981, com o seguinte título estampado na primeira página “O professor Ciauri descobre o micróbio da ‘influenza hespanhola’? As contradições dessa descoberta”.

Apesar das incertezas e da cobrança da sociedade sobre mais informações acerca da doença que levava a tantos óbitos, a imprensa manteve a base de suas informações no que afirmavam os especialistas. Tal afirmação encontra base em notícias como esta publicada na primeira página do jornal *Diário da Bahia*⁵⁸, em 03 de outubro de 1918. “Não se pense, contudo, que sejamos capazes de pôr em dúvida as aptidões e comprovada competência dos ilustres médicos que se acham incumbidos dos estudos clínicos sobre a epidemia”.

Ressalta-se também que os jornais da época tiveram um importante papel para as recomendações de isolamento social e outros cuidados indicados por cientistas para conter a Gripe Espanhola. A notícia do dia 15 de outubro de 1918, publicada pelo

57 Fundado em 1918, o jornal baiano circulou até 1947.

58 Fundado em 1856, o jornal circulou até 1957.

jornal *O Paiz*⁵⁹, tendo como título “O fechamento das escolas”, faz a seguinte consideração: “Impõe-se, pois, o fechamento de todas as escolas como uma medida inadiável. Nesse sentido já se pronunciou o diretor geral de Saúde Pública, cuja opinião é insuspeita, pois o Dr. Carlos Seidi era dos que não achavam provável que a epidemia assumisse as proporções que ora apresente” (p.4).

No dia 13 de outubro de 1918, o jornal *Correio da Manhã*⁶⁰, com um título “Influenza Hespanhola”, traz um artigo assinado pelo médico Dr. Almeida Couto, com recomendações para evitar o contágio. “(...) qual o melhor meio para evita-la? (...) evitar levar à boca os dedos que continuamente estão contaminados principalmente pelo abuso que fazemos do aperto de mão” (p.3). Percebe-se que recomendação igual é realizada também atualmente. Ainda na mesma página, pode ser encontrada notícia com a suspensão de atividades coletivas. “A Companhia do Trianon suspendeu seus espetáculos”. Também no *Correio da Manhã*, no dia 14 de outubro de 1918, uma nota anuncia a suspensão das atividades em um colégio. “O instituto Profissional João Alfredo suspendeu as suas aulas até o dia 21 do corrente, tendo sido mandados os alunos internos para as residências de suas famílias. No instituto João Alfredo foram atacados de gripe sessenta e oito alunos, mas sem gravidade” (p.1).

Percebe-se ainda que a imprensa também fazia pressão para que ações do governo pudessem ser tomadas no sentido de combate e de tratamento dos doentes, vítimas da epidemia. A manchete do dia 19 de outubro de 1918 do jornal *Correio da Manhã*, deixa a cobrança bastante evidente: “A Epidemia: O Governo Toma Providencias”. Tal notícia vem após a imprensa de maneira geral divulgar diariamente cobranças de ações por parte do governo. O título traz o “finalmente” implícito.

Uma questão que se observa nos jornais da época e que se diferencia da atual pandemia, era a existência de anúncios de tônicos, homeopantias e chás que prometiam evitar e até curar a Gripe Espanhola. Hoje, apesar de ainda permanecerem algumas crenças, elas não são publicadas nos jornais, embora acabem chegando até as pessoas por meio das redes sociais, como se verá mais à frente.

Muitos anúncios de medicamentos e chás podiam ser vistos em todos os jornais da época. Como exemplo são apresentados os seguintes: “Influenza Hespanhola – cura-se e evita-se com hervas medicinaes, à venda na rua da Constituição 17”. E até

59 Jornal Carioca de grande circulação. Fundado em 1884, circulou até 1934.

60 Jornal Carioca, fundado em 1901, encerrou suas atividades em 1974.

mesmo a conhecida até os dias atuais, a Emulsão Scott, entrou no combate publicitário à Gripe Espanhola. “Toma-se na convalescença da Grippe Hespanhola Emulsão de Scott” (GAZETA DE NOTÍCIAS, 05 de nov. de 1918, p.3). Só para se ter uma noção da importância de tal publicidade, essa vinha ao alto da página, no quadrante direito, o mais valorizado em espaço comercial do jornal impresso e acima de notícia sobre a Primeira Guerra Mundial.

Pode-se ver ainda anúncios feitos por parte da própria população, no mínimo curiosos, como esse publicado em 25 de outubro de 1918, no jornal Correio da Manhã, como uma nota, ao lado dos obituários, referindo-se à Gripe Espanhola, orienta aos estejam como os sintomas e não têm dinheiro para consultar um médico que “tome chá de folha de pitanga, com folhas de laranja da terra e casquinha de limão, de ½ em ½ hora, tendo melhora, de 1 em 1 hora e de 2 em 2 horas durante 3 dias. No fim dos 3 dias tome um laxante d’água Viennense. Conselho de uma senhora antiga, que já tem salvado muitos, abaixo de Deus” (p.6).

De acordo com Santos (2006), o próprio governo divulgava e distribuía alimentos com fins terapêuticos, mesmo sem comprovação científica e a imprensa, por sua vez, divulgava tais ações, por se tratar de uma prática e de um discurso utilizado pelo próprio governo.

Frente ao desconhecimento de medidas que pudessem impedir o contágio ou tratar os doentes, o governo passou a distribuir quinino – contudo, sem saber o real valor terapêutico dessa substância no combate à gripe ou o perigo da sua ingestão sem controle. Surgiam na imprensa receitas as mais peculiares, que prometiam curar a doença. Além disso, os produtos (galinhas, quinino, ovos e limão), supostamente tidos como eficazes, foram alvo de intensa especulação comercial (SANTOS, 2006, p.139).

Quando se aborda a grande imprensa atual, esse tipo de publicação não se faz mais presente, até porque a legislação que proíbe propaganda de remédios é muito mais rigorosa. Mesmo assim, na atual pandemia do Novo Coronavírus, o anúncio de que alguns medicamentos curavam a Covid-19, doença causada pelo vírus, acabou ganhando as páginas dos jornais, como se pode ver nas seguintes manchetes: “Covid-19: Anticoagulante pode reverter casos de pacientes em estado grave” (CORREIO BRAZILIENSE, 25 de abril de 2020); “Bolsonaro diz que Brasil testará cloroquina contra o coronavírus” (METRÓPOLIS, 21 de março de 2020). Na sequência, por ser uma medicação em fase de teste para essa doença, cuja eficiência não podia ser

comprovada, quase que imediatamente apareceram as manchetes condenando o uso da medicação que já estava apresentando efeitos colaterais graves. “Associações condenam uso indiscriminado da hidroxicloroquina” (CORREIO BRAZILIENSE, 12 de abril de 2020); “Hidroxicloroquina não mostra benefício contra coronavírus em estudo nos EUA” (ISTO É, 21 de abril de 2020) e “Coronavírus: novo estudo condena uso de cloroquina em doses elevadas” (VEJA, 25 de abril de 2020).

Retomando o contexto do Novo Coronavírus, este recebeu o adjetivo ‘novo’ pelo fato de outras manifestações de coronavírus (SARS-CoV, MERS-CoV) já terem ocorrido anteriormente. De acordo com o documento científico de infectologia, sobre o COVID-19, este foi identificado pela primeira vez em Wuhan, Hubei na China e ocasiona doença respiratória potencialmente grave em alguns indivíduos (DE CARVALHO, 2020). A agência Reuters, divulgou para o mundo no dia 31 de dezembro de 2019, a notícia de que a China enfrentava uma doença ainda desconhecida, mas investigada provavelmente como coronavírus. A manchete dizia: “China investigates SARS-likevirus as dozens struck by pneumonia” (China investiga vírus do tipo SARS após dezenas apresentarem pneumonia. Tradução nossa).

De lá, com a mesma rapidez com que as informações, mercadorias e pessoas circulam hoje, o vírus se alastrou para outros países e continentes, chegando ao ponto da Organização Mundial da Saúde (OMS) ter declarado, em 11 de março de 2020, que o mundo enfrentava uma pandemia. Essa notícia pode ser visualizada nos jornais do mundo inteiro como se pode observar nas manchetes de jornais de várias partes do globo: “World Health Organization Declares COVID-19 a ‘Pandemic.’ Here’s What That Means” (TIME, 11 de março de 2020); “OMS declara pandemia de coronavírus” (PORTAL G1, 11 de março de 2020); “WHO declares coronavirus pandemic” (THE GUARDIAN, 11 de março de 2020); “Coronavirus, l’Omsdichiarala pandemia. Rezza (Iss): “Per noi cambia poco”” (GAZZETTA DI PARMA, 11 de março de 2020).

Desde o primeiro momento, mesmo quando a doença ainda estava “confinada” na China, pôde-se acompanhar, por meio da imprensa, todos os esforços para conhecer a doença, para tratá-la e para conter os avanços. Destaca-se nesse sentido, o papel da imprensa desde o primeiro momento em que a China informa seus temores sobre o vírus. Deve ser destacado que a China, por ter um sistema de informação bastante severo e fechado, foi acusada de ter retardado a revelação do vírus à Organização Mundial de Saúde (OMS). O jornal *The New York Times*, no dia 29 de janeiro, publica notícia com o seguinte título e subtítulo: “Propagação de coronavírus e o mundo paga

pela ditadura da China -Xi usou regra rígida para controlar as informações, em vez de parar uma epidemia” (tradução nossa).

Bem, críticas à parte, pode-se dizer que, tanto a grande quanto a pequena imprensa têm cumprido um papel importante para a desinformação sobre a Covid-19. Atualmente a ciência está bastante desenvolvida, e mesmo ainda nas investigações iniciais, quando estava descobrindo de que tipo de doença se falava, quais eram os sintomas, possíveis tratamentos e recomendações, a imprensa assumiu a linha de frente, oferecendo para a população uma série de informações, buscando sempre a opinião dos especialistas e traduzindo isso para a população. Tal afirmação pode ser corroborada com notícias como a publicada no dia 18 de março de 2020 pelo *The New York Times* que oferece um glossário para que o leitor possa conhecer o significado dos principais termos científicos usados. Diz o título, “Aqui estão alguns termos e frases que você precisa conhecer para entender o vírus e como ele se espalha” (tradução nossa). Tal glossário aborda termos como *Self-quarantine* (Quarentena voluntária); *Pandemic* (Pandemia); SARS-CoV-2; Covid-19; *Flattening the curve* (Achatando a curva); *Social distancing* (Distanciamento Social), dentre outros. A imprensa, nesse sentido, funciona como um verdadeiro instrumento de “alfabetização científica”.

E, assim o jornalismo foi aperfeiçoando as coberturas sobre o Novo Coronavírus, ouvindo especialistas e trazendo para a população desde os assuntos mais complexos como o DNA do vírus, até mesmo o simples uso das máscaras. A BBC⁶¹ publicou no dia 08 de abril de 2020, a seguinte notícia: “Coronavírus: Quais são os conselhos mais recentes sobre o uso de máscaras?” (tradução nossa). Na época, a orientação da OMS era de que o uso de máscaras podia criar a falsa sensação de segurança e levar as pessoas a ignorar outras medidas de segurança. Mais tarde, como se viu, a OMS voltou atrás e recomendou o uso de máscara sempre que as pessoas tiverem que sair de casa. A matéria trazia até mesmo receitas de como fazer sua própria máscara, algo que se tornou, mais tarde, muito comum também no Brasil.

Na Itália, o Jornal *la Repubblica*⁶² publica em 01 de março de 2020, a seguinte manchete “Decreto do Coronavírus, aqui estão todas as medidas do governo” (tradução nossa). Ainda na Itália, o portal de notícias *Ticionline*⁶³, seguindo na direção

61 Corporação Britânica de Radiodifusão foi fundada em 1922.

62 Jornal diário italiano fundado em 1976, hoje é o segundo maior em tiragem do país.

63 Portal de notícias fundado em 1997.

de orientações à população divulga no dia 12 de março de 2020, a seguinte notícia: “Coronavírus, novas medidas de prevenção” (tradução nossa). A matéria traz as recomendações que seguem transcritas:

Contra o coronavírus, chegam novas medidas de prevenção ordenadas pelo governo. O objetivo é limitar a propagação do Coronavírus (Covid-19) o máximo possível, especialmente nas áreas mais vulneráveis da população. Em particular, lembramos as fortes recomendações para pessoas com mais de 65 anos para evitar cuidar de menores, participar de eventos públicos ou privados, usar transporte público e participar de negócios públicos. A essas recomendações se somam às regras fundamentais de comportamento que devem ser respeitadas, como: distanciamento social e cumprimento das regras de higiene (Tradução Nossa).

Destaca-se que a Itália, segundo especialistas, demorou para implementar medidas mais restritivas, o que acabou potencializando a crise do Novo Coronavírus no país, como se pode verificar nesse depoimento do Professor Arnaldo Caruso, chefe do laboratório de Microbiologia e Virologia.

Eu acredito que alguns erros foram cometidos no começo na Itália, justificado também pela novidade do vírus e pelo desconhecimento de alguns recursos que surgiram ao longo do tempo. Entre eles, o período de incubação, o fato de até uma pessoa assintomática ser contagiosa e a observação correta de sintomas específicos e inespecíficos. Portanto, em vez de fechar as fronteiras com quarentena rígida para todas as pessoas que chegam da China, as autoridades de saúde italianas decidiram monitorar e isolar apenas pacientes sintomáticos (FANPAGE, 02 de março de 2020. Tradução nossa).

Essa demora também é registrada pela imprensa de vários outros países, um exemplo disso, pode ser visto no jornal português *Diário de Notícias*⁶⁴, de 20 de março de 2020. Referindo-se a Itália, o jornal traz o seguinte título “Um país à beira do colapso”, em um trecho que se transcreve a seguir o jornal atribui a culpa ao governo. “O país está assim longe de conseguir controlar a epidemia, apesar das medidas restritivas que mantém desde o final de fevereiro, e que foram sendo progressivamente agravadas pelo governo de Giuseppe Conte até ao isolamento total, decretado a 9 de março” (p.3).

64 Periódico português diário fundado em 1864 e ainda está em circulação.

Muitas críticas começaram a ser efetivadas pelos governos à imprensa europeia, muitas delas ocasionadas pela imensa cobrança que os veículos de comunicação passaram a fazer, solicitando medidas mais efetivas de controle da epidemia, como se viu, negligenciada, no início, por alguns governos. E, nesse sentido, a Comissão Europeia, presidida pela alemã Ursula von der Leyen, pronunciou-se com a declaração publicada como Statement/20/567⁶⁵, que consiste em uma tentativa de defender uma mídia independente para o exercício da democracia, como fica claro no trecho:

A democracia não pode funcionar sem a mídia livre e independente. O respeito pela liberdade de expressão e a segurança jurídica são essenciais nestes tempos de incerteza. Agora, é mais importante do que nunca que os jornalistas possam fazer seu trabalho com liberdade e precisão, de modo a combater a desinformação e garantir que nossos cidadãos tenham acesso à informações cruciais.

Nesse contexto, pode-se dizer que a imprensa, no que se refere ao combate à pandemia, pelo menos com o objetivo de munir a população de informações importantes para que possa se prevenir, é vista pelas organizações e por alguns governos como um instrumento essencial. Um verdadeiro trabalho de combate à desinformação. No entanto, não se pode dizer que a mídia, de modo geral, está exercendo esse papel com perfeição. Também há críticas sobre a atuação do jornalismo, principalmente no que se refere a perpetuar algumas ideias preconcebidas. A página *Brasil de Fato*, um site de notícias importante do jornalismo brasileiro, trouxe no dia 12 de maio de 2020, um artigo escrito por oito comunicadores que apontam alguns erros que a imprensa brasileira e internacional vem cometendo na cobertura à pandemia do Novo Coronavírus. Sob o título “Os sete erros cometidos pela imprensa ao cobrir a pandemia nas favelas” e com subtítulo ou linha fina, no jargão jornalístico, “Inúmeras reportagens continuam caindo nos erros habituais ou conjunturais da cobertura jornalística sobre as favelas”. Um dos erros apontados no artigo é o sensacionalismo, justificado pelos autores no trecho.

Em particular, em meio à pandemia, e enquanto organizações comunitárias respondiam à crise com incrível prontidão, várias mídias brasileiras e internacionais resolveram focar, na terceira semana de quarentena, na informação de que o tráfico de drogas impunha um toque de recolher em algumas comunidades. Um conteúdo raso

65 Disponível em https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/statement_20_567

e sem função social, tomando tempo e energia de leitores num momento em que a leitura e o compartilhamento de informações de qualidade são essenciais para salvar vidas (BRASIL DE FATO, 2020).

Também é elencado na notícia, como um erro, a “romantização” do isolamento. O que na favela e em muitas residências fora dela, não ocorre diante das inúmeras dificuldades encontradas diariamente por grande parte da população brasileira.

Ao fazer reportagens sobre a adaptação do modo de vida na sociedade em tempos de isolamento social, alguns jornalistas focam em histórias dos que conseguem lidar bem com a situação, sem mencionar as dificuldades vividas pela grande maioria. Se alguns aproveitam do isolamento para se dedicar a sua família, redescobrir prazer simples, se centrar no seu lar e cuidar de si, na realidade, para a maioria, a maior preocupação do isolamento é de sobreviver à fome, medo, promiscuidade, violências domésticas e falta de perspectivas (BRASIL DE FATO, 2020).

Outro erro indicado é transformar em heróis, representantes da comunidade sem fazer uma denúncia da ausência do governo e dos serviços públicos naquela localidade. O trecho a seguir reflete essa afirmação. “O papel da mídia não deveria ser de lançar um olhar complacente, até condescendente, mas de mostrar que estas ações não substituem o Estado. Precisamos de ambos nas matérias sobre ações locais” (BRASIL DE FATO, 2020).

Dentre outros erros indicados na notícia estão os de não cobrir ou fazer uma cobertura superficial da violência doméstica; não remunerar comunicadores populares ou usar imagens sem autorização; informações imprecisas ou uso de termos que não são compreensíveis por todos, como é o caso de *lockdown* e *home office*. E, por fim, a falta de empatia, que os autores indicam ser, em uma crise como essa, “fundamental ter um olhar mais humano, porém sem violar a privacidade das vítimas e de suas famílias”. No entanto, apesar dos erros, o próprio artigo reconhece a importância do trabalho jornalístico e finaliza dizendo que o momento atual exige, “mais do que nunca, um jornalismo de qualidade” (BRASIL DE FATO, 2020).

É nesse contexto, que a imprensa nacional e internacional vem buscando oferecer o máximo de informações para a população, de modo que esta não apenas compreenda o que se passa, mas que também colabore no combate a pandemia. Tais ações podem ser visualizadas nos exemplos que são oferecidos nos próximos parágrafos.

Na Argentina, o jornal *Clarín*⁶⁶, de 04 de março de 2020, divulga protocolos das empresas para evitar o contágio. O título da notícia diz “*Coronavirussen Argentina: las empresas ya activan protocolos para evitar contagios*” (Coronavírus na Argentina: as empresas criam protocolos para evitar contágios. Tradução nossa). Dentre esses protocolos estão restrições de viagens; reforço de prevenção no ambiente de trabalho; criação de comitês de emergência e alguns protocolos específicos que variam de empresa para empresa.

Ainda na Argentina, o Jornal *La Nación*⁶⁷ publica a manchete “*Coronavirus: una por una, todas las medidas que anunció Alberto Fernández*” (Coronavírus: uma a uma, todas as medidas anunciadas por Alberto Fernández. Tradução nossa). Dentre as medidas estão aulas a distância; entrega da merenda escolar para viagem; fechamento das fronteiras; licença de trabalho para pessoas dos grupos de risco; horários específicos para os idosos nos bancos e postos de saúde; suspensão de todas atividades que possam causar aglomeração, como eventos esportivos, culturais, religiosos, entre outros; redução da circulação; medidas econômicas.

É relevante observar também que a atual pandemia ainda tem que lidar com as chamadas *fakeNews* (notícias falsas), que em virtude das redes sociais são ainda mais propagadas. Desse modo, a imprensa séria tem que ajudar no combate ao coronavírus e também às *fakenews*. Albuquerque (2020, p.1) afirma que as *fakenews* já circularam na epidemia de Gripe Espanhola em 1918, como se pode observar no trecho a seguir.

Água quente com vinagre, receita de coco e até óleo consagrado. Esses são alguns ingredientes de receitas que circulam na internet prometendo, sem nenhuma comprovação científica, combater o novo coronavírus (Covid-19). Se a divulgação das chamadas *fakenews* – ou notícias falsas – tornou-se um fenômeno massivo com as redes sociais e o uso de aplicativos de troca de mensagem pelo celular, em 1918, foram a imprensa carioca e até mesmo as autoridades que contribuíram para disseminar as chamadas ‘receitas peculiares’ que prometiam curar a gripe espanhola.

Apesar de já ter sido constatada em outros momentos, na atualidade a internet facilita a divulgação das notícias falsas, que muitas vezes podem trazer consequências sérias para a população. O portal de notícias francês, *Franceinfo*, fazendo um trocadilho com termos referentes à pandemia, publicou no dia 18 de março de 2020 uma

66 Diário de maior circulação na Argentina foi fundado em 1945.

67 Diário Argentino fundado em 1970.

notícia com o título “Coronavirus: 7 conseils pour se protéger de l'épidémie de *“fakenews”* (Coronavírus: 7 dicas para se proteger da epidemia de “notícias falsas”. Tradução nossa) e sub título “Un autre fléau se propage en même temps que Le coronavirus, celui des fausses informations. Voici quelques astuces simples pour ne pas vous faire contaminer” (Outro flagelo se espalha ao mesmo tempo que o coronavírus, o de informações falsas. Aqui estão algumas dicas simples para evitar ser infectado. Tradução nossa).

No Brasil, o Portal Aofatos.org se propõe a checar informações e as classifica em notícias verdadeiras, imprecisas, exageradas, distorcidas, contraditórias, insustentáveis ou falsas. Só para se ter uma ideia, com relação a notícias categorizadas pelo portal como falsas, são encontradas 208 notícias, referentes ao Novo Coronavírus, classificadas como falsas, só no ano de 2020. Em 2021 o Portal registrou 165 notícias falsas relativas a Covid-19 e em 2022, até o dia 03 de setembro foram registradas 28 notícias falsas. Destaca-se que nenhuma delas foi divulgada em veículos de comunicação conceituados. A grande maioria foi postada em redes sociais e, posteriormente, compartilhada por muitos usuários como sendo verdadeira.

Também a agência de notícias da Fiocruz (2020), no dia 17 de abril de 2020, em texto assinado por Almeida, Ramalho e Amorim (2020), reconhece o esforço dos jornalistas nas tentativas de manter a população informada, ao mesmo tempo em que tem que desmentir *fakenews* espalhadas irresponsavelmente em redes sociais.

(...) com o mar de desinformação que se propaga pelas redes sociais, o trabalho jornalístico se tornou ainda mais sobrecarregado e desafiador. Enquanto parte do tempo é dedicado a novas informações, outra parcela importante dele direciona-se a desmentir notícias falsas. É verdade que as grandes corporações por trás dessas redes estão lançando mão de estratégias para combatê-las, mas o resultado ainda é bastante incipiente (AGÊNCIA FIOCRUZ, 17 de abril de 2020).

Tamanho problema as *fakenews* têm causado que, profissionais de saúde brasileiros e de mais 16 países, publicaram na edição de 13 de maio de 2020, da Revista brasileira *Isto É*, uma carta aberta solicitando o fim das notícias falsas. “Em carta, profissionais da saúde pedem fim de *fakenews* sobre coronavírus”. Em um dos trechos da carta lê-se: “Nosso trabalho é salvar vidas. Mas neste momento, além da pandemia da covid-19, enfrentamos também uma infodemia global, com desinformações viralizando nas redes sociais e ameaçando vidas ao redor do mundo”. Citam ainda exemplos extremamente perigosos para a saúde pública, como o caso de que cocaína seria uma

cura para a doença. A carta foi endereçada aos diretores das principais redes sociais de todo o mundo.

Destaca-se que no Brasil, as *fakenews* ganharam uma disseminação ainda maior diante da imensa polarização política vivida no país desde 2018, com a divisão do eleitorado em favoráveis e contrários ao atual presidente. O fato do presidente colocar seus eleitores contra a imprensa, faz com que estes consumam mais notícias advindas das redes sociais, o que aumenta consideravelmente a possibilidade de recepção de *fakeNews* e consequentemente, a desinformação. Tal afirmação pode ser visualizada nas seguintes notícias: “Bolsonaro chama Globo de ‘lixo’ e ameaça não renovar concessão em 2022” (UOL, 30 de abril de 2020); “Entidades acusam Bolsonaro de incentivar agressões a jornalistas” (Congresso em Foco, 04 de maio de 2020); “6 momentos dos ataques de Bolsonaro contra a imprensa” (BBC, 05 de maio de 2020); “Saiba como ofensiva de Bolsonaro contra a imprensa fere Constituição e Democracia (Folha de S. Paulo, 03 de março de 2021); “Como Vera Magalhães veja outras mulheres jornalistas atacadas por Bolsonaro (UOL, 29 de agosto de 2022).

Com isso as redes sociais passam a ser um importante espaço de disputas políticas, mas também de informação sobre a pandemia. Lopes (2020) em artigo publicado no Portal do Observatório da Imprensa, com o título “Disputa metafórica de Bolsonaro pela imprensa”, diz que a disputa que utilizam *hashtags* para dominar “os espaços das redes sociais com mais força desde o pleito eleitoral de 2018. Intensificou-se nos últimos meses, 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”.

Diante de tal polarização e, em 2020, estágio de propagação do vírus, em que ainda não se tinha uma vacina para imunizar ou um medicamento que possa curar a Covid-19, os pesquisadores do mundo todo apelaram para que a população permanecesse em isolamento social. Esse apelo, também feito pela maioria dos governos, foi veiculado pela imprensa, que fez um esforço para que a população se conscientizasse sobre a necessidade de se manter em casa para o achatamento da curva de contaminação. E nesse sentido, todos os tipos de estratégias mais atrativas foram usados, como gráficos, infográficos, os canais de televisão criaram vídeos para ilustrarem para a população questões mais abstratas e de difícil compreensão; foram convidados para entrevistas, especialistas que conseguem usar uma linguagem mais popular, enfim, existiu um esforço muito grande da imprensa na prestação de serviço de interesse

público o que colaborou para manter o isolamento social. Isso fica claro com as coletivas de imprensa mantidas pelos governantes e responsáveis pelas instituições de combate ao Novo Coronavírus, que encontram na imprensa a forma de transmitir as informações para a população.

Nesse sentido, além da grande imprensa, o jornalismo regional também teve um papel importante, na divulgação do que acontece localmente. Lima (2020), no portal Observatório da Imprensa, faz esse alerta dizendo que os veículos de comunicação não devem economizar nas entrevistas e notícias munidas com dados advindos de profissionais da saúde e de quem está na linha de frente do combate ao Coronavírus. Identificar esses profissionais na região e trazê-los para falar para aquele público ajudou a mostrar a realidade local. Referindo-se a realidade do jornalismo regional, Lima (2020) corrobora a importância da função social da imprensa, enquanto prestador de serviço de interesse público e combate à desinformação. “Mais do que nunca o jornalismo é essencial para informar acerca de tudo que interessa, desde utilidade pública em atendimentos de saúde, número de infectados e vítimas até outras questões, como calendário escolar e horários de abertura do comércio, entre outros”.

E, por fim, na perspectiva das agências responsáveis por estudos de divulgação científica, existe um ponto positivo na cobertura da imprensa sobre a pandemia do Novo Coronavírus. Trata-se de uma maior aproximação entre os veículos de comunicação e os pesquisadores. A Agência Fiocruz de notícias, publicou no dia 17 de abril de 2020, um texto intitulado “O novo coronavírus e a divulgação científica”, no qual fala da importância da divulgação científica e sobre como a Fiocruz tem agido. Dentre as várias atuações foi criado um canal para diálogo direto com a imprensa, com o cadastro de mais de 50 pesquisadores aptos a darem entrevistas, além da agência especializada em notícias que criou uma seção voltada para o Novo Coronavírus, com informações sobre as principais pesquisas nacionais e internacionais, para que os jornalistas recebam informações com qualidade.

Também o Labjor, da Unicamp, caminha nessa mesma direção. A Revista Eletrônica de Divulgação Científica, a ComCiência, editada pelo Labjor, no dia 13 de maio de 2020, publica artigo de Xavier et al. (2020) com o título “Covid-19 aproxima cientistas da mídia de maneira inédita”. O artigo aborda a questão da redução do distanciamento entre cientistas e jornalistas, uma vez que estes últimos precisam buscar informações confiáveis e atuais para serem transmitidas ao público. As autoras revelam que se no ano de 2019 o espaço da ciência na imprensa era tímido, houve uma

inversão em 2020 e, com o “novo coronavírus ela se tornou protagonista. Geneticistas, pneumologistas, infectologistas, historiadores e outros especialistas estão todos os dias no noticiário e passam a planejar na rotina de trabalho as entrevistas com jornalistas do país todo”. Assumindo assim um protagonismo no combate a desinformação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se traçar uma breve trajetória das epidemias ao longo do tempo e localizar a forma como as informações eram divulgadas, pode-se localizar o papel social da imprensa, enquanto prestador de serviço de interesse público e no combate a desinformação. Esse papel ultrapassa os avisos de abertura de comércio, da lista de atividades essenciais, dos rodízios de veículos, do fechamento das escolas, cinemas e campos de futebol, tipos de vacina, calendário de vacinação, tipos de máscara, entre outros.

A imprensa brasileira, assim como em outros vários países, verificável nos vários trechos de notícias e títulos apresentados neste capítulo, se tornaram o espaço para comunicação dos governantes e dos especialistas, trazendo informações, opiniões e reflexões sobre cada uma das epidemias aqui analisadas, a partir do cólera, quando se é possível localizar o jornalismo ocupando tal papel.

Tem-se uma vasta produção jornalística a partir do Cólera Mórbus, o que denota o fato do jornalismo ter não apenas uma função social, mas também historiográfica, ao ser usado para registro do que se passou em certa localidade em determinada época. Obviamente, que tal análise guarda os devidos cuidados no que se refere às linhas editoriais dos veículos de comunicação que poderão apresentar um viés do fato. Embora, o jornalismo contemporâneo deva prezar pelo pluralismo.

Essa reconstrução histórica por meio da imprensa, permitiu verificar que o jornalismo buscou, durante as epidemias, divulgar tanto a opinião dos especialistas quanto o posicionamento dos governos. Pode-se perceber que esses nem sempre estiveram alinhados. Tal afirmação foi possível ser percebida desde a epidemia do Cólera, quando o governo tinha uma posição e a imprensa e os especialistas outros. Isso também se reflete na Gripe Espanhola, com menor intensidade e volta a se agravar, na atual pandemia do Novo Coronavírus.

A aproximação entre a imprensa e especialistas da área da saúde e demais especialistas que têm se dedicado a estudar outras questões desencadeadas pela pandemia só pode ser vista como positiva. A negação à ciência não moveu a imprensa

em nenhum momento ao longo das epidemias analisadas neste capítulo. Apesar de em alguns momentos a divulgação de publicidade de chás, tônicos ou até de crenças religiosas estarem nas páginas dos jornais como na epidemia de Cólera e da Gripe Espanhola, elas não estavam diretamente relacionadas ao jornalismo, mas sim publicadas como anúncios comerciais.

Percebeu-se ainda, ao longo das epidemias, uma tentativa de calar a imprensa, por meio da censura. Isso ficou evidente durante a Gripe Espanhola, mas também surgiu na preocupação da OMS na atual pandemia. Além disso, há na atualidade outra ameaça à informação de qualidade e correta, são as *fakenews*, que rapidamente se propagam pelas redes sociais, com maior velocidade até do que o próprio vírus. Destaca-se que, apesar das *fakenews* não serem produzidas pela imprensa, esta acaba tendo que ajudar a combatê-la, o que causa um trabalho ainda maior.

Além disso, no que se refere ao Brasil, muitos veículos de comunicação enfrentam ataques do governo federal, em busca de promover um descrédito da imprensa junto aos apoiadores do atual presidente. Apoiadores estes que, ao evitarem a imprensa, acabam sendo mais suscetíveis a serem atingidos pelas *fakenews* que circulam com toda a força nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA REUTERS. China investigates SARS-like virus as dozens struck by pneumonia. **Agência Reuters**, Londres, 31 dez. 2019. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-china-health-pneumonia-idUSKB-1N1YZ0GP>. Acesso em: 07 jan. 2020.

ALBUQUERQUE, C. Fakenews circularam na imprensa na epidemia de 1918. 2020. **Portal Fiocruz**, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/fake-news-circularam-na-imprensa-durante-surto-de-gripe-espanhola-no-rio-em-1918>. Acesso em: 04 set. 2022.

ALMEIDA, M. A. P. de. A epidemia de cólera de 1853-1856 na imprensa portuguesa. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p.1057-1071, Dec. 2011.

ALMEIDA, C.; RAMALHO, M.; AMORIM, L. O novo coronavírus e a divulgação científica. **Agência Fiocruz**, Rio de Janeiro, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://>

agencia.fiocruz.br/o-novo-coronavirus-e-divulgacao-cientifica. Acesso em: 07 jun. 2020.

BATISTA, L. Gripe espanhola matou o presidente eleito Rodrigues Alves em 1919. **Acervo Estadão**, 12 de março de 2020. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,gripe-espanhola-matou-o-presidente-eleito-rodrigues-alves-em-1919,70003230487,0.htm>. Acesso em: 30 jun. 2021.

BBC. 6 MOMENTOS dos ataques de Bolsonaro contra a imprensa. **BBC**. São Paulo, 05 de maio de 2020. **Notícias**. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2020/05/05/6-momentos-de-ataques-de-bolsonaro-contr-a-imprensa.htm>. Acesso em: 04 set. 2022.

BCC. What are the latest rules for face coverings and masks?. **BCC**. Londres, 08 abr. 2020. Health. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/health-51205344>. Acesso em: 06 set. 2020.

BRANDINO, G.; GALF, R. Saiba como ofensiva de Bolsonaro contra a imprensa fere Constituição e Democracia. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 03 de março de 2021. Política. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/saiba-como-ofensiva-de-bolsonaro-contra-a-imprensa-fere-constituicao-e-democracia.shtml>. Acesso em: 04 de set. 2022.

CALIXTO, L. Entidades acusam Bolsonaro de incentivar agressões a jornalistas. **Congresso em Foco**, Brasília, Distrito Federal, 04 de maio de 2020. Governo. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/entidades-acusam-bolsonaro-de-incentivar-agressoes-a-jornalistas/>. Acesso em: 04 set. 2022.

CARVALHO, B et al. Os sete erros cometidos pela imprensa ao cobrir a pandemia nas favelas. **Brasil de Fato**, Rio de Janeiro, 12 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/05/12/opinioao-os-sete-erros-cometidos-pela-imprensa-ao-cobrir-a-pandemia-nas-favelas>. Acesso em: 05 set. 2020.

CASTANHO, V.A.P. **Surtos Epidêmicos**: a evolução da comunicação ao longo dos tempos. Dissertação de mestrado. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2018.

CASTILHO, D. Um vírus com DNA da globalização: o espectro da perversidade. **Espaço e Economia. Revista brasileira de geografia econômica**, 2020.

CORREIO BRAZILIENSE . Associações condenam uso indiscriminado da hidroxicloroquina. **Correio Braziliense**, Brasília, Distrito Federal, 12 abr. 2020. Brasil. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2020/04/12/interna-brasil,844079/associacoes-condenam-uso-indiscriminado-da-hidroxicloroquina.shtml>. Acesso em: 04 set. 2022.

CORREIO DA MANHÃ. A epidemia da “Gripe” toma cada vez maior vulto. Rio de Janeiro, p. 1, 15 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2020.

CORREIO DA MANHÃ. A Epidemia: O Governo Toma Providencias. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, 19 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2021.

CORREIO DA MANHÃ. Influenza Hespanhola. **Correio da Manhã**, Rio de Janeiro, p. 3, 13 out. 1918. Disponível

em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2020.

DE CARVALHO, A. P. Novo coronavírus (COVID-19). **SBP**, 2020. Disponível em https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/22340d-DocCientifico_-_Novo_coronavirus.pdf Acesso em: 11 de maio de 2020.

DIÁRIO DA BAHIA. A epidemia reinante. **Diário da Bahia**, Bahia, 03 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 05 fev. 2021.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. A influenza espanhola. **Diário de Pernambuco**, ed. 287, p. 1, 18 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em 15 jan. 2021.

DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Índia - O cóleramorbus fazia grandes estragos em Punjab, morrendo diariamente 500 a 700 pessoas. **Diário do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, p.01, 07 abr. 1949. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 07 fev. 2021.

DUCHARME. J. World Health Organization Declares COVID-19 a 'Pandemic.' Here's What That Means. **Times**. Nova York, 11 demarço de 2020. Healt - Covid-19. Disponível em: <https://time.com/5791661/who-coronavirus-pandemic-declaration/>. Acesso em: 04 set. 2022.

EPSTEIN, I. **Revoluções científicas**. São Paulo, Ática, 1988.

FANPAGE. Coronavírus, “Piccodicontagitramarzo e aprile, poivirus si trasformerà”. **Fanpage**, s/p, 02 mar. 2020. Disponível em: <https://www.fanpage.it/attualita/coronavirus-picco-di-contagi-tra-marzo-e-aprile-poi-virus-si-trasformera/>. Acesso em: 06 set. 2021.

FOLLADOR, K. J. A relação entre a Peste Negra e os judeus. **Revista Vértices**, v. 1, n. 20, p. 26-46, 2018.

GAZETA DE NOTÍCIAS. A grande desgraça. **Gazeta de Notícias**, Rio de Janeiro, p. 1, 16 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2021.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Luto e Lágrimas. **Gazeta de Notícias**, Rio de Janeiro, p. 1, 28 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2021.

GAZETA DE NOTÍCIAS. Toma-se na convalescença da GripeHespanhola Emulsão de Scott. **Gazeta de Notícias**, Rio de Janeiro, p. 1, 05 nov. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2021.

GAZETTE, T. Cholera epidemics in Victorian London. **The Gazette**. 27 de maio de 1931, p.1027. Disponível em: <https://www.thegazette.co.uk/all-notices/content/100519>. Acesso em: 04 set. 2020.

GAZZETTA DI PARMA. CORONAVIRUS, l'Omsdichiarala pandemia. Rezza (Iss): "Per noi cambia poco. **Gazzetta Di Parma**, Parma, 11 de março de 2020. Italia/Mondo. Disponível em: <https://www.gazzettadiparma.it/italia-mondo/2021/11/27/news/coronavirus-l-oms-dichiarala-pandemia-rezza-iss-per-noi-cambia-poco-104307/>. Acesso em: 04 set. 2022.

GOULART, A. Da C. Revisitando a espanhola: a gripe pandêmica de 1918 no Rio de Janeiro. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 12, n. 1. p. 101-142, 2005.

HONIGSBAUM, M. Regulatingthe 1918–19 pandemic: Flu, stoicismandtheNorthcliffepress. **Medical history**, v. 57, n. 2, p. 165-185, 2013.

ISTOÉ. Hidroxicloroquina não mostra benefício contra coronavírus em estudo nos EUA. **ISTOÉ**, São Paulo, 21 abr. 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/hidroxicloroquina-nao-mostra-beneficio-contracoronavirus-em-estudo-nos-eua/>. Acesso em: 07 jun. 2020.)

LA NACION. Coronavirus: una por una, todas las medidas que anunció Alberto Fernández. **La Nacion**, 15 de março de 2020. Disponível em: <https://www.lanacion.com.ar/politica/todas-medidas-anuncio-alberto-fernandez-nid2343666/>. Acesso em:

LA REPUBBLICA. Decreto coronavirus, eccotuttelemisuredel governo. **laRepubblica**, Roma, 01 de março de 2020. Disponível em: https://www.repubblica.it/politica/2020/03/01/news/coronavirus_misure_governo-249980561/. Acesso em: 07 abr. 2021.

LIMA, A.R. A responsabilidade ainda maior do jornalismo local em tempos de pandemia. **Observatório da Imprensa**, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornalismo-local/a-responsabilidade-ainda-maior-do-jornalismo-local-em-tempos-de-pandemia/>.

-em-tempos-de-pandemia/. Acesso em: 13 de maio de 2020.

LOPES, B.B. A guerra metafórica de Bolsonaro pela Imprensa. **Observatório da Imprensa**.12 de maio de 2020. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/conjuntura-politica/a-guerra-metaforica-de-bolsonaro-pela-imprensa/>.Acesso em: 16 de maio de 2020.

MOREIRA, A.; PINHEIRO, L. OMS declara pandemia de coronavírus. **Portal G1**, São Paulo, 01 de março de 2020. Bem Estar – Coronavírus. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghhtml>. Acesso em: 04 set. 2022.

O CEARENSE. Contra o coleramorbus. **O Cearense**, Ceara, Anno X, ed. 879, p. 4, 12 out. 1855. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 07 ago. 2022.

O IMPARCIAL. O professor Ciauri descobre o micróbio da 'influenza hespanhola'? As contradições dessa descoberta. **O Imparcial**, Bahia, p. 1, 22 out. 1981. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 05 jun. 2020.

O PAIZ. O fechamento das escolas.**O Paiz**, Rio de Janeiro, p.4, 15 out. 1918. Disponível em:<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 07 fev. 2021.

OLIVETO, P. Covid-19: Anticoagulante pode reverter casos de pacientes em estado grave. **Correio Braziliense**, Brasília, Distrito Federal, 25 abr. 2020. Ciência e Saúde. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2020/04/25/internaciencia_saude,848151/covid-19-anticoagulante-pode-reverter-casos-de-pacientes-em-estado-gr.shtml. Acesso em: 04 set. 2022.

PIRES, C. China já respira, Itália em colapso, Espanha à beira dele e o resto do mundo a preparar-se para o pior. **Diário de Notícias**, Portugal, p. 1, 20 de março de 2020. Disponível em:<https://www.dn.pt/mundo/china-ja-respira-italia-em-colapso-espanha-a-beira-dele-e-o-resto-do-mundo-a-preparar-se-para-o-pior-11966352.html>. Acessoem: 07 abr. 2020.

SÁFADI, M. A. P. **Novo coronavírus (COVID-19)**. 2020. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/>

presscorner/detail/it/statement_20_567. Acesso em: 04 set. 2022.

SAMELA, G. Coronavírus Argentina: las empresas ya activan protocolos para evitar contagios. **Clarín**, Buenos Aires, 04 de março de 2020. Disponível em: https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-empresas-activan-protocolos-aislar-empleados-viajaron_0_hwW81RyX.html. Acesso em:

SANTOS, L. dos. Um imenso campo mórbido: controvérsias médico-científicas sobre a epidemia de cólera-morbo de 1855. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, p. 341-357, 2016.

SANTOS, R. A. dos. O Carnaval, a peste e a 'espanhola'. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 129-158, 2006.

SEVCENKO, N. **A revolta da vacina**: mentes insanas em corpos rebeldes. SciELO-Editora UNESP, 2018.

SOUTO, L. Como Vera Magalhães veja outras mulheres jornalistas atacadas por Bolsonaro. **UOL**, São Paulo, 29 ago. 2022. Política. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2022/08/29/como-vera-magalhaes-relembra-ataques-de-bolsonaro-contrajornalistas.htm>. Acesso em: 04 set. 2022.

SOUZA, C. M. C. de. A epidemia de gripe espanhola: um desafio à medicina baiana. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 4, p. 945-972, 2008.

SPRATT, M. Science, Journalism, and the Construction of News: How Print Media Framed the 1918 Influenza Pandemic. **American Journalism**, v. 18, n. 3, p. 61-79, 2001. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08821127.2001.10739324>.

REVISTA DA SEMANA. A epidemia. **Revista da Semana**, Rio de Janeiro, ed. 37, p.20-21, 19 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2022.

REVISTA DA SEMANA. Aos nossos leitores. **Revista da Semana**, Rio de Janeiro, ed. 37, p. 17, 19 out. 1918. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>. Acesso em: 06 set. 2022.

TAUBENBERGER, J. K. The origin and virulence of the 1918 "Spanish" influenza virus. **Proc Am Philos Soc.** v. 150, p.86-112. 2006.

THE GUARDIAN. WHO declares coronavirus pandemic. Londres, Inglaterra, 11 de março de 2020. World/coronavirus. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/11/who-declares-coronavirus-pandemic>. Acesso em: 04 set. 2022.

THE NEW YORK TIMES. Coronavirus spread and the world pays for China's dictatorship - Xi used strict rule to control information rather than stop an epidemic. **The New York Times**, Nova Iorque, 29 jan. 2020. Opinion. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/01/29/opinion/coronavirus-china-government.html>. Acesso em: 06 ago. 2020.

THE NEW YORK TIMES. From Flattening the Curve to Pandemic: A Coronavirus Glossary. **The New York Times**, Nova Iorque, 18 de março de 2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/03/18/us/coronavirus-terms-glossary.html>. Acesso em: 13 jan. 2021.

THE NEW YORK TIMES. The Spanish influenza. **The New York Times**, Nova Iorque, p. 12, 07 out. 1918. Disponível em: <https://www.nytimes.com/search/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

THE NEW YORK TIMES. The Spanish influenza. **The New York Times**, Nova Iorque, p. 24, 09 out. 1918. Disponível em: <https://www.nytimes.com/search/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

THE SURVEY. Program to Combat Influenza. **The Survey**, Nova Iorque, p. 408-409. 28 dez. 1919. Disponível em: <https://archive.org/details/surveycharityorg41survrich>. Acesso em: 21 abr. 2021.

THE STANDARD. South Hanover, Indiana: June 18, 1835 and July 2, 1835.

TICIONLINE. Coronavirus, nuovemisure di prevenzione. **Ticonline**, 12 de março de 2020. Disponível em: <https://www.tio.ch/ticino/attualita/1424908/coronavirus-prevenzione-misure-norme-raccomandazioni>. Acesso em: 07 abr. 2020.

TRILLA, A.; TRILLA, G.; DAER, C. The 1918 "Spanish flu" in Spain. **Clinical infectious diseases**, v. 47, n. 5, p. 668-673, 2008.

TOGNOTTI, E. Scientific triumphalism and learning from facts: bacteriology and the 'spanish flu' challenge of 1918. **Journal of the Society for the Social History of Medicine**, v.16, n.1, p.97-110, 2003.

UOL. Bolsonaro chama Globo de 'lixo' e ameaça não renovar concessão em 2022. **UOL**, São Paulo, 30 abr. 2020. Televisão. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/04/30/bolsonaro-chama-globo-de-lixo-e-ameaca-nao-renovar-concessao-144444.php>. Acesso em: 04 set. 2022.

VEJA. Coronavírus: novo estudo condena uso de cloroquina em doses elevadas. **Veja**, São Paulo, 25 abr. 2020. Saúde. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/coronavirus-cloroquina-desaconselhada/>. Acesso em: 04 set. 2022.

VELEDA, R. Bolsonaro diz que Brasil testará cloroquina contra o coronavírus. **Metrópoles**. Brasília, Distrito Federal, 21 março 2020. Saúde. Disponível em: [https://](https://www.metropoles.com/brasil/saude-br/bolsonaro-diz-que-brasil-testara-cloroquina-contra-o-coronavirus)

www.metropoles.com/brasil/saude-br/bolsonaro-diz-que-brasil-testara-cloroquina-contra-o-coronavirus. Acesso em: 04 set. 2022.

AVIER, A.A.O. et al. Covid-19 aproxima cientistas da mídia de maneira inédita. **ComCiência**. Campinas. Disponível em: <http://www.comciencia.br/covid-19-aproxima-cientistas-da-midia-de-maneira-inedita/>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

ZAGDOUN, B. Coronavirus: 7 conseils pour se protéger de l'épidémie de "fakenews". **Franceinfo**, Paris, 18 de março de 2020. Disponível em: https://www.francetvinfo.fr/sante/maladie/coronavirus/coronavirus-7-conseils-pour-se-proteger-de-l-epidemie-de-fake-news_3870011.html. Acesso em: 07 abr. 2020.

PERFIL DOS AUTORES

Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

É Livre docente em comunicação (UNESP), doutora em educação (UFMS), mestre em comunicação midiática (UNESP) e graduada em Jornalismo (PUCCAMP). É professora associada da Faculdade de Ciências e Engenharia (FCE), câmpus da UNESP em Tupã.

Roberto Bernardo

É doutor em Engenharia da Produção (UFSCar); mestre em Agronegócio e Desenvolvimento (PGAD/UNESP); especialista em Marketing e graduado em engenharia mecânica (UNESP). É professor do curso de Administração coordenador do curso de Engenharia da FAP/FADAP.

Jéssica Dayane Nunes Pessôa

É doutoranda no Programa de Pós-graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Faculdade de Ciências e Engenharia da UNESP (PGAD); Mestre em Ciências pelo PGAD (2022); possui graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade do Oeste Paulista (2016).

REFUGIADOS VENEZUELANOS NO BRASIL, DIREITO À COMUNICAÇÃO E DESIGUALDADES DIGITAIS NO CONTEXTO DA PANDEMIA DO COVID-19⁶⁸

Denise Cogo
Amanda Paz Alencar
Julia Camargo

INTRODUÇÃO

O crescimento do movimento transfronteiriço de venezuelanos na região norte do Brasil entre os anos 2016 e 2020 vem produzindo reflexões sobre as dinâmicas (in)mobilidade e o nacionalismo metodológico baseado na securitização das fronteiras (VELAZCO, MIRANDA, 2021). Em um contexto em que se registra a chegada de 261.000 migrantes e refugiados (R4V, 2021) pelo estado de Roraima, se estabeleceu uma governança migratória institucionalizada por meio da Operação Acolhida, coordenada pelo Exército brasileiro. Na Operação, que se tornou responsável pelos processos de gestão das fronteiras, pelo acolhimento e pelo programa de interiorização de refugiados para outras regiões do Brasil, atuam atores de governos locais, agências da ONU (Organização das Nações Unidas), OINGs (Organizações Internacionais Não Governamentais) e organizações da sociedade civil.

Entre os desafios enfrentados pelos migrantes forçados, o acesso contínuo e confiável às tecnologias da comunicação e à informação são questões fundamentais em um contexto em que um em cada dois refugiados venezuelanos não se sente suficientemente informado e 69% não têm acesso ao Wi-Fi, segundo estudo financiado pela ACNUR (Agência da ONU para Refugiados) e OIM (Organização Internacional das Migrações e desenvolvido pela The Regional Interagency Coordination Platform for

68 Versão revisada de trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania, do 31º Encontro Anual da Compós, realizado na Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz - MA. 06 a 10 de junho de 2022.

Refugees and Migrants (R4V, 2020)⁶⁹. A ausência de informações precisas sobre diversos serviços, como educação, saúde, abrigo e assistência humanitária – situação que expõe essa população a riscos de exploração e marginalização –, é agravada pelo fato de que apenas 20% dos participantes da pesquisa realizada terem relato receberam informações confiáveis dos provedores de serviços de migração (REACH, 2018).

Outros dados sobre comunicação e refúgio divulgados pelo ACNUR revelam que 29% das famílias refugiadas não possuem telefone celular. Além disso, em relação a outros setores da população, os refugiados têm 50% menos oportunidades de terem acesso a um telefone celular com internet. (ACNUR, 2018). Considerando que 85% dos refugiados em todo o mundo vivem em países em desenvolvimento e muitos se encontram em situação de extrema pobreza (ACNUR, 2018), “a conectividade não é um luxo, é uma salvação para os refugiados”, segundo chama a atenção Filippo Grandi, do ACNUR (WEFORUM, 2017).

Embora inúmeros relatórios do ACNUR apontem a relevância da conexão digital e do acesso a tecnologias da comunicação para os refugiados, o cotidiano das pessoas em situação de refúgio tem evidenciado a ausência da implementação de políticas relacionadas ao direito à comunicação das pessoas em deslocamento. No estado de Roraima, por exemplo, nenhum dos quatorze abrigos para venezuelanos contam com acesso à internet ou espaços fixos para realização de ligações telefônicas. Precariedade que se acentuou no contexto do Covid-19 em que as pessoas em deslocamento passaram a vivenciar ainda maiores restrições tanto em relação ao direito à mobilidade quanto ao direito à comunicação em um contexto de maior necessidade de conexão digital.

O fechamento das fronteiras com a Venezuela como medida sanitária para evitar a propagação do coronavírus foi uma das primeiras, dentre inúmeras restrições, impostas à mobilidade venezuelana pelo governo brasileiro e que também ampliou as exigências de conexão digital para os refugiados. Entre março de 2020 e junho de 2021, foi implementada uma série de normas jurídicas que prejudicou cidadãos venezuelanos que estavam fora do Brasil e desejavam retornar ou que estavam planejando migrar pela primeira vez. Por exemplo, mesmo aqueles que estavam fora do Brasil, seja com visto de residência ou que contavam com familiares residentes no Brasil, não puderam entrar em território brasileiro (JAROCHINSKI, JUBILUT; 2020, p. 422).

69 O estudo foi conduzido em 50 países afetados pela situação da Venezuela e contou com a participação de 3400 refugiados e migrantes da Venezuela e de outras nacionalidades, assim como de informantes de comunidades de acolhida, além de outros informantes-chaves para o estudo.

Esse episódio foi apenas uma dentre as muitas políticas de controle e fechamento de fronteiras adotadas pelo governo brasileiro ao longo da pandemia. Cabe destacar que o COVID-19 aprofundou os processos, já em curso, de digitalização da vida social em seus distintos âmbitos. No entanto, as diferenças no acesso, apropriação e uso das tecnologias digitais no Brasil revelaram um quadro de desigualdades digitais entre setores da sociedade que já vivenciam exclusões, como é o caso de pessoas em situação de deslocamento forçado.

No atual contexto de desigualdades sociais e digitais agravado pela pandemia COVID-19, este artigo focaliza as experiências relacionadas do direito à comunicação de refugiados venezuelanos residentes em Boa Vista, capital de Roraima, na fronteira Brasil-Venezuela. A partir da observação dessas experiências e da realização de 12 entrevistas com refugiados venezuelanos, buscamos identificar três dimensões em que se materializam as desigualdades de acesso e usos das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) que impactam as trajetórias migratória de refugiados venezuelanos no Brasil e seus vínculos com o país de origem no contexto da pandemia do Covid-19: (1) a redução das interações comunicacionais dos refugiados com redes afetivas no país de origem (2) as barreiras enfrentadas pelo venezuelanos para acesso à informação, a serviços e direitos migratórios durante a pandemia e (3) a exposição dos refugiados a notícias falsas, golpes e discursos de ódio em plataformas de mídia social e aplicativos de mensagens.

A seguir, apresentamos os principais conceitos teóricos e a metodologia que fundamentam a pesquisa para, posteriormente, desenvolvermos a análise dos dados empíricos com base nessas três dimensões analíticas.

DIREITO À COMUNICAÇÃO, DESIGUALDADES DIGITAIS E MOBILIDADE HUMANA

O direito à comunicação aparece reconhecido na Declaração Universal dos Direitos Humanos promulgada em 1948 ao estabelecer, em seu artigo 19, que “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.”⁷⁰. Ao longo das últimas décadas, a comunicação passou a ser reivindicada também como

70 Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>

um direito humano fundamental por parte de organismos como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), organismo que liderou, na década 70, um debate sobre uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC). O debate resultou na publicação, nos anos 80, do relatório “Um Mundo e Muitas Vozes – Comunicação e Informação da Nossa Época”. também conhecido como Relatório MacBride. (MACBRIDE et. al.,1993). O relatório formula um diagnóstico e propõe alternativas à concentração dos meios de comunicação no mundo, aos desequilíbrios nos fluxos de informação e às desigualdades tecnológicas entre países ditos desenvolvidos e em desenvolvimento.

Perspectiva postulada também por Paulo Freire, o direito à comunicação aparece, na obra do autor, atrelado à compreensão da comunicação como conhecimento não apenas concedido, transmitido ou imposto, mas construído e compartilhado socialmente. A comunicação, conforme postula o educador, pertence aos indivíduos, assim como aos grupos e às comunidades que eles compõem. Freire defende a comunicação como vocação humana em suas dimensões sociocultural e política, sem, contudo, deixar de alertar sobre os processos de desigualdade que atravessam as experiências de comunicação que buscam se pautar pelo diálogo, participação e reciprocidade. A concepção freireana ressalta a dimensão ética, humanitária e cidadã da comunicação e aponta para a necessidade de uma distribuição social justa dos recursos, incluindo os tecnológicos, necessários ao exercício do direito à comunicação (COGO, CAMARGO, GENERALI, 2021; COGO, 1998; FREIRE, 1983, LIMA, 1981; SUZINA; TUFTE, 2020).

O pensamento de Paulo Freire ⁷¹ inspirou muitas experiências e práticas de comunicação cidadã desenvolvidas por setores e movimentos populares na América Latina sob as diferentes denominações de comunicação popular, comunitária, dialógica, participativa e de resistência. Pesquisas ⁷² apontam que, no contexto dessas práticas de comunicação cidadã, a partir, especialmente dos anos 70, os movimentos sociais passaram a postular que a comunicação é também um direito humano, a exemplo da educação ou da saúde. Nessa perspectiva, a comunicação necessitaria

71 Esteve presente no pensamento de autores como Juan Díaz Bordenave, Mário Kaplún, Luís Ramiro Beltrán, dentre outros.

72 Suzina (2021, p. 15) destaca que, embora bastante invisíveis na literatura internacional dos estudos de comunicação e mídia, entre 1972 e 2012, as práticas de comunicação cidadã, popular e comunitária foram objeto de pesquisa de mais de cem dissertações de mestrado e doutorado no Brasil.

igualmente ser democratizada a partir de uma participação da sociedade na propriedade, gestão, produção e distribuição dos recursos comunicacionais, sobretudo aqueles relacionados aos meios e tecnologias da comunicação, conforme aparece sintetizado em noções como a de cidadania comunicativa (MATA, 2006; COGO, 2010).

Orientadas pelas ideias freireanas sobre educação dialógica, as práticas de comunicação cidadã buscaram o deslocamento de um modelo de comunicação de massa verticalizado, próximo ao de uma educação bancária, que priorizava a transmissão de conteúdos e os efeitos desses conteúdos sobre os receptores. Tais práticas passaram a privilegiar a perspectiva da comunicação como um processo no qual diferentes setores sociais pudessem ter voz e atuar não apenas como receptores, mas também produtores de mídias comunitárias construídas a partir do conhecimento e da realidade vivida por esses setores. A comunicação passou a ser compreendida e exercitada como um processo horizontal e participativo e inscrita em disputas políticas mais amplas orientadas à mudança social e às lutas por igualdade e democratização das sociedades latino-americanas. (COGO, 1998; PERUZZO, 2021; SUZINA, 2021)

O direito à comunicação assume contornos específicos quando focalizamos as experiências de refúgio na medida em que o exercício desse direito está vinculado à existência de espaços horizontalizados de participação dos refugiados no desenho e gestão de projetos relacionados à oferta de acesso e usos das tecnologias da comunicação. Trata-se de uma participação que implica, ainda, no reconhecimento da voz e lugar de fala dos refugiados que, em decorrência de sua própria condição migratória, vivenciam frequentemente, precariedade e exclusões sistemáticas que fragilizam também seu lugar de fala. (SPIVAK, 2010). Ao terem os direitos de cidadãos formais concedidos pelo governo, Leung (2018, p. 26) argumenta que os refugiados se envolvem em modos informais e flexíveis de cidadania, em uma dinâmica de “cidadania de baixo para cima”, através de atos de participação e agência mediados e moldados por tecnologias digitais que lhes permitem expandir e reivindicar direitos em suas comunidades.

A institucionalização da governança migratória por meio de agências internacionais, como ONU (Organização das Nações Unidas) e OINGs (Organizações Internacionais Não Governamentais), em aliança com governos nacionais e locais, tem permitido, de forma limitada, a adoção de processos horizontalizados de participação nas dinâmicas de acolhimento e inserção de refugiados (MADIANOU, 2019). Em seus estudos sobre comunicação e desenvolvimento para a mudança social, Tufte lembra

que a maioria dessas agências está focada no desenvolvimento de espaços verticais de participação, em que “o público-alvo, através de intervenções estratégicas de comunicação, é “convidado” a participar, ganhar conhecimento, deliberar, participar de debates e mudanças de comportamento” (TUFTE, 2013, p. 63).

A despeito da capacidade de agência dos migrantes reconhecida nas reflexões de autores como Lacomba Vázquez e Moraes Mena (2020) e Mezzadra (2015), a atuação das organizações internacionais junto aos migrantes tem sido marcada por assimetrias de poder nas quais se contrapõem uma ordem institucional que define e controla o acesso e usos das tecnologias e uma ordem das práticas desviantes e táticas empreendidas pelos migrantes para se apropriarem das TICs e definirem usos orientados por seus desejos, necessidades e experiências concretas. No marco de uma epistemologia das migrações. Mezzadra já chamava a atenção para as tensões entre as forças estruturais e a capacidade subjetiva de ação dos migrantes, reivindicando uma atenção especial “para a forma com que os dispositivos de sujeição e os processos de subjetivação (coação e liberdade) entram em jogo na constituição do campo de experiências da migração” (MEZZADRA, 2015, p. 13). Trata-se, ainda, na síntese do autor, de “trazer à luz práticas subjetivas de negociação e contestação das relações de poder” em contextos específicos em que se desenrolam as dinâmicas migratórias (MEZZADRA, 2015, p. 13). Nessa perspectiva, a chamada epistemologia da agência ou autonomia das migrações tem contribuído para a compreensão das estratégias, lutas e resistências dos migrantes, assim como de seus processos de intervenção e transformação, em diferentes instâncias sociais, econômicas, culturais, artísticas e políticas (LACOMBA VÁZQUEZ; MORAES MENA, 2020)⁷³. O enfoque da autonomia da migração busca enfatizar, assim, que, no âmbito das lutas e movimentos migratórios, os migrantes não querem se converter em cidadãos, mas já atuam como tal, independentemente de seu estatuto jurídico de cidadania. (MEZZADRA, 2012, p. 160).

Ao analisarem iniciativas de inclusão digital no contexto da migração latino-americana, Cogo, Brignol e Fragoso (2015) já constatavam a disparidade existente entre as supostas necessidades e desejos dos grupos sociais que pautavam essas iniciativas e as experiências concretas de apropriação das TICs pelos seus receptores. A aproximação às práticas de acesso às TICs por migrantes latino-americanos nos contextos das cidades de Barcelona (Espanha) e Porto Alegre (Brasil) permitiu às autoras

73 Esse enfoque não ignora, contudo, que agência não implica unicamente em empoderamento dos migrantes, mas que pode também representar desempoderamento.

evidenciarem táticas⁷⁴ (DE CERTEAU, 1994) através das quais, frequentemente, os migrantes driblavam as dificuldades de acesso ou falta de conhecimento através de alternativas que não apareciam previstas pelas políticas públicas de inclusão digital. Exemplos destas táticas são o empréstimo de equipamento, usos de pontos públicos (mesmo que pagos) de acesso, dinâmicas de aprendizado informal com o apoio, muitas vezes, de familiares e amigos. As autoras sugerem, a partir dos resultados da pesquisa, que os desejos, motivações e modos nos quais os imigrantes compreendem e desejam se apropriar das TICs deveriam ser um ponto de partida para o planejamento de ações e políticas de inclusão digital. (COGO, BRIGNOL E FRAGOSO, 2015, P. 179).

Van Deursen e Van Dijk (2014) observam que o crescimento da internet tem refletido muitos dos aspectos sociais, econômicos e relações culturais, incluindo aqueles relacionados às desigualdades. Embora as desigualdades sociais sempre tenham existido, os autores destacam que a expansão da internet aprofundou a brecha social, se tornando não apenas uma reprodutora ativa, mas também um potencial acelerador dessas desigualdades. Os impactos dessa brecha podem ser evidenciados no maior acesso à informação por parte de setores sociais que possuem melhores condições socioeconômicas. O que se acentua se considerarmos que, em diferentes âmbitos sociais, políticos, culturais, econômicos e sanitários, há uma crescente oferta de informações e serviços online que pressupõem a existência de uma igualdade no acesso e distribuição dos recursos digitais na sociedade.

Cabe ressaltar que a desigualdade digital se aprofundou na América Latina em decorrência da pandemia COVID-19, aprofundando também as disparidades no interior dos grupos sociais como, por exemplo, entre homens e mulheres, ricos e pobres, moradores de áreas rurais e urbanas e migrantes e nacionais. As desigualdades no acesso e uso de tecnologias podem ser observadas, ainda, na criação e publicação de conteúdo, participação e presença de setores sociais latino-americanos nas redes, bem como no desenvolvimento de habilidades para o uso da internet e dispositivos digitais. O Relatório Especial COVID-19, divulgado em julho de 2021 pela Comissão para a América Latina e o Caribe (CEPAL), indica que mais de 66,2 milhões

74 Nomeadas por De Certeau (1994) como a “arte do fraco”, essas táticas se desenrolam no contexto de mundos não formalizados da vida cotidiana, habitados pelo homem ordinário que constrói seus modos particulares e criativos de agir a partir dessa ocupação do lugar do outro. As táticas possibilitam burlar um modo de consumo instituído e previsto desde a produção, de maneira a permitir uma “fabricação” astuciosa, silenciosa e quase invisível, que se faz notar em várias das maneiras alternativas de empregar os produtos oferecidos para o consumo. (COGO, BRIGNOL, FRAGOSO, 2015).

de residências em 14 países da região que não possuem conexão à Internet (CEPAL, 2021). No caso específico da Venezuela, os resultados do Global Internet Speed Index publicado em fevereiro de 2020, colocam o país como o que dispõe de menor velocidade de internet entre as nações latino-americanas (VASQUEZ, LAYA, 2020).

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa, de caráter qualitativo, foi baseada na realização de entrevistas semiestruturadas com doze refugiados venezuelanos residentes na cidade de Boa Vista, Roraima. As entrevistas foram realizadas em modalidade presencial e online entre os meses de maio e julho de 2020⁷⁵. A seleção dos participantes considerou a diversidade de gênero, geração e condição socioeconômica e incluiu sete pessoas que se autodeclararam mulheres e cinco que se autodeclararam homens. As idades dos entrevistados variam entre 19 e 54 anos, e o tempo de residência no Brasil entre dois meses e três anos. No momento da pesquisa, oito participantes estavam desempregados, e quatro participantes referiram ser diaristas (dois homens e duas mulheres).

A caracterização do (a) s entrevistado (a) s aparece sintetizada na tabela a seguir:

Tabela 1 – Caracterização do (a) s entrevistado (a) s

Nome ⁷⁶	Sexo	Idade	Escolaridade	Estado civil	Ocupação laboral	Tempo aproximado de moradia no Brasil
Angelina	Feminino	42	Formação em Tecnóloga	Casada	Desempregada	9 meses
Ana	Feminino	26	Ensino médio incompleto	Casada	Dona de casa	3 anos
Benjamin	Masculino	33	Formação em Tecnólogo	Solteiro	Desempregado	3 anos
Bruno	Masculino	31	Formação em Tecnólogo	Solteiro	Diarista	1 ano
Diana	Feminino	19	Ensino médio incompleto	Solteira	Desempregada	1 ano
Dolores	Feminino	52	Ensino médio incompleto	Casada	Diarista	2 meses
Eduardo	Masculino	44	Ensino médio completo	Casado	Diarista	1 ano

75 As entrevistas foram realizadas pela segunda autora deste artigo. A pesquisadora vem trabalhando em atividades extensionistas na Universidade Federal de Roraima que visam melhorar o acesso dos refugiados às TICs. Essas atividades contribuíram para seu envolvimento com a comunidade de refugiados e para a compreensão do seu papel como pesquisadora, assim como com sua aproximação com os futuros participantes da pesquisa.

76 Os nomes foram modificados para assegurar o anonimato do (a) s entrevistado (a) s.

Nome ⁷⁶	Sexo	Idade	Escolaridade	Estado civil	Ocupação laboral	Tempo aproximado de moradia no Brasil
Glivory	Feminino	33	Formação em Tecnóloga	Casada	Desempregada	1 ano
Leonansky	Masculino	23	Formação em Tecnóloga	Solteiro	Desempregado	7 meses
Luci	Feminino	54	Ensino Superior	Casada	Desempregada	2 anos
Marcos	Masculino	37	Formação em Tecnólogo	Casado	Desempregado	2 anos
Merlina	Feminino	29	Ensino médio incompleto	Casada	Desempregada	2 anos

Fonte - elaboração própria

As entrevistas ocorreram no contexto da pandemia do COVID-19, durante a qual foram impostas restrições parciais a encontros presenciais por parte do governo local da cidade de Boa Vista. Por isso, levando em conta que seis participantes (Marcos, Ana, Luci, Merlina, Bruno e Diana) possuíam um smartphone, suas entrevistas foram realizadas online através do aplicativo de mensagem WhatsApp. Esses participantes receberam créditos telefônicos, oferecidos pelas pesquisadoras, para participarem da chamada em que foi realizada a entrevista. As outras seis entrevistas com refugiado(a)s venezuelano(a)s que não possuíam dispositivos digitais (Angelina, Dolores, Benjamin, Leonansky, Glivory e Eduardo), foram realizadas, de forma presencial, durante um projeto de extensão organizado pela Universidade Federal de Roraima em conjunto com a Pastoral dos Migrantes e Organização Internacional para as Migrações (OIM). O projeto tinha como objetivo oferecer aos refugiados dispositivos digitais com conexão à internet, além de suporte para a realização do registro necessário à solicitação do benefício emergencial concedido pelo governo brasileiro.

Durante as entrevistas, os participantes foram questionados sobre oportunidades e desafios do acesso às tecnologias digitais relacionados à comunicação com os familiares e à obtenção de informações sobre serviços e direitos. As entrevistas duraram entre 30 e 45 minutos, e, após a obtenção dos consentimentos escritos e/ou orais dos participantes, foram gravadas ou registradas por escrito em um diário de campo.

Depois de concluídas, as entrevistas foram transcritas e, posteriormente, submetidas à codificação manual seguindo os princípios da análise temática (BOEIJE, 2010). A categorização das entrevistas permitiu a identificação de três categorias relacionadas às desigualdades digitais agravadas pela COVID-19 nas trajetórias de refugiados venezuelanos que serão desenvolvidas a seguir: (1) a redução das interações

comunicacionais dos refugiados com redes afetivas no país de origem (2) as barreiras enfrentadas pelo venezuelanos para acesso à informação, a serviços e direitos migratórios durante a pandemia e (3) a exposição dos refugiados a notícias falsas, golpes e discursos de ódio em plataformas de mídia social e aplicativos de mensagens.

Redução das interações comunicacionais com redes afetivas no país de origem

A primeira dimensão de desigualdade digital vivenciada pelos refugiados venezuelanos diz respeito à diminuição do uso das tecnologias digitais em suas trajetórias migratórias no Brasil. Os participantes afirmaram que passaram a ter menos acesso a dispositivos digitais, como smartphones e computadores desktop, interferindo em sua comunicação com redes de afeto compostas por familiares e amigos que vivem na Venezuela. Durante a pandemia, os serviços de migração foram ainda mais limitados e, em algumas ocasiões, suspensos (MARTUSCELLI, 2021), incluindo o acesso aos serviços de comunicação prestados pelo Centro de Referência ao Refugiado e Imigrante e pela Cruz Vermelha, na cidade de Boa Vista, Roraima.

Para Eduardo, de 44 anos, o fechamento de centros de atendimento telefônico resultou na interrupção da comunicação com sua mãe na Venezuela. Antes do início da pandemia, ele passava pelo menos alguns minutos conversando com ela através da utilização do serviço de chamada gratuita desses centros: “A última vez que falei com minha mãe foi antes da pandemia quando os serviços telefônicos ainda estavam funcionando [...] já se passaram dois meses que não tenho notícias dela”⁷⁷.

Apesar do aumento das limitações de conectividade, os participantes criaram soluções alternativas para superar taticamente as restrições de comunicação com os familiares, engajando-se na “criatividade em rede móvel” (SOUSA E SILVA, XIONG-GUM, 2020). Os usos “criativos” dos telefones celulares, como o empréstimo entre amigos, ajudaram a aliviar suas preocupações com a situação de saúde de suas famílias diante das precárias respostas da Venezuela à pandemia. Glivory, de 33 anos que vivia em uma ocupação em Boa Vista, comentou que organizações internacionais e organizações não governamentais nunca ofereceram serviços de comunicação no local onde morava. Chamadas gratuitas e uso de internet eram disponibilizados somente nos abrigos da Operação Acolhida, uma vez por semana. Tal situação a levou

77 A fim de favorecer a leitura, na transcrição das entrevistas, traduzimos para o português as falas dos entrevistados que se expressaram em espanhol ou portunhol.

a acessar os tablets do Centro de Referência ao Refugiado e Imigrante quando este serviço ainda estava disponível. Com a pandemia, Glivory passou a buscar outras formas de manter contato com sua família na Venezuela, segundo relatou na entrevista: “Algumas pessoas onde eu moro possuem um telefone, eles me emprestam e eu posso rapidamente conversar com meus familiares para verificar sua saúde e se eles estão se protegendo do vírus”.

Outro desafio digital enfrentado pelos refugiados venezuelanos diz respeito às limitações da comunicação familiar resultante da deterioração dos serviços de conectividade e energia na Venezuela (VASQUEZ, LAYA, 2020). As precárias infraestruturas de comunicação dos serviços públicos, segundo os participantes, geravam desigualdades digitais que limitavam as possibilidades de manterem vínculos transnacionais com familiares no país de origem. Por exemplo, Bruno, de 31 anos, mencionou que é raro encontrar um estado na Venezuela onde se tenha acesso contínuo e confiável à eletricidade e internet, a menos que você pertença a uma família de classe social alta. O entrevistado lembrou, ainda, a pane elétrica que atingiu a Venezuela em 2019, quando algumas cidades ficaram sem energia por mais de cinco dias, o que, segundo ele, foi desencadeado pela falta de investimento do governo nesse setor. Glivory enfatizou, ainda, que “a internet piorou muito na Venezuela; o sinal é muito ruim, e é mais difícil de se comunicar. Quando consigo pegar emprestado um telefone para ligar para minha família pelo WhatsApp, a internet é muito fraca lá e não é possível falar”.

Com a precarização dos serviços públicos de internet e eletricidade durante a pandemia do COVID-19, os participantes também relataram dificuldades para o envio de remessas financeiras para a Venezuela e, em alguns casos, o impedimento de acesso a sites de transferência bancária. “Não pudemos mais transferir dinheiro em ‘valor real’ usando o sistema bancário para que nossos parentes possam receber esse dinheiro em ‘bolívars’; fizemos isso através de pessoas que prestam esse serviço”, destacou Benjamin, de 33 anos.

Essa primeira dimensão de análise evidencia que a precariedade das infraestruturas digitais, assim como a limitação do acesso a estas estruturas, incide diretamente na comunicação como um direito a ser exercido pelos venezuelanos, que acaba ficando restrito aos esforços que empreendem ou táticas desviantes que adotam para contornar as limitações impostas. (MEZZADRA, 2015; COGO, 1999; FREIRE, 1983)

Barreiras para acesso à informação, a serviços e direitos migratórios

Na cidade de Boa Vista, a redução dos canais de comunicação e o fechamento de centros de apoio a refugiados durante a pandemia criaram obstáculos para a obtenção de informações confiáveis e de qualidade sobre direitos e serviços básicos, como educação, saúde, trabalho e abrigo. Cada vez mais central para a resposta humanitária, a digitalização das atividades relacionadas à gestão do cotidiano dos migrantes se ampliou durante a pandemia. Esse avanço, no entanto, não considerou as desigualdades de acesso e literacia digital entre o público-alvo de ações emergenciais, ou seja, pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Para Madianou (2019), a inovação digital nos contextos migratórios pode fortalecer as assimetrias de poder entre refugiados e agências humanitárias, gerando desigualdade e dependência em uma estrutura que remonta ao poder colonial. Outros pesquisadores também argumentam que o modelo verticalizado de comunicação que pauta desenvolvimento de iniciativas digitais por organizações governamentais e humanitárias dificulta a compreensão das realidades e prioridades dos refugiados, assim como sua participação dessas iniciativas (COGO; BRIGNOL; FRAGOSO, 2015; TUFTE, 2013).

No início da pandemia, uma quantidade significativa de cursos de formação, educação e empreendedorismo passou a ser oferecida online aos refugiados venezuelanos, gerando um sentimento de exclusão entre aqueles que não tinham acesso às tecnologias digitais. Este foi o caso de Leonansky, de 23 anos, desempregado, que comentou sobre a impossibilidade de participar de um curso de treinamento oferecido por uma agência humanitária por não ter acesso a um dispositivo digital e conectividade, Merlina também compartilhou o sentimento de tristeza por seu filho não poder seguir o ensino remoto da escola devido à falta de um smartphone:

Vi um curso de administração para refugiados oferecido pelo Serviço Jesuíta, mas não tenho um smartphone ou computador. Eu acho que muitas pessoas estavam interessadas no curso, mas por causa desses inconvenientes, eles não vão fazer também. Alguns têm telefone, mas não têm internet, outros têm internet, mas não têm telefone bom. Fica chato, eu estava realmente disposto, mas eu não tenho condições (Leonansky, 23 anos).

Eu vou para a escola para pegar o material para meu filho estudar, e às vezes eu peço a alguém no abrigo o celular emprestado para que ele possa seguir as aulas. Não temos o WhatsApp do professor para responder perguntas, e eu não posso ajudar

porque meu português não é bom. É muito mais difícil para mim e para meu filho. Ele está triste com isso (Merlina, 29 anos).

Além da exclusão digital, a assimetria e a dependência relacionadas à estrutura verticalizada dos canais de comunicação que visam facilitar o trabalho das agências governamentais e humanitárias também aparecem como questões-chave decorrentes da digitalização dos processos migratórios que afetam os refugiados (MADIANOU, 2019) e que ganharam maior visibilidade durante a pandemia.

Alguns refugiados relataram dificuldades no preenchimento de formulários digitais públicos, tanto pela falta de acesso às TICs quanto pelo fato desses documentos estarem disponíveis apenas na língua portuguesa. Outros entrevistados destacaram os desafios que enfrentaram ao fazer perguntas usando aplicativos de comunicação unidirecionais oferecidos por agências da ONU. Por exemplo, Luci (54 anos) comentou que já fez parte de um grupo de WhatsApp da Plataforma Help (ACNUR) e decidiu deixar o grupo porque ninguém, exceto o administrador, poderia escrever mensagens. Segundo a entrevistada [...] o grupo não era útil porque precisamos saber um monte de coisas e queremos perguntar, especialmente agora na pandemia [...] eu também deixei o grupo porque não tenho muitos dados no telefone e preciso escolher o que eu baixo.

Outro participante expressou a angústia de não poder denunciar violações de direitos humanos em decorrência do fechamento físico de agências de instituições públicas, conforme ilustra trecho de sua entrevista:

A empresa que nos ofereceu um emprego não cumpriu o prometido no processo de interiorização. Nós nunca assinamos um documento e agora eles nos disseram que, por causa da pandemia, só vamos trabalhar até o final de maio. Todos os órgãos de denúncia estão trabalhando apenas online. Eles (Operação Acolhida) nos trouxeram para Boca do Acre. Preciso de um contato do ACNUR, OIM ou dos militares. Gostaria que ouvissem a história da minha família, muitos venezuelanos ainda podem ser enganados (Marcos, 37 anos).

Nesse contexto, é importante destacar, ainda, a presença de pequenas organizações da sociedade civil que, por meio de uma estratégia mais próxima da realidade das comunidades vulneráveis, ofereceram serviços digitais durante a pandemia. Iniciativas como as da Pastoral do Migrante em parceria com a universidade pública ofereceram dispositivos conectados e ajudaram no registro do chip telefônico,

essencial para o acesso ao aplicativo do governo federal chamado “Assistência emergencial” durante a pandemia do Covid 19. Conforme relatado por um participante:

Vimos aqui para cadastrar a assistência emergencial do governo brasileiro. Mas como não temos telefone, tivemos que comprar o chip por R\$ 10,00. É caro. Após o registro, vamos colocar no celular de um amigo para ver o código e retirar o dinheiro. Se eu não tivesse que gastar o dinheiro com comida, eu compraria um telefone (Eduardo, 44 anos).

As experiências compartilhadas pelos participantes da pesquisa revelam, assim, que as respostas dos atores humanitários às necessidades de comunicação digital dos refugiados têm dificultado o exercício do direito à comunicação a partir da perspectiva de Freire destacada anteriormente. (COGO, 1999; FREIRE, 1983; LIMA, 1981)

Exposição dos refugiados a notícias falsas, golpes e discursos de ódio

O desafio de obter informações acessíveis e específicas sobre a COVID-19 agravou exposição dos venezuelanos a notícias falsas e boatos em plataformas de redes sociais e aplicativos de mensagens, gerando desinformação e aumentando os riscos de exploração e marginalização de refugiados (CAMARGO; ALENCAR, 2020). Alguns participantes disseram ter recebido notícias falsas via WhatsApp, em nome da ONU, Organização Mundial da Saúde (OMS) e Banco Mundial, em que era oferecido vale-alimentação, em dólares, aos venezuelanos. Como relatado por um dos entrevistados:

Eu vi esta notícia sobre ajuda em dólares para comprar comida. É muito frustrante receber esse tipo de notícia agora, porque se você precisa de ajuda para comer, mesmo que pareça uma mentira, você está em dúvida e quer que seja verdade. Não entendo por que as pessoas gostam de enganar os necessitados (Marcos, 37 anos).

Alguns entrevistados comentaram, ainda, terem recebido mensagens regulares por meio do WhatsApp com a prescrição de medicamentos e dietas contra o coronavírus. Foi o caso de Diana, de 19 anos, ao afirmar, na entrevista, que “acho que alguns desses medicamentos são bons e ajudam a nos proteger. Eu, por exemplo, ouvi dizer que comer muito açúcar te torna mais suscetível a ser infectado, então parei de comer açúcar” (Diana, 19 anos).

Em estudo acerca da desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp no Brasil, Soares et al (2021) observam que a pandemia não foi tratada como questão de saúde

pública, mas foi enquadrada como debate político-ideológico, marcado pela polarização entre nós e eles. A desinformação foi utilizada para fortalecer uma narrativa em favor do atual presidente Bolsonaro em momento de crise do governo. Além disso, os autores observam que as teorias da conspiração, frequentemente ancoradas em opiniões, foram o tipo de desinformação mais comum nas mensagens disseminadas pelo WhatsApp no país.⁷⁸

Ainda em relação aos aplicativos como WhatsApp e as plataformas de redes sociais como Facebook, os relatos obtidos nas entrevistas indicam, ainda, que alguns venezuelanos foram alvo de discursos de ódio e xenofobia. Os entrevistados lembram de terem visto memes xenófobos no Facebook, com conteúdo contrário ao direito dos refugiados de receberem o auxílio emergencial do governo brasileiro, ou, ainda, postagens acusando venezuelanos de congestionarem o sistema público de saúde e disseminarem o coronavírus. A esse respeito, Martuscelli (2021, p. 12) destaca que as experiências de discriminação vivenciadas ou o medo de vivenciarem discriminação têm levado muitos refugiados a evitar o acesso aos serviços públicos de saúde mesmo nos casos em que estiveram doentes durante a pandemia. A exposição a golpes virtuais também foi outra experiência relatada por alguns refugiados venezuelanos ao lembrarem o contato que tiveram com grupos de WhatsApp nos quais circulavam mensagens sobre cadeias e pirâmides financeiras, considerados práticas ilegais no Brasil.

Além disso, a ausência de informação confiável sobre a entrada de venezuelanos no Brasil durante a pandemia gerou incerteza, principalmente pelo fato de muitos venezuelanos terem familiares morando em Roraima e cruzarem frequentemente a fronteira para ida à Venezuela e retorno ao Brasil. A partir da adoção, pelo governo brasileiro, de medidas restritivas ao ingresso de pessoas de nacionalidade venezuelana no país, os refugiados começaram a buscar informações sobre rotas alternativas para entrar no país. Segundo os participantes, havia grupos de WhatsApp que ofereciam informações e tarifas para a travessia entre Santa Elena de Uairén (Venezuela) e Pacaraima (Brasil) através de “las trochas”, rotas migratórias alternativas para cruzar

78 No Brasil, o WhatsApp lidera o ranking de aplicativo mais baixado, assim como de usuários ativos. O relatório de consumo de notícias digitais da Reuters Institute indica que 83% dos brasileiros utilizam o WhatsApp mais do que qualquer outra plataforma. O aplicativo é utilizado, ainda, por 48% dos brasileiros para consumo de notícias, sendo que 57% consideram, ainda, a plataforma como uma fonte importante de informação. Além disso, o WhatsApp tem funcionado como uma fonte central na disseminação de desinformação no Brasil, especialmente por parte da extrema direita representada pelo presidente Bolsonaro a partir das eleições presidenciais de 2018 (SOARES ET AL, 2021).

a fronteira entre os dois países que não possuem controle migratório dos governos, muitas vezes guardada por coiotos⁷⁹, :

Meu marido ficou no Brasil e eu fui para a Venezuela para deixar meus filhos com minha mãe porque perdemos nossos empregos com a pandemia. Meu benefício financeiro do Bolsa Família está disponível, mas meu marido não pode sacar o dinheiro. Não sei para quem explicar minha situação para que eles possam permitir que eu e meus filhos cruzemos a fronteira. Recebi mensagens via WhatsApp que oferecem serviços para passar por 'las trochas' a pé, mas tem que ter pelo menos R\$ 600,00. Dizem que é confiável, mas também é perigoso, mas conseguimos atravessar. Preciso voltar para o Brasil com meus filhos (Ana, 26 anos).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo considerou a perspectiva do direito à comunicação para analisar o impacto das desigualdades digitais nas experiências cotidianas dos refugiados venezuelanos no Brasil durante a pandemia COVID-19. O estudo constatou que os refugiados venezuelanos enfrentaram níveis crescentes de precariedade digital em termos de comunicação familiar, acesso a informações sobre serviços e direitos e exposição online à desinformação e discursos de ódio. A suspensão dos serviços de comunicação oferecidos pela resposta humanitária no Brasil, combinada com a precariedade dos serviços de tecnologia da Venezuela, prejudicou os refugiados no que diz respeito ao direito de se comunicar a partir do acesso a dispositivos digitais e à internet.

Em consonância com outros estudos recentes, as experiências de desigualdades digital de venezuelanos analisadas nesse artigo indicam que projetos e políticas ancoradas nas tecnologias digitais, pautados, porém, em modelos verticalizados de comunicação, podem ampliar, ainda mais, as exclusões digitais e reforçar os desequilíbrios de poder entre os atores refugiados e os atores da governança (COGO. BRIGNOL, FRAGOSO, 2015; MADIANOU, 2019). A falta de informação que atenda à diversidade cultural e linguística dos venezuelanos, bem como problemas relacionados à conectividade, usabilidade, design e funcionalidades de sites governamentais e sistemas de serviços digitais, contribuíram para privar os refugiados de acessar informações

79 Pessoas ou grupos que cobram para introduzir, de modo "irregular", migrantes nas fronteiras entre países.

relevantes sobre seus direitos e serviços, afetando sua saúde e bem-estar, assim como gerando insegurança em seu deslocamento nas rotas migratórias entre Brasil e Venezuela (MARTUSCELLI, 2021).

Esse estudo se alinha, assim, à premissa conceitual de que o desenvolvimento de espaços e práticas de comunicação entre migrantes forçados tem sido cada vez mais moldado por infraestruturas tecnológicas disponíveis em níveis tanto local como transnacional. Na articulação entres esses dois âmbitos, as práticas de compartilhamento de dispositivos digitais, especialmente os smartphones, emergem, entre os refugiados, como formas desviantes de exercer o direito à comunicação como uma espécie de resposta aos sistemas de controle migratórios que utilizam a tecnologia como ferramenta de opressão e exclusão (MEZZADRA, 2015). Caberia, nessa perspectiva, o desenvolvimento de análises que possam aprofundar o conhecimento sobre o potencial de mobilização de recursos, por parte dos refugiados, para a adoção de práticas criativas de usos das tecnologias digitais como atos de autogovernança tanto em nível individual quanto coletivo. Os resultados dessas análises poderiam orientar a formulação das próprias políticas de comunicação orientadas aos refugiados.

As reflexões reunidas nesse artigo reafirmam, ainda, a relevância de se compreender o impacto das desigualdades digitais nas experiências migratórias que se aprofundaram em decorrência da pandemia do Covid 19. Nessa perspectiva, chama a atenção para a necessidades de um deslocamento dos princípios tecnocêntricos e verticalizadas que pautam as políticas de enfrentamento às desigualdades digitais orientadas às migrações forçadas, desconsiderando as experiências dos refugiados e limitando sua participação nessas políticas. Embora a COVID-19 tenha tornado mais evidentes essas contradições, compreender a complexidade das desigualdades digitais em deslocamentos forçados é um desafio permanente que requer orientações políticas baseadas em evidências empíricas, especialmente considerando os contextos migratórios Sul-Sul.

REFERÊNCIAS

ACNUR. Deslocamento forçado atinge recorde global e afeta uma em cada 113 pessoas no mundo. Disponível em: <https://www.acnur.org/portugues/2016/06/20/deslocamento-forcado-atinge-recorde-global-e-afeta-uma-em-cada-113-pessoas-no-mundo/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

ALAM, Khorshed.; IMRAN, Sophia. The digital divide and social inclusion among refugee migrants: A case in regional Australia. **Information Technology & People**. v. 28, n. 2, p. 344-365, 2015. Disponível em: https://eprints.usq.edu.au/27373/1/Alam_Imran_ITP_v28n2_AV.pdf. Acesso em: 31 jan. 2022.

ALENCAR, Amanda. Digital place-making practices and daily struggles of Venezuelan (forced) migrants in Brazil. In: SMETS, Kevin et al (Ed). **The sage handbook of migration and media**. London: Sage. 2020, p. 503-514.

BOIEJE, H. (2009). **Analysis in qualitative research**. London: Sage Publications, 2009.

CAMARGO, Julia; ALENCAR, Amanda. Precariedade da informação, desigualdade digital e proliferação de vulnerabilidades entre refugiados venezuelanos durante a pandemia. In: SANTOS, Francilene dos et al (Org.). **Estudos transdisciplinares em regiões de fronteira: Migração, violência e direitos humanos em tempos de pandemia**. Roraima: Editora da Universidade Federal de Roraima (UFRR), 2020, p. 101-121.

COGO, Denise; CAMARGO, Julia; GENERALI, Sabrina. Comunicação e cidadania de refugiados venezuelanos em abrigos no contexto da fronteira Brasil-Venezuela. **Anais do Comunicon - Congresso Internacional Comunicação e Consumo 2021**. São Paulo: ESPM, 2021. Disponível em: <https://comunicon.espm.edu.br/anais-pos/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra; FRAGOSO, Suely. Práticas cotidianas de acesso às TIC: outro modo de compreender a inclusão digital. **Palavra Chave**, v. 18, n. 1, p. 156-183, 2015. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852015000100007. Acesso em: 31 jan. 2022.

COGO, Denise. O direito de comunicar pertence aos indivíduos e aos grupos e comunidades que eles compõem. [Entrevista concedida a Claudia Lahni]. **Eptic Online** (Dossiê temático Direito à comunicação e diversidade). v. 15, n. 3, p. 61-69, set-dez 2013. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/1356/1355>. Acesso em: 31 jan. 2022.

COGO, Denise. **No ar.... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.

COGO, Denise. A Comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. **Intercom- Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. v. 33, n. 1, 81, p. 81-103, 2010. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/148>. Acesso em: 31 jan. 2022.

CEPAL. La paradoja de la recuperación en América Latina y el Caribe. Disponível em: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47043-la-paradoja-la-recuperacion-america-latina-caribe-crecimiento-persistentes>. Acesso em: 31 jan. 2022.

CHOULIARAKI, Lilie; GEORGIU, Myria. The digital border: Mobility beyond territorial and symbolic divides. **European Journal of Communication**, v. 34, n. 6, p. 594-605, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323119886147>. Acesso em: 31 jan. 2022.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. São Paulo: Vozes, 1994.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GRANDI, Filippo. Connectivity is not a luxury for refugees it is a lifeline. **World Economic Forum**. jan. 2017. Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2017/01/connectivity-is-not-a-luxury-for-refugees-it-is-a-lifeline/>. Acesso: 31 jan. 2022.

JAROCHINSKI Silva, João Carlos; & JUBILUT, Liliana. Venezuelanos no Brasil e a Covid 19. In: BAENINGER, R.; VEDOVATO, R.; SHAYLEN, N. (Coord). **Migrações Internacionais e a Pandemia da Covid-19**. Campinas: NEPO/Unicamp, 2020. Disponível em: <https://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/livros/miginternacional/miginternacional.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2022.

LACOMBA VÁZQUEZ, Joan.; MORAES MENA, Natalia. La activación de la inmigración. **Migraciones - Revista del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones**. v. 48, p. 1-20, 2020. Disponível em: <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/1270>. Acesso em: 31 jan. 2022.

LEUNG, Linda. **Technologies of refuge and displacement**. Rethinking digital divides. London: Lexington Books, 2018.

LIMA, Venício. A. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

MACBRIDE, Sean et. al. Un solo mundo, multiples voces – comunicación e información em nuestro tiempo. Mexico: Fondo de Cultura Económica 1993 Disponível em: <https://agmer.org.ar/index/>

wp-content/uploads/2014/05/Informe-MacBride-parte1.pdf. Acesso: 31 jan. 2022

MADIANOU, Mirca. Technocolonialism: Digital innovation and data practices in the humanitarian response to refugee crises. **Social Media+ Society**, v. 5, n. 3, p. 1-13, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305119863146>. Acesso em: 07 abr.2020.

MARTUSCELLI, Patricia N. How Are Forcibly Displaced People Affected by the COVID-19 Pandemic Outbreak? Evidence From Brazil. **American Behavioral Scientist**, v. 65, n. 10, p. 1342-1364. 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/00027642211000402>. Acesso em: 31 jan. 2022.

MATA, Maria Cristina. Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 8, n. 1, p. 5-15, 2006. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6113>. Acesso: 31 jan. 2022.

MEZZADRA, Sandro. Capitalismo, migraciones y luchas sociales. La mirada de la autonomía. **Nueva Sociedad**. n. 237, p.159-178, jan-fev.2012. Disponível em: <https://nuso.org/articulo/capitalismo-migraciones-y-luchas-sociales-la-mirada-de-la-autonomia/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

MEZZADRA, Sandro. Multiplicação das fronteiras e práticas de mobilidade. **REHMU – Revista Interdisciplinar de Mobilidade Humana**. v. 23, n. 4, p. 11-30, jan.- jun. 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-85852015000100011&lng=pt&nrm=iso&tlng=en. Acesso em: 31 jan. 2022.

PERUZZO, Cicilia. Popular and Communitarian Communication in Rural Social Movements: Beyond “Diffusionism” to Emancipatory Participation. In: SUZINA, Ana Cristina (Ed). **The Evolution of Popular Communication in Latin America**. Palgrave Macmillan, Cham, 2021. p. 51-71.

REACH. **Venezuelan Migration in Northern Brazil: Information Needs Assessment**.2018. Disponível em: <https://data2.unhcr.org/en/documents/details/69160>. Acesso em: 31 jan. 2022.

R4V - **Information and Communication Needs Assessment**. 2020. Disponível em: <https://r4v.info/en/documents/details/73683>. Acesso em: 31 jan. 2022.

SILVA, Adrian S; XIONG-GUM, Mai N. Mobile Networked Creativity: Developing a Theoretical Framework for Understanding Creativity as Survival. **Communication Theory**. v. 31, n. 4, p. 821-840, 2020. Disponível em: <https://academic.oup.com/ct/article-abstract/31/4/821/5901662?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: 9 set. 2022

SOARES, Felipe. et al. Desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político. **Ciência da Informação em Revista**, v. 8, n.1, p. 74-94, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/11246>. Acesso em: 31 jan. 2022.

SPIVAK, Gayatri. C. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

SUZINA, Ana Cristina. Introduction: Popular Communication, an Epistemological Debate between South and North. In: **The Evolution of Popular Communication in Latin America**. In: SUZINA, Ana Cristina (Ed). **The Evolution of Popular Communication in Latin America**. Palgrave Macmillan, Cham, 2021. p. 1-26.

SUZINA, Ana. Cristina; TUFTE, Thomas. Freire’s vision of development and social change: Past experiences, present challenges and perspectives for the future. **International Communication Gazette**, v. 82, n. 5, p. 411-424, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048520943692>. Acesso em: 31 jan. 2022.

TUFTE, Thomas. O renascimento da Comunicação para a transformação social: redefinindo a disciplina e a prática depois da ‘Primavera Árabe’. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 36, p. 61-90, dez. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/rhLvJrC4bCRbKmstG4HmDtg/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

UNICEF. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em: 31 jan. 2022.

VAN DEURSEN, Alexander; VAN DIJK, Jan. The digital divide shifts to differences in usage. **New media & society**, v. 16, n. 3, p. 507-526, jun. 2013. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444813487959>. Acesso em: 31 jan 2022.

VASQUEZ, Alex; LAYA, Patrícia. Quarentena na Venezuela leva Internet à beira do colapso. **Economia Uol**, 27 mar 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2020/03/27/quarentena-na-venezuela-leva-internet-a-beira-do-colapso.htm>. Acesso em: 31 jan. 2022.

VELASCO, Soledad. A., PEDONE, Claudia; MIRANDA, Bruno. Movilidades, control y disputa espacial. La formación y transformación de corredores migratorios en las Américas. **Periplos** - Revista de Investigación sobre Migraciones. v. 5, n. 1, p. 4-27, n. 1, 2021. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/obmigra_periplos/article/view/37116. Acesso em: 31 jan. 2022.

UPPAL, Charu; SARTORETTO, Paola; CHERUIYOT, David. The case for communication rights: A rights-based approach to media development. **Global Media and Communication**, v. 15, n. 3, p. 323-343, set. 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/eprint/GAFUPTMHCSBGWPDWXTID/full>. Acesso em: 09 set 2022.

PERFIL DAS AUTORAS

Denise Cogo

Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM e coordenadora do grupo de pesquisa Deslocar - interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo. Pesquisadora Produtividade 1C do CNPq. E-mail: denise.cogo@espm.br.

Amanda Paz Alencar

Professora Associada do Departamento de Mídia e Comunicação da Erasmus University Rotterdam e Presidente da Divisão de Comunicação Intercultural da International Communication Association (ICA). E-mail: pazalencar@eshcc.eur.nl.

Julia Camargo

Professora da Universidade Federal de Roraima (UFRR).Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, integrante do grupo de pesquisaDeslocar - interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo. Bolsista Capes Prosup. E-mail: julia.camargo@ufrr.br

DESINFORMAÇÃO E ÉTICA NA PESQUISA NA PANDEMIA DE COVID-19: O CASO DAS “COBAIAS” DE EXPERIMENTOS COM PROXALUTAMIDA

Sara Feitosa

INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19, anunciada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, trouxe grandes desafios para a sociedade no mundo todo. Nosso foco neste trabalho volta-se para a ciência e o jornalismo, relacionando estes dois setores com ética na pesquisa com seres humanos e o contexto de desinformação impulsionado pelos usos das tecnologias de comunicação em redes digitais em meio a crise sanitária. Se por um lado, como observam Gallucci Neto, Peçanha e Tessler (2021), a pandemia representou um desafio para o campo científico. Por outro, as possibilidades de disseminação de informação e, infelizmente, desinformação constituiu-se em um desafio para os profissionais da comunicação, mas também para as instituições de saúde mundo a fora.

Segundo dados do Kantar Ibope Media, Data Stories Tecnologia e o indivíduo *ondemand*, de agosto de 2020, 56% dos brasileiros declararam ter inserido em seu cotidiano o consumo de mídias digitais após o início da crise do coronavírus. Os dados apontam que no período investigado “73% dos usuários de internet disseram que aumentaram o consumo de streamings de vídeos pagos ou gratuitos” (KANTAR IBOPE MEDIA, 2020). Um outro estudo, também de 2020, do Kantar Ibope Media (2020a), aponta que “56% dos entrevistados declararam que a crise [sanitária] os incentivou a usar plataformas de vídeo chamadas”. Segundo dados da Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), de 2020, “361 milhões de vídeos foram carregados no YouTube nos últimos 30 dias [abril de 2020] com a classificação COVID-19 e cerca de 19.200 mil artigos foram publicados no Google Scholar desde o início da

pandemia” (OPAS, 2021⁸⁰). Ainda segundo a OPAS, no mês de março de 2020, cerca de 550 milhões de tuítes continham os termos coronavírus, corona vírus, covid19, covid-19, covid 19 ou pandemic [pandemia]. Os dados dão uma amostra do quanto as tecnologias de comunicação em redes digitais tiveram um impulso durante a pandemia de Covid19 e como o tema passou a ser central nas conversações via rede.

A OPAS (2021) aponta que simultâneo à pandemia de Covid19 observou-se um fenômeno de infodemia, ou seja, “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa”. No texto “Entenda a infodemia e desinformação na luta contra a Covid-19”, série Kit de Ferramentas de transformação digital, a OPAS define infodemia, a partir de J. Zarocastro, como:

um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus. (OPAS, 2021, p. 2).

A desinformação, fenômeno já conhecido da sociedade, durante a crise sanitária tomou proporções exponenciais configurando-se em um cenário de “desordem de informação”, termo já utilizado em 2018 no Relatório do grupo de alto nível independente sobre notícias falsas e desinformação da União Europeia (COMISSÃO EUROPEIA, 2018). Peter Burke (2016), ao apresentar a história do conhecimento menciona um movimento simultâneo de produção do conhecimento e da ignorância, fenômeno investigado por Robert Proctor e Londa Schiebinger (2008). No livro *Agnology: the making and unmaking of ignorance* os autores dedicam-se a analisar as políticas de produção da ignorância, bem como as estratégias de estímulo ao cientificismo. Não como resultado da falta de informação, mas como criação intencional. Durante a pandemia tivemos no Brasil muitos casos de produção intencional da ignorância ou de desordem de informação (COMISSÃO EUROPEIA, 2018; SANTOS; CAPRINO, 2020) promovido por agentes públicos e autoridades de saúde, como por exemplo, a disseminação do kit Covid, a instituição do app TratCov, a

80 O texto original é de abril de 2020. No entanto, para este texto utilizamos a versão atualizada no site da OPAS de janeiro de 2021.

dúvida sobre a eficiência das vacinas para prevenir casos graves de Covid19⁸¹, a tese da imunidade de rebanho, dentre outros.

Este cenário de infodemia, produção intencional da ignorância generalizado e crise sanitáriacoincide com um panorama de erosão da confiança nas instituições e nos meios de comunicação tradicional (SANTOS; CAPRINO, 2020) que coloca no centro do debate a importância da literacia midiática da população tanto do ponto de vista do Direito Humano à informação correta, quanto, no caso da pandemia, como instrumento fundamental para a saúde pública. Como chamam atenção Santos e Caprino (2020, p. 42) “quanto maior a desconfiança em cientistas e jornalistas menos o nível de literacia midiática da população”.

O jornalismo, neste contexto, deparou-se com muitos desafios: produzir informação sobre um tema complexo de modo que a maior parte possível da população compreendesse; aumento da demanda por informação jornalística sobre a pandemia; o cenário de desordem da informação e, por vezes, a investigação sobre falsos estudos científicos em meio a crise sanitária. Neste texto objetivamos pensar a cidadania comunicativa no jornalismo especializado, no caso particular, jornalismo sobre ciência, como fundamental para esclarecimento sobre as normas que regulam a produção de medicamentos e pesquisas que envolvem seres humanos. Argumentamos sobre a importância de uma formação jornalística que observe aspectos como ética na pesquisa e direitos humanos. Para isso tomamos como material empírico a cobertura sobre os experimentos com proxalutamida denunciado em reportagem do repórter Pedro Nakamura, no Matinal Jornalismo⁸². Na nossa concepção a reportagem pode ser tomada como um exemplo de prática jornalística que promove a informação sobre ciência e contribui para a construção de uma cidadania comunicativa.

No texto apresentamos o Sistema CEP/CONEP e informações sobre a regulação de pesquisa com seres humanos no Brasil⁸³; as fases de um estudo clínico com

81 Em janeiro de 2022 o Ministério da Saúde publicou uma nota técnica que trazia informações sobre a segurança e efetividade de medicamentos do chamado kit Covid, que incluía cloroquina e ivermectina. A mesma nota apontava que “as vacinas não têm demonstração de segurança”, o que não é verdade. Após ação do Ministério Público Federal a nota foi revogada.

82 Start-up de jornalismo com sede em Porto Alegre/RS, ganhou notoriedade devido às reportagens sobre experiências com proxalutamida em pacientes com Covid19, durante a pandemia.

83 O texto foi elaborado no contexto da pesquisa “Produção Intencional da Ignorância e informação científica: a cobertura do jornalismo independente no contexto da pandemia de Covid-19 no Brasil”. Pensando como

seres humanos; os “experimentos” com proxalutamida no Rio Grande do Sul à luz da reportagem publicada no Matinal Jornalismo e da legislação que regula a pesquisa com seres humanos no país e por fim, propomos uma reflexão sobre o papel do jornalismo especializado na construção de uma literacia midiática com foco em temas complexos no combate à desinformação.

Nosso argumento é que para promover um jornalismo capaz de ser relevante no esclarecimento da sociedade sobre como distinguir informação de qualidade de material que dissemina desinformação, é necessário que este profissional tenha as competências de um cidadão alfabetizado midiaticamente, ou seja, capaz de reconhecer os processos de comunicação, identificando produtores de informação, responsabilidades e funções dos meios de comunicação, capacidade de reconhecer e saber distinguir fontes fidedignas de informação, cruzar fontes, o que é plausível ou não (SANTOS; CAPRINO, 2020) e saber como transmitir de modo acessível informações complexas e especializadas.

O SISTEMA CEP/CONEP E A REGULAÇÃO DE PESQUISA COM SERES HUMANOS NO BRASIL

Atualmente as pesquisas com seres humanos no Brasil são reguladas pela Resolução 466, de 12 de dezembro de 2012, do Conselho Nacional de Saúde (CNS), que substituiu o primeiro marco regulatório nacional da ética aplicada à pesquisa, datado de 1996. O sistema brasileiro de revisão ética, conhecido como CEP/CONEP, é composto pelos Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) e pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Na Resolução de 2012, a 466, é composta por 13 partes e apresenta-se mais longa e filosófica se comparada com a resolução anterior, de 1996. A atual resolução leva em consideração referenciais básicos de bioética, como o reconhecimento e a afirmação da dignidade, a liberdade, a autonomia, benefícios, riscos, equidade e a justiça, dentre outros princípios que visam assegurar os direitos e deveres que dizem respeito aos participantes de uma pesquisa, à comunidade científica e ao Estado.

material a ser utilizado em sala de aula no componente curricular obrigatório de Jornalismo Especializado e no eletivo Jornalismo Científico, do curso de jornalismo da Universidade Federal do Pampa, ministrado pela autora deste artigo.

A Resolução 466/12 do CNS é fundamentada em documentos que regulam e orientam a pesquisa com seres humanos internacionalmente, como por exemplo, o Código de Nuremberg⁸⁴, a declaração Universal dos Direitos Humanos, a Declaração de Helsinque⁸⁵, acordos internacionais sobre direitos civis e políticos e diretrizes internacionais para pesquisa biomédica – *Council for International Organization of Medical Sciences* (CIOMS) e a Constituição Federal do Brasil. Novoa (2014, s/p) chama atenção para documentos internacionais que ficaram de fora das bases da Resolução 466/12, “a Declaração Universal do Genoma Humano, a Declaração Internacional Sobre os Dados Genéticos Humanos e a Declaração Universal sobre Bioética e Direitos Humanos”.

A Resolução 466/12 trata de uma série de definições e descreve 25 termos que envolve a pesquisa com seres humanos, desde “participante da pesquisa”, “achados da pesquisa”, “assentimento livre e esclarecido⁸⁶”, benefícios e riscos da pesquisa, dentre outros. No item sobre os aspectos éticos da pesquisa, a resolução 466/12 explicita que no instrumento que oficializa a concordância do participante em colaborar com a investigação, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), deve constar todas as etapas da pesquisa, em linguagem coloquial e acessível de modo a assegurar que o participante da pesquisa compreenda os termos descritos. Além disso, o TCLE deve informar os benefícios e riscos da pesquisa.

Para iniciar qualquer estudo clínico com seres humanos é necessário antes submeter o projeto de pesquisa ao Sistema CEP/CONEP e ter o registro de aprovação de tal investigação na Plataforma Brasil⁸⁷. Sem estes protocolos de aprovação não se deve iniciar os estudos clínicos.

84 Conjunto de princípios éticos que regem a pesquisa com seres humanos, sendo uma das consequências do Tribunal Internacional de Nuremberg, que julgou processos de Guerra de Nuremberg (Alemanha), ocorridos no final da 2ª Guerra Mundial.

85 Conjunto de princípios éticos que regem a pesquisa com seres humanos. Foi redigida pela Associação Médica Mundial (WMA, sigla do inglês) em 1964. A declaração já passou por 7 revisões, sendo a última datada de outubro de 2013, aprovada na Assembleia Geral da WMA, que ocorreu em Fortaleza (CE/Brasil). A declaração de Helsinque é o 1º padrão internacional de pesquisa biomédica e é base para a maioria dos documentos que regulam a pesquisa com seres humanos.

86 Quando o participante da pesquisa é criança, adolescente ou legalmente incapaz.

87 Plataforma digital, de uso da Conep, na qual os pesquisadores devem submeter projetos de pesquisa envolvendo seres humanos para a devida avaliação por um Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). A submissão ao CEP na Plataforma Brasil é o primeiro passo para autorização de estudos com seres humanos.

MAS O QUE É UM ESTUDO CLÍNICO E QUAIS SUAS FASES?

Para explicar o que é um estudo clínico de fármaco tomaremos como exemplo o processo de autorização da vacina contra Covid19 descrito no site da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). Segundo a FIOCRUZ, a realização de estudos clínicos é necessária antes do registro de qualquer vacina ou qualquer fármaco.

O processo de pesquisa e desenvolvimento de um novo medicamento, incluindo vacinas, é constituído de diversas etapas e é um processo de alto investimento, segundo a Fiocruz. A primeira etapa corresponde a etapa de pesquisa básica. A segunda fase é de estudos pré-clínico (in vitro e/ou in vivo), ou seja, testes feitos em animais (geralmente ratos, camundongos e coelhos). Esta fase tem como objetivo avaliar a toxicidade e a segurança potencial do candidato a medicamento ou vacina. Por fim, há a terceira etapa, composta pelos ensaios clínicos de fases I, II, III e IV.

A fase I, da etapa 3, é o primeiro estudo a ser feito em seres humanos. Realizada com grupo reduzido de voluntários saudáveis e tem como objetivo averiguar se o produto terá em humanos o mesmo comportamento que demonstrou em animais. Na Fase II o grupo de voluntários é maior e inclui pessoas que têm a doença-alvo. Nesta etapa, são avaliadas as reações que o medicamento tem em pessoas que têm a doença e definidas questões como dose, perfil de segurança e apresentação.

Na Fase III dos estudos clínicos são realizadas comparações entre os efeitos do medicamento novo e os de outros medicamentos que possuem a mesma ação terapêutica, se for o caso. Na comparação o novo medicamento precisa ser melhor do que os já existentes. Esta etapa inclui um número maior de pessoas. É nesta fase que toda a documentação gerada durante as etapas do estudo deve ser reunida e encaminhada para a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que deverá aprovar ou não o uso e comercialização do medicamento. A Fase IV consiste no uso e comercialização do medicamento. Nesta fase há um acompanhamento de possíveis efeitos adversos que os pacientes possam vir a relatar⁸⁸.

Quando estas etapas não são cumpridas ou há mudanças nos protocolos previstos na submissão do projeto de pesquisa no Sistema CEP/CONEP, sem a devida

88 Vale lembrar que todas as etapas de um estudo clínico deve ser acompanhada de perto e caso seja detectado algum efeito adverso, mesmo em estudos duplo-cego nos quais não se sabe quem tomou o medicamento em estudo ou placebo, é necessário pausar o estudo até que seja identificado as motivações do efeito adverso que pode ser algo mais corriqueiro como uma dor de cabeça ou em caso extremo como óbito de algum participante do estudo.

atualização e aprovação dos órgãos regulares, estamos diante de uma violação de ética na pesquisa, ou, como no caso dos “experimentos” com a proxalutamida em Manaus e no Rio Grande do Sul, violação dos Direitos Humanos.

OS “EXPERIMENTOS” COM PROXALUTAMIDA EMPREENNIDOS NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA DE COVID19

Em agosto de 2021 o repórter Pedro Nakamura, publicou no Matinal Jornalismo a primeira reportagem sobre a realização de testes com proxalutamida sem autorização da Anvisa no Hospital da Brigada Militar (HBMPA), em Porto Alegre. A reportagem apresentou a história de Eva (nome fictício para proteger a fonte), policial militar, diagnosticada com Covid-19 atendida em uma Unidade de Pronto Atendimento “quando sua oxigenação piorou a ponto de ela quase desmaiar”. Isso ocorreu, esclarece o texto, em março de 2021, momento em que o sistema de saúde de Porto Alegre colapsou, período em que o estado do Rio Grande do Sul registrou mais mortes por Covid-19 – segundo reportagem de GZH (NETO, 2021).

A paciente Eva precisou ser levada para o Hospital da Brigada Militar (HBMPA). Após a internação, relata a reportagem de Nakamura (2021), Eva teria sido abordada por dois capitães-médicos em seu leito de enfermaria. “Queriam saber se a policial militar aceitaria participar de um ‘estudo’ com um novo medicamento, a proxalutamida, que estava sendo testada contra o coronavírus no hospital (...)”. (NAKAMURA, 2021, p/s. grifo do autor).

O relato de Eva na reportagem evidencia que a paciente estava “tonta” e “sem pensar claramente” devido a falta de ar causada pela Covid-19, quando foi abordada pelos médicos e concordou com a proposta. “Tomei porque quando a gente tá mal, se for para ficar bem, tomamos o que o médico oferecer”, afirmou Eva para o repórter. Eva então assinou um termo de consentimento. O TCLE, como explicado neste artigo, é um passo básico para a autorização e realização de estudos com seres humanos. No entanto, as condições em que Eva foi abordada fere os protocolos de ética na pesquisa.

A Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) na parte sobre os termos e definições II.23 define o TCLE como:

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE - documento no qual é explicitado o consentimento livre e esclarecido do participante e/ou de seu responsável legal, de forma escrita, devendo conter todas as informações necessárias, em linguagem clara e objetiva, de fácil entendimento, para o mais completo esclarecimento sobre a pesquisa a qual se propõe participar. (CNS,2012, s/p).

Explica ainda o que a Resolução entende como paciente em vulnerabilidade, condição que exige o Termo de Assentimento, no II.25

(...) vulnerabilidade - estado de pessoas ou grupos que, por quaisquer razões ou motivos, tenham a sua capacidade de autodeterminação reduzida ou impedida, ou de qualquer forma estejam impedidos de opor resistência, sobretudo no que se refere ao consentimento livre e esclarecido. (CNS, 2012, s/p).

Ou seja, como a paciente estava em condição vulnerável, com sua capacidade de autodeterminação reduzida devido a falta de ar, o TCLE deveria ser assinado por um acompanhante capaz de avaliar o TCLE, e a paciente assinaria o Termo de Assentimento.

Já no item IV a resolução 466/12 que trata do processo de consentimento livre e esclarecido além de especificar o que deve constar no TCLE no item IV.1 letra “c” determina que o pesquisador deverá: “c) conceder o tempo adequado para que o convidado a participar da pesquisa possa refletir, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los na tomada de decisão livre e esclarecida”. (CNS, 2012, s/p).

A partir dos dados da reportagem é possível concluir que estes aspectos éticos no recrutamento de voluntário para o estudo clínico da proxalutamida desenvolvido no HBMPA não foram observados. E como aponta a reportagem “este foi um dos direitos da policial militar desrespeitado pelo experimento”. De acordo com o relato de Eva somente depois de curada de Covid-19, já em casa, é que a paciente descobriu, via Google, o que era a proxalutamida. Outra violação da Resolução 466/12 do CNS no caso reportado por Nakamura (2021) é que a paciente não ficou com uma cópia do TCLE. Segundo a reportagem Eva até tentou conseguir uma cópia do documento no HBMPA, mas os atendentes não localizaram o documento. A Resolução 466/12 no item IV.3 na letra “f”, esclarece: “garantia de que o participante da pesquisa receberá uma via do Termo de Consentimento Livre e esclarecido”. (CNS, 2012, s/p).

O QUE HÁ DE ERRADO NO “EXPERIMENTO” DA PROXALUTAMIDA PARA TRATAR COVID19?

Além dos aspectos já apontados, de violação do direito de esclarecimento de pacientes que participam de estudos clínicos, o Ministério Público Federal (MPF)⁸⁹ identificou outras violações dos Direitos dos pacientes nos experimentos com proxalutamida no Brasil, durante a pandemia da Covid-19: 1) A pesquisa aprovada pela Conep em janeiro de 2021, foi para testes em uma clínica de Brasília, embora o estudo clínico fosse para uso hospitalar; 2) O MPF identificou assinatura de termos de cooperação com o HBMPA, em Porto Alegre, e o Hospital Arcanjo São Miguel, em Gramado/RS; 3) A solicitação de modificação do protocolo e pedido de inclusão de novos centros de pesquisa e aumento do número de participantes só ocorreu quando o estudo já estava concluído, em setembro de 2021. O pedido foi negado pela Conep. Importante observar que o pedido de alteração nos protocolos da pesquisa aprovada pela Conep só ocorreu após a denúncia do Matinal Jornalismo sobre o uso da proxalutamida em hospitais no Rio Grande do Sul.

O fármaco criado pela startup farmacêutica chinesa Kintor Pharmaceutical é um antiandrogênico, ou seja, um tipo de medicamento que inibe os efeitos de hormônios masculinos, como a testosterona, no corpo humano. Originalmente a proxalutamida foi criada para tratar câncer de próstata e de mama em estágio avançado. No entanto, nem mesmo para esta finalidade o medicamento tem registro, pois encontra-se em teste para o tratamento de câncer. A reportagem do Matinal Jornalismo apurou que no HBMPA os pacientes antes da assinatura dos supostos TCLEs recebiam a explicação de que fariam uso “off-label” da droga, isto é, “fora da bula”. Mas como o medicamento não tem registro para comercialização pela Anvisa, órgão responsável por regular o uso de medicamentos no país, a proxalutamida não poderia ser utilizada “fora da bula” já que não há registro, não há bula.

Para o uso “off-label”, prática aplicada para recomendações diferentes dos que constam em bula de medicações aprovada para outros fins, seria necessário o receituário médico, o que não acontece sem que o medicamento tenha registro. Como o fármaco proxalutamida é um medicamento experimental, a droga não tem

89 Em agosto de 2022 o Ministério Público Federal apresentou duas ações civis públicas contra os responsáveis por testes com Proxalutamida em hospitais de Porto Alegre e Gramado.

registro para uso comercial aprovado em nenhum lugar do mundo (GALLUCCI NETO; PEÇANHA; TESSLER, 2021, s/p).

O “experimento” com proxalutamida no HBMPA não obedeceu à legislação vigente à medida que não tinha autorização da CONEP para realização do estudo clínico naquela instituição de saúde. A Brigada Militar ao responder por email ao Matinal Jornalismo informou que “O HBMPA é apenas um dos 12 hospitais participantes, que disponibilizou local e pacientes para participação voluntária e consentida no estudo”. No entanto, não há informação de autorização da Conepna Plataforma Brasil⁹⁰sobre autorização para um estudo multicêntrico⁹¹ deste porte para o mês de março de 2021 no Brasil.

Há também falhas metodológicas no estudo, como por exemplo, na forma de recrutamento dos participantes da pesquisa, já apresentado anteriormente aqui, e na aplicação da definição “estudo duplo-cego”. Segundo apurou a reportagem de Pedro Nakamura, “o estudo no HBMPA” era definido como duplo-cego, ou seja, quando nem pesquisadores, nem pacientes sabem se o medicamento receitado é o fármaco estudado ou placebo. No caso de Eva, por exemplo, o uso da proxalutamida consta na nota de alta da paciente e “até os códigos com o nome e lote dos medicamentos estão nos comprimidos entregues à policial militar, o que é uma quebra desse requisito”. (NAKAMURA, 2021, s/p).

Outra falha metodológica diz respeito ao não acompanhamento de participantes de um estudo clínico. Segundo relatou a policial militar ao Matinal Jornalismo: “Não me contataram depois. Estranhei isso, se fizeram uma pesquisa, deveriam estar interessados em saber se o paciente piorou, melhorou, morreu, mas não me procuraram mais”. (NAKAMURA, 2021, s/p). De acordo com as normas e diretrizes internacionais todos os estudos clínicos devem incluir obrigatoriamente um Comitê de Monitoramento de Dados e Segurança (DSMB). No caso do Brasil, há um manual técnico que orienta esse tipo de acompanhamento e está disponível como Diretrizes Operacionais para o Estabelecimento e o Funcionamento de Comitês de Monitoramento de Dados e Segurança no site do Ministério da Saúde.

Desse modo, o estudo com proxalutamida para tratamento de Covid-19 no Brasil no ano de 2021 violou vários aspectos da legislação que regula a pesquisa com seres

90 As informações sobre projetos aprovados pela Conep são públicas e acessadas através da Plataforma Brasil.

91 Estudo que tem mais de um centro de investigação como instituição co-participante.

humanos. A existência de legislação específica que regula tais estudos é fundamental para garantir que os procedimentos dos pesquisadores durante estudos resultem em produção de conhecimento baseado em princípios éticos. Como observa Antenor (2020, s/p), “antes do surgimento dos comitês de ética, os pesquisadores utilizavam como sujeitos dos experimentos a si mesmos, seus familiares e amigos, incluindo a inda prisioneiros e crianças abandonadas”. Assim, a ausência de regulação na pesquisa com seres humanos produziu situações abusivas como as verificadas durante a 2ª Guerra Mundial que originou o Código de Nuremberg. Mesmo diante de uma situação de emergência sanitária inúmeros grupos de pesquisa mundo a fora provaram ser possível desenvolver fármacos em tempo recorde respeitando a ética e os direitos dos pacientes.

PARA SEGUIR PENSANDO... JORNALISMO, COMBATE À DESINFORMAÇÃO E AFETOS NA COMUNICAÇÃO EM REDE

O contexto de desordem da informação ficou mais severo durante a pandemia de Covid-19. Tanto pelo maior uso das tecnologias digitais, como já apontados aqui, quanto pela demanda da população por informação sobre o vírus e possíveis curas. Ou ainda, pelas disputas já conhecidas no campo político, mas que tem ganho espaço em temas chaves como crise climática, a eficácia de vacinas, chegando ao cúmulo de questionamentos sobre a forma do planeta terra e adesão ao terraplanismo.

Neste artigo buscamos analisar um tipo específico de desinformação, ou seja, curas e medicamentos milagrosos⁹², relacionando a atuação jornalística ao denunciar irregularidades e pautar temas relevantes e complexos como a ética na pesquisa – o caso do uso de proxalutamida no Rio Grande do Sul⁹³.

Foi a partir da pandemia de Covid19 que o jornalismo começou a resgatar sua importância no cotidiano das pessoas. No cenário pandêmico parecia ter ficado claro que trabalhar corretamente com as informações não é só uma questão ética, é uma

92 Santo e Caprino (2021) no artigo “Covid-19 e desinformação: ações de *fact-checking* e educação midiática” delineiam um panorama da desinformação a partir da análise de informações checadas por agências jornalísticas brasileiras. Dentre os 10 temas agrupados pelas autoras um trata-se de informações sobre curas e medicamentos milagrosos contra a Covid-19.

93 Embora neste texto tratamos apenas das violações verificadas no HBMPA, em Porto Alegre/RS, a mesma equipe de médicos realizou “experimentos” em hospitais de Manaus (AM) e no interior do Rio Grande do Sul.

questão de vida ou morte. Diante do caos, o jornalismo pôde mostrar que trabalhar com informações apuradas, checadas e contextualizadas fazem a diferença na busca de uma qualificação do debate público. O jornalismo brasileiro atuou em consórcio quando o Ministério da Saúde deixou de divulgar os dados nacionais sobre a pandemia⁹⁴. Uma série de ações de *fact-checking* foram empreendidas como evidência o panorama traçado por Santos e Caprino (2021), dentre outras iniciativas.

O jornalismo profissional pode e deve ser uma ferramenta importante no processo educativo para que as pessoas possam identificar as falsidades que circulam pelas redes e resgatar o interesse público em notícias de credibilidade, aspecto que se constitui o grande tema e desafio de nosso tempo. A 11ª edição do estudo *Reuters Digital News Report* (NEWMAN et al, 2022) mostra que as pessoas têm evitado acompanhar o noticiário, ou em muitos casos limitam sua exposição ao noticiário. O percentual de pessoas no mundo todo que evita acompanhar o que sai na imprensa passou de 29% para 38% em 5 anos, de 2017 a 2022. No Brasil a situação é ainda mais preocupante, o índice de quem não quer ver o que sai no jornal subiu de 27%, em 2017, para 54%, em 2022. É muita gente evitando lidar com crises políticas, conflitos internacionais, pandemia, emergência climática e outros temas tortuosos que fazem parte da realidade. Junto a isso, percebe-se uma maior conectividade e um consumo de informações via redes sociais digitais. O mesmo estudo da *Reuters Institut* aponta que em 2022, pelo 3º ano consecutivo, as mídias sociais ficaram à frente da TV como fonte de notícia no Brasil. 64% dos brasileiros usam plataformas digitais para se informar. O YouTube foi citado por 43%, seguido do Whatsapp, com 41% das menções. Os dados apontam para desafios do jornalismo, como por exemplo, simplificar a linguagem e explicar didaticamente temas de maior complexidade, além da necessidade de atuar em um cenário de hiperconectividade e desinteresse pelo noticiário.

Parece claro a necessidade do empreendimento de intensiva mobilização para o letramento midiático, ou literacia midiática, definida pela *National Association for Media Literacy* (NAMLE), dos Estados Unidos, como a habilidade de acessar, analisar, avaliar, criar e agir usando todas as formas de comunicação. “Com ações de letramento para a mídia objetiva-se capacitar as pessoas a serem pensadores e produtores críticos, comunicadores efetivos e cidadãos ativos” (NAMLE, s/d, s/p, tradução nossa). Diante do avanço da desinformação que circula livremente nas redes sociais digitais,

94 Uma parceria estabelecida em 8 de junho de 2020 entre os veículos de imprensa brasileiros O Estado de S. Paulo, G1, O Globo, Extra, Folha de S. Paulo e UOL.

veículos de informação, profissionais do jornalismo e pesquisadores do campo têm assumido um papel ativo em ações de literacia midiática dos seus públicos, fazendo uso das ferramentas de interação disponível nas plataformas de redes sociais digitais. A exemplo desse engajamento podemos citar a constituição, em 2020, da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD), que reúne pesquisadores e várias instituições do país, de acordo com a apresentação da Rede no site trata-se de iniciativas desenvolvidas em “universidades, agências, redes de comunicação, revistas, projetos sociais, projetos de comunicação educativa para a mídia e redes sociais, aplicativo de monitoramento de desinformação, observatórios, projetos de *fact-checking*, projetos de pesquisa”.

Como apontado por Anderson, Downie e Schudson (2016) a produção e circulação de informação não é mais exclusividade do jornalismo tradicional, no entanto a atividade jornalística se diferencia por contextualizar as informações a partir do processo de produção da notícia que inclui a investigação, verificação, análise e explicação dos fatos, de modo a orientá-las ao interesse público. Como observa Gruszynski et al (2018, p. 13), “um dos principais desafios enfrentados pelos jornais no contexto atual (...) é serem percebidos pelo público como relevantes, o que expressa os sentidos produzidos pelos sujeitos a respeito do papel do jornalismo para a sociedade e para os indivíduos”. Outro desafio posto para o campo democrático é “repensar a questão da credibilidade no consumo de informações de modo geral”, como propõe Moretzsohn (2019, p. 591). A autora observa que pensar a credibilidade implica pensá-la não apenas em relação à imprensa, mas a tudo que circula nas redes sociais: “porque essa parcela significativa da população (...) eleitora de Trump e Bolsonaro acredita nos absurdos mais escandalosos”, além de rejeitar tudo o que não vem das fontes legitimadas previamente nas próprias bolhas. A autora alerta que o conturbado contexto em que vivemos não diz respeito apenas à desinformação. “Se fosse apenas desinformação, a solução não seria tão difícil: bastaria investir em educação e logo os enganos se desfariam.” (idem). Para Moretzsohn (2019, p. 591), “há algo mais profundo, que o apelo racional não consegue afetar, e que a engrenagem a serviço do capital financeiro trabalha de maneira muito eficaz”. Nos juntamos à ideia lançada pela autora de que é necessário pensar a contra desinformação a partir de uma política dos afetos, de incorporar no discurso crítico aspectos de sedução, ou como argumenta Safatle (2016) é possível que uma perspectiva crítica na atualidade precise partir de uma compreensão diferente do que é uma sociedade. Talvez, reflète Safatle, “precisemos

partir da constatação de que sociedades são, em seu nível mais fundamental, circuitos de afetos”.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C.W.; DOWNIE Jr, L.; SCHUDSON, M. **The News Media: What everyone needs to know**. New York: Oxford University Press, 2016.

ASSOCIAÇÃO MÉDICA MUNDIAL (WMA). **Declaração de Helsinque**. Fortaleza, 2013. Disponível em: https://www.wma.net/wp-content/uploads/2016/11/491535001395167888_DoHBrazilianPortugueseVersionRev.pdf. Acesso: 22 de abril de 2022.

BURKE, P.O. **que é história do conhecimento?** São Paulo: Editora Unesp. 2016.

Comissão Europeia, Direção-Geral das Redes de Comunicação, Conteúdos e Tecnologia. **Uma abordagem multidimensional da desinformação**: relatório do Grupo de Alto Nível independente sobre notícias falsas e desinformação online, Serviço das Publicações, 2018. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290>. Acesso em 20 de agosto de 2021.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (Fiocruz). **Produção, eficácia e segurança da vacina**. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/vacina-covid-19-producao>.

GALLUCCI NETO; PEÇANHA; TESSLER. Integridade em pesquisa clínica o caso da proxalutamida. **Revista Questão de Ciência**. Disponível em: <https://www.revista-questao-de-ciencia.com.br/artigo/2021/08/10/integridade-em-pesquisa-clinica-o-caso-da-proxalutamida>. Acesso em 20 de agosto de 2021.

GRUSZYNSKI, A., et al. Jornalismo e literacia midiática e digital. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Intercom, Joinville (SC), 2018.

KANTAR IBOPE MEDIA. A tecnologia e o indivíduo *ondemand*. **Data Stories**. Agosto de 2020. Disponível em: <https://my.visme.co/view/vdjpqo3w-data-stories-ed-1-tecnologia>.

KANTAR IBOPE MEDIA. Mudanças de comportamento e na forma de consumir mídia durante a quarentena indicam novas tendências. **Target Group Index Flash Pandemic**. 2020a Disponível em: <https://www.kantari-bopemedia.com/mudancas-de-comportamento-e-na-forma-de-consumir-midia-durante-a-quarentena-indicam-novas-tendencias/>.

Ministério da Saúde - Diretrizes operacionais para o Estabelecimento e o Funcionamento de Comitês de Monitoramento de Dados e Segurança. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/diretrizes_operacionais_%20dados_seguranca.pdf. Acesso em 29 de agosto de 2021.

MORETZSOHN, S. D. O joio, o trigo, os filtros e as bo-lhas: uma discussão sobre *fake news*, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**. Vol, 15, n.3 dezembro de 2019. Pp. 574-597.

NAKAMURA, Pedro. Hospital da polícia militar do RS testou proxalutamida sem autorização da Anvisa em pacientes com Covid-19. *In: Matinal Jornalismo*. Disponível em: <https://www.matinaljornalismo.com.br/matinal/reportagem-matinal/proxalutamida-hospital-militar-covid-porto-alegre/>. Acesso em 28 de agosto de 2021.

NAKAMURA, Pedro. Paciente que morreu de Covid-19 recebeu proxalutamida em emergência privada da Santa Casa. *In: Matinal Jornalismo*. Disponível em: <https://www.matinaljornalismo.com.br/matinal/reportagem-matinal/paciente-covid-recebeu-proxalutamida-santa-casa/acesso:15dejunho2022>.

NATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA LITERACY EDUCATION. Media literacy defined. Disponível em: <https://namle.net/resources/media-literacy-defined/>. Acesso 04 outubro de 2021.

NETO, Alberi. Março se torna mês com mais mortes por Covid-19 na região metropolitana. *In: GZH*, disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/>

noticia/2021/03/marco-se-torna-mes-com-mais-mortes-por-covid-19-na-regiao-metropolitana-ckmfapimi-00090198d2ibewtv.html. Acesso em 19 de março de 2021.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; ROBERTSON, C. T.; EDDY, K.; NIELSEN, R. K. **Reuters Digital News Report 2022**. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf. Acesso em 16 de junho de 2022.

NOVOA, P. C. R. O que muda na Ética em Pesquisa no Brasil: resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde. Einstein (São Paulo), v. 12, n.1, p. vii-vix, mar. 2014. <https://doi.org/10.1590/S1679-45082014ED3077>.

Organização PanAmericana de Saúde (OPAS). **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=16&isAllowed=y. Acesso 10 de janeiro de 2021.

PROCTOR, R.; SCHIEGINGER, L. **Agnotology: the Making and Unmaking of ignorance**. Stanford: Stanford University Press. 2008.

REDE NACIONAL DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO (RNCD). Site <https://rncd.org/>.

SAFATLE, V. **O circuito dos afetos**. Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Editora Autêntica, 2016. Versão kindle.

SANTOS, M.; CAPRINO, M. Covid-19 e desinformação: ações de *factchecking* e educação midiática. **Comunicação e Inovação**. São Caetano do Sul (SP), v. 21, n. 47, p. 39-62.

Tribunal Internacional de Nuremberg. Código de Nuremberg. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/codigo_nuremberg.pdf. Acesso: 22 de abril de 2022.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe Report, 2017. Disponível em <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em 20 de janeiro de 2022.

PERFIL DA AUTORA

Sara Feitosa

Professora Associada na Universidade Federal do Pampa (Unipampa) e integrante dos grupos de pesquisa CNPq 301301/2019-1 e Comunicação e Práticas Culturais. Atua nos cursos de Jornalismo e Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; mestre em Educação pela mesma universidade; graduada em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Email: sarafeitosa@unipampa.edu.br. ORCID 0000-0003-3689-8337

O JORNALISMO PARA A PAZ COMO POSSIBILIDADE DE ANÁLISE CRÍTICA EM CONTEXTOS DE VIOLÊNCIA

Diuan dos Santos Feltrin

Raquel Cabral

INTRODUÇÃO

Este capítulo propõe reflexões sobre a prática comunicacional diante de uma realidade social marcada pela prevalência de expressões de violência cultural. Partimos do entendimento de que podemos empreender análises críticas em contextos de tensão social, levando-se em conta que os sujeitos que participam de processos comunicacionais assumem a condição de protagonistas e agentes de transformação de suas realidades. Destarte, ultrapassamos as acepções que condicionam o fazer comunicacional à mera transmissão de conteúdos, concentrada na dualidade emissão-recepção, na qual o receptor é considerado sujeito passivo no processo; se valorizamos o potencial crítico e transformador do público receptor, consideramos as mediações culturais e sociais como instâncias que condicionam a práxis comunicacional, haja vista que a comunicação é um processo social.

Amparamo-nos no quadro teórico dos *Peace Studies* - Estudos para a Paz (EPP) -, cujas contribuições epistemológicas e metodológicas possibilitam a compreensão dos conflitos e da violência desde suas estruturas; trata-se de uma perspectiva analítica de caráter crítico, que se concentra na investigação dos entremeios do conflito, isto é, nas condições que interferem na prevalência de contextos de violência (MASCHIETTO; NOBRE; NOGUEIRA, 2019). No campo dos EPP, a paz, enquanto fenômeno político, social e cultural, não é condicionada à mera superação de conflitos, o que poderia se caracterizar utópico, tendo em vista que os conflitos são inerentes à sociedade; a paz, neste sentido, possui dimensão dialética, como instância fundamental para que os conflitos sejam compreendidos a partir de suas intrincadas estruturas.

Os EPP, embora formulados em um contexto histórico marcado por guerras entre nações, podem servir de lentes no que tange à leitura crítica diante das violências diversas que perpassam a sociedade atual. Ademais, o caráter genuinamente multidisciplinar do campo nos possibilita pensá-lo a partir da comunicação, e, nesse sentido, o Jornalismo para a Paz se apresenta como um potencial itinerário para a realização de análises referentes às construções jornalísticas, a fim de se inferir se elas contribuem ou não para a ressignificação de lógicas de violência, sobretudo de caráter cultural ou estrutural.

Desta feita, os apontamentos teóricos apresentados neste texto se amparam nos autores dos Estudos para Paz, em consonância com as perspectivas dos Estudos Culturais e da Teoria das Mediações. Buscamos refletir sobre como a violência cultural ocupa a centralidade das mediações, e como a comunicação jornalística contribui para a leitura crítica de tais estruturas, tendo como fundamento a ressignificação de lógicas violentas que impactam a sociedade. Dentre as múltiplas manifestações de violência, concentramos nosso olhar na homofobia, latente na sociedade brasileira.

Na dimensão empírica, realizamos análises de conteúdo de um breve recorte do jornal *Folha de S. Paulo*, com foco nas coberturas acerca da homofobia, publicadas em junho de 2022, mês dedicado às celebrações do Orgulho LGBT+⁹⁵. Buscamos demonstrar, sucintamente, como o referido veículo, inserido na lógica hegemônica de produção noticiosa, direciona as coberturas sobre essa violência. Como categorias analíticas, nos orientamos a partir de alguns princípios do Jornalismo para a Paz, a fim de verificar se os textos, no referido recorte, se orientam no sentido de apresentar possibilidades de ressignificação da violência homofóbica. Nosso objetivo, com as breves análises, foi demonstrar a aplicabilidade do Jornalismo para a Paz como possibilidade analítica.

Este texto apresenta a contextualização dos Estudos para a Paz, com foco na dimensão multidisciplinar do campo, que abarca a comunicação e o Jornalismo para a

95 Neste artigo, utilizamos a sigla LGBT+, porém, não ignoramos os demais grupos sociais que não se identificam com as imposições da heteronormatividade. Outras expressões da sexualidade humana foram contempladas no decorrer da história de luta dos movimentos de militância. Atualmente, utiliza-se a sigla LGBTQIA+, relacionada às seguintes manifestações de gênero: lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais ou transgêneros, *queer* (pessoas que não se identificam com o binarismo de gênero), intersexuais (pessoas cujo desenvolvimento biológico não se encaixa nas formas binárias), assexuais (pessoas que não sentem desejo sexual por outras pessoas, independente do gênero). Pelo fato de a expressão da sexualidade ser ampla, a sigla utiliza o "+" para contemplar todas as possibilidades de orientação sexual ou identidade de gênero que possam vir a existir.

Paz. Na sequência, reflete sobre a interseção entre os Estudos Culturais, a Teorias das Mediações e a violência cultural, tensionando essas perspectivas com o processo comunicacional, que pode contribuir para a naturalização ou ruptura de lógicas violentas. Posteriormente, à luz do Jornalismo para a Paz, apresenta a análise de conteúdo do recorte selecionado.

OS ESTUDOS PARA A PAZ E O LUGAR DA COMUNICAÇÃO

Neste tópico, apresentamos uma breve contextualização histórica dos Estudos para a Paz e refletimos sobre a comunicação nesta perspectiva teórica. Segundo Ferreira (2019), entre as décadas de 1930 e 1940 houve uma expansão dos estudos acerca do fenômeno paz, sobretudo nas ciências sociais; mas, foi somente nas décadas de 1950 e 1960 que essas abordagens começaram a ser aplicadas sistematicamente, com o advento de núcleos de pesquisa e departamentos nos Estados Unidos e Europa, voltados a compreender a paz e os conflitos, conferindo forma aos EPP como campo de investigação (FERREIRA, 2019). Na Noruega, destaca-se a iniciativa do sociólogo e matemático Johan Galtung, que liderou o PRIO - *Peace Research Institute of Oslo*, a primeira instituição acadêmica a assumir, efetivamente, os Estudos para a Paz como escola teórica, fundada em 1959 (PUREZA; CRAVO, 2005).

O PRIO trouxe novas abordagens sobre a paz, até então reduzida a uma inexpressiva possibilidade de superação dos conflitos entre nações, de modo que os EPP “passaram a agregar temas como justiça, equidade, bem-estar, direitos econômicos e sociais e, em alguns casos, o afeto, a solidariedade e outras formas de resolução pacífica dos conflitos” (LÓPEZ BECERRA, 2011, p. 2, tradução nossa). Na concepção dos Estudos para a Paz, a guerra não ocupa a centralidade das investigações sobre violência e paz, visto que esta seria apenas mais uma das violências. Os EPP se preocupam em investigar as motivações que engendram a guerra. Isso possibilita que pesquisas sustentadas nesta perspectiva teórica considerem os múltiplos fatores que incidem sobre o sofrimento humano, tais como a negação dos direitos humanos, as injustiças, as desigualdades, entre outros (FERREIRA, 2019; PUREZA; CRAVO, 2005). O olhar dos EPP é voltado para as relações humanas, a despeito do Estado, de modo que áreas transversais de estudos, como gênero, raça, etnia, entre outras, são igualmente fundamentais para os EPP e legitimam a dimensão normativa do campo (FERREIRA; KUHLMANN; MASCHIETTO, 2019).

A breve contextualização nos aponta que, embora elaborados com a finalidade de indicar caminhos de superação em meio às guerras entre nações, os vieses do campo dos EPP podem ser ampliados e adaptados para auxiliar na análise de estruturas opressoras que perpassam a sociedade. Ao observarmos o contexto brasileiro, por exemplo, percebemos que há realidades de violência que, tal como nas guerras tradicionais, colocam a sociedade em estado de tensão social e conflito permanente, dizimando fisicamente e simbolicamente determinados grupos. Tal constatação nos aponta a possibilidade de estudar os contextos de violências sociais à luz da perspectiva dos EPP. Sobretudo em uma realidade latino-americana e Sul Global, o aporte teórico desses estudos amplia as possibilidades epistemológicas e metodológicas no que tange à compreensão das múltiplas violências que se fazem presentes nesses cenários.

É importante, a princípio, discorrer sobre a conjuntura social atual, especificamente no Brasil, envolto em crises diversas. Muitas das tensões resultam de processos históricos marcados pela prevalência de lógicas colonialistas e hegemônicas. Introjetadas nos corpos e mentes de grande parte das pessoas, essas estruturas impõem e naturalizam divisões calcadas na ideia de poderes contrapostos. Assim, a sociedade é segregada entre grupos legítimos, detentores de privilégios e representatividade, e grupos ilegítimos, colocados à margem do reconhecimento. Góes (2021, p. 126) afirma que vivemos uma profunda crise de humanidade e, segundo o autor, o próprio conceito de “humano”, formulado no século XV, já nasceu envolto em dicotomias, pois também fabricou o “não-humano”, estabelecendo e reforçando diferenças. Frente a este contexto marcado por opressões, qual o papel da comunicação no processo de construção ou desconstrução das lógicas que determinam e naturalizam violências e desigualdades?

Empregamos os EPP a partir de uma perspectiva multidisciplinar⁹⁶, pois, diante da complexidade dos conflitos, diversos campos teóricos oferecem possibilidades analíticas. Destacamos, desse modo, o potencial do campo da comunicação quanto ao entendimento sobre estruturas de violência, principalmente indiretas, que

96 Ao ressaltar a condição multidisciplinar do campo dos EPP, Galtung (2006) os equipara aos estudos feministas. Segundo o autor, assim como nenhuma disciplina possui o monopólio sobre o entendimento das condições femininas, o mesmo acontece com a compreensão sobre a paz. Isso significa que o estudo da e para paz não é exclusividade de nenhuma área de conhecimento. Portanto, diversas disciplinas podem apresentar contribuições.

são legitimadas e naturalizadas a partir de discursos que se perpetuam socialmente. Partimos do pressuposto de que o processo comunicacional possui raiz genuinamente educativa, sendo que as ações comunicativas podem ser direcionadas com finalidades específicas e contribuirão diretamente para a ruptura de lógicas de violência.

Nos Aldás, Seguí-Cosme e Rivas Machota (2008, p. 14, tradução nossa) definem a perspectiva da Comunicação para a Paz como: “[...] uma comunicação que pede responsabilidades e propõe alternativa de soluções pacíficas dos conflitos”. Pelo fato de convidar para a ação, entendemos que a Comunicação para a Paz considera o público receptor como agente de transformação, sendo que a prática comunicacional pode ser direcionada no sentido de promover iniciativas de enfrentamento diante de realidades marcadas pela violência, sobretudo cultural.

No tocante ao exercício do jornalismo, na década de 1970, Johan Galtung apresenta o conceito de *Peace Journalism* – Jornalismo para a Paz – com o objetivo de trazer à prática jornalística o modelo comunicacional impelido no entendimento sobre as raízes da violência em contextos de dissenso. Diante das coberturas de guerras, havia a prevalência da violência direta, de modo que os jornais se restringiam a apresentar vencedores e perdedores, sem contextualizar as dimensões e estruturas dos conflitos (CABRAL; SALHANI, 2017). O Jornalismo para a Paz, por sua vez, nasce como uma proposta de mudança dos cânones do até então denominado Jornalismo de guerra/violência, sugerindo à produção jornalística abordagens mais aprofundadas, críticas e analíticas nas coberturas de conflitos.

McGoldrick e Lynch (2000, p. 5, tradução nossa) definem o Jornalismo para a Paz como “um novo roteiro que traça as conexões entre os jornalistas, suas fontes, as coberturas que realizam e as consequências das reportagens”. A aplicabilidade do fazer jornalístico direcionado à superação da violência sugere, portanto, uma reorganização dos esquemas de construção noticiosa, como apontam Arévalo Salinas e Farné (2016, p. 5, tradução nossa): “Um novo modelo de jornalismo deve posicionar-se com clareza contra os abusos sociais cometidos em diferentes âmbitos. [...] O compromisso para com a denúncia de fatos e eventos que violam os direitos humanos deve ser transversal à linha ideológica da mídia”.

Empregamos o Jornalismo para a Paz como um itinerário teórico e metodológico que nos auxilia na realização de leituras críticas da produção jornalística em contextos de violência; as categorias analíticas, embasadas nesta perspectiva, serão apresentadas no tópico referente à metodologia.

INTERSEÇÕES ENTRE OS ESTUDOS CULTURAIS, MEDIAÇÕES E VIOLÊNCIA CULTURAL

As tipologias de violência apresentadas por Galtung (1969; 2003) na perspectiva dos EPP conferem vastas possibilidades analíticas diante dos fenômenos sociais. O autor apresenta o conceito de violência em três manifestações: direta, estrutural e cultural. A violência direta é a mais evidente, pois é aquela na qual podemos identificar vítimas e agressores e que denota sobretudo a violência física. A violência estrutural e a violência cultural, por sua vez, se manifestam indiretamente. A estrutural, por exemplo, pode ser observada em cenários sociopolíticos e econômicos notavelmente desiguais e estratificados; “a violência é construída na estrutura e aparece sob o véu de poderes desiguais e, conseqüentemente, como chances de vida desiguais” (GALTUNG, 1969, p. 171, tradução nossa).

Já a violência cultural ocupa dimensão simbólica, resultante de processos complexos, que naturalizam preconceitos e discursos excludentes, por exemplo; se revela nos discursos sociais, nos produtos midiáticos e no sistema de normas e comportamentos apreendidos (CABRAL; SALHANI, 2017; PUREZA, 2000). Elaborados em períodos temporais longos, os traços de violência cultural são introjetados no processo de formação das sociedades (PUREZA, 2000). Por manifestar-se sutil e silenciosamente no território das mediações, os agentes da violência cultural não são identificados de forma evidente.

A ‘violência cultural’ compreende os aspectos da cultura, ou seja, a esfera simbólica de nossa existência - exemplificada pela religião e pela ideologia; linguagem e arte; ciência empírica e ciência formal (lógica, matemática) - que pode ser usada para justificar ou legitimar as violências direta e estrutural. Estrelas, cruzeiros e crescentes; bandeiras, hinos e desfiles militares; o retrato onipresente de um líder; discursos e cartazes incisivos; todos estes elementos vêm à mente no âmbito da violência cultural (GALTUNG, 1990, p. 291, tradução nossa).

Pensamos a cultura como um espaço de resistências e resiliências, assim como a arte, que busca produzir e projetar novas sensibilidades e percepções críticas sobre a realidade, que podem incidir no imaginário social. Contudo, na comunicação encontramos debates que sinalizam preocupações em torno da produção de discursos e contradições narrativas que diariamente incidem na esfera pública, isto é, nas mediações sociais. A sua onipresença e a incidência direta sobre nossas vidas cotidianas diárias revelam a responsabilidade que os meios de comunicação devem

assumir na produção de sentidos, tendo em vista que os discursos assumidos pela mídia afetam a sociedade. Inúmeras violências são reiteradas e legitimadas pela mídia, uma vez que a exploração do sofrimento é pauta para muitos jornais televisivos e impressos, programas de TV sensacionalistas, produções audiovisuais e outros bens culturais que estabelecem interlocução diária com nossas vidas.

O campo da comunicação passou por grandes transformações com base nas viradas epistemológicas que dominaram as Ciências Sociais entre os anos 1970 e 1980. Como explica Girardi Júnior (2009, p. 117), no contexto latino-americano essas transformações são reflexos de modelos linguísticos e semiológicos, bem como respostas às ações dos movimentos sociais e das lutas contra as ditaduras. “O grande salto é a introdução do leitor como produtor de sentido e não apenas um objeto submetido aos efeitos de uma ação comunicativa externa” (GIRARDI JÚNIOR, 2009, p. 118).

Na primeira metade da década de 1960, um grupo de intelectuais da chamada *new left* inglesa encabeça o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, da Universidade de Birmingham, promovendo significativas mudanças na maneira como os meios de comunicação eram analisados. Uma das principais propostas era a desconstrução do conceito de “massa” (GIRARDI JÚNIOR, 2009), que induzia a uma concepção midiacentrista nos estudos sobre a comunicação. Raymond Williams, uma das principais influências dos Estudos Culturais, em suas investigações sobre a televisão, propõe repensar as relações entre as mídias e as práticas sociais. Como interpreta Girardi Júnior (2009, p. 118), a análise de Williams contempla as transformações históricas da sociedade moderna, de modo que “os ‘meios de comunicação de massa’ adquirem um sentido social”.

Williams (2008, p. 14) pontua que os Estudos Culturais constituem um ramo da sociologia geral que enfatiza todos os sistemas de significações, principalmente no que concerne às práticas e às produções culturais manifestas. Desta feita, as análises sobre a comunicação a partir dessa perspectiva levam em conta o contexto que permeia a produção midiática, sendo que os campos semântico e pragmático são primordiais neste tipo de abordagem. No que interessa ao presente estudo, a naturalização da violência, em sua dimensão cultural, está interseccionada com a forma como as coberturas jornalísticas são conduzidas. Segundo Williams, a abordagem dos Estudos Culturais requer

novos tipos de análise social de instituições e formações especificamente culturais, e o estudo das relações concretas entre estas e os meios materiais de produção cultural, por um lado, e, por outro, as formas culturais concretas. O que congrega tudo isso é, distintamente, uma sociologia, mas, nos termos da convergência, uma sociologia de novo tipo (WILLIAMS, 2008, p. 14).

Stuart Hall, outro importante pensador dos Estudos Culturais, dirigiu o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos entre 1968 e 1979, e trouxe novas perspectivas quanto à compreensão dos processos comunicacionais. Por meio do ensaio *Encoding/Decoding*, Hall contrapunha-se às perspectivas teóricas conservadoras nos estudos dos meios de comunicação. No referido artigo, o autor destacou o caráter multirreferencial no processo de comunicação mediada, a partir das diversas camadas que se abrem nos atos de fruição (GIRARDI JÚNIOR, 2009), ou seja, o fazer comunicacional ultrapassa os limites da díade emissão-recepção.

Compreendemos, a partir de Stuart Hall, que os conteúdos midiáticos impactam o mundo social na medida em que permitem aos agentes sociais agirem na realidade empírica. “As condições sociais, ideológicas e políticas desiguais experimentadas por esses mesmos agentes no mundo social constituem as representações que se objetivam nesse mundo e nelas são constituídas por meio da práxis” (GIRARDI JÚNIOR, 2009, p. 119). Destarte, quando abordamos perspectivas decoloniais, que anseiam pela superação de lógicas de opressão e violência a partir da prática comunicacional, é imprescindível olhar criticamente para a dimensão cultural que envolve os veículos de comunicação; isto é, faz-se necessário empregar uma perspectiva analítica e dialética, que se expande para além da centralidade dos meios.

Importante destacar a primazia da vida cotidiana dos cidadãos comuns neste contexto de revolução cultural. De acordo com Hall (1997), as transformações na vida cotidiana, como a derrocada do trabalho industrial, o envelhecimento da população, os conflitos geracionais, entre outros aspectos, promoveram deslocamentos da cultura no cotidiano; por isso, as indústrias culturais passaram de produtoras para mediadoras, em muitos processos. A mídia passa a se configurar como um dos principais meios de circulação de ideias (HALL, 1997).

Bebendo da fonte dos Estudos Culturais, bem como das perspectivas de Paulo Freire acerca do potencial transformador dos indivíduos, como sujeitos da práxis, Jesús Martín-Barbero renova o pensamento comunicacional na América Latina ao

ampliá-lo para muito além da centralidade dos meios. O autor propõe o deslocamento dos meios às mediações, de modo que as interações sociais, com todas as suas contradições e tensões, passam a ocupar a primazia nos estudos sobre a produção de sentidos gerados pela práxis comunicacional. O olhar, outrora focado nas mediações sociais e culturais dos meios de comunicação, se inverte para a cultura e as mediações a partir dos meios (RONSINI, 2010). Este deslocamento sugere pensar sobre a dimensão comunicativa da cultura e seu potencial de produzir sentidos, tendo em vista que o ambiente da cultura influi nas narrativas midiáticas; a própria cultura se constitui por experiências midiáticas, em um processo de mútua interferência. Nas palavras de Martín-Barbero (2009, p. 289):

[...] na redefinição da cultura, é fundamental a compreensão de sua natureza comunicativa. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações, no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor.

O deslocamento dos meios para as mediações traz à baila elementos como a cotidianidade, as interações, a alteridade e o encontro com o outro como importantes caminhos e espaços de resistência que não podem ser controlados pelas estratégias das grandes corporações midiáticas (GIRARDI JÚNIOR, 2009). Os processos comunicacionais se desvencilham das visões centradas na mídia, voltando-se para a produção de sentidos.

No contexto latinoamericano, estudar a comunicação desde a perspectiva de Martín-Barbero possibilita olhar para as complexidades que afetam os campos sociais e culturais, marcados por inúmeras cisões e contradições. No que tange ao interesse teórico-conceitual deste texto, consideramos a violência cultural como expressão marcadamente presente nos discursos e nas interações sociais. Desse modo, podemos nos questionar em que medida os meios de comunicação se apropriam desses discursos latentes na sociedade e os reproduzem a fim de garantir a primazia de determinados grupos sociais em detrimento de outros? Quando falamos em homofobia, por exemplo, pressupomos a subalternização de todas as pessoas que não se adéquam aos ditames das estruturas sociais sustentadas por padrões heteronormativos, culturalmente transmitidos de geração a geração. São colocadas à margem do reconhecimento (BORILLO, 2016).

Como sinaliza Lopes (2018, p. 42), Martín-Barbero, tal como um cartógrafo, pensa a comunicação na América Latina a partir das mediações comunicativas da cultura, construindo mapas⁹⁷ que acompanham as transformações culturais, que ocorrem de forma dinâmica, não-linear e se encontram cada vez mais imbricadas nas redes de comunicação, para muito além de fronteiras espaciais e temporais. Sobre a virada epistemológica proposta por Martín-Barbero, Braga (2012, p. 33) salienta:

Como os meios, antes dessa virada, apareciam de modo preocupante como produtores de efeitos não controláveis pela sociedade, as mediações se põem, praxiologicamente, como espaço da ação de resistência. Não se trata apenas de conhecimento do mundo (nos aspectos e objetos em foco), do viés com que se o percebe e pelos quais nos relacionamos com os meios. Mas também – e talvez sobretudo – da possibilidade de enfrentamento, da reflexão sobre a qualidade das condições para esse enfrentamento, como uma interação de natureza político-social.

Na concepção do Jornalismo para a Paz, os receptores são considerados sujeitos ativos no processo comunicativo. Relacionando a construção jornalística com as teorias apresentadas, enalteçemos a circulação como o espaço que confere possibilidades de ocorrência interacional, na prática social, com múltiplas possibilidades de investigação (BRAGA, 2012; FAUSTO NETO, 2010). Braga (2012) explica que as percepções sobre o conceito de circulação destacam o potencial do receptor, que faz seguir adiante as reações aos conteúdos que recebe; neste “fluxo-adiante”, os produtos circulantes nas mídias são retomados em outros ambientes, ultrapassando a situação de recepção.

As breves explanações teóricas apresentadas neste tópico podem ser ampliadas em estudos posteriores; nos limites do presente texto, embasarão as discussões apresentadas a seguir, com a análise de conteúdo de um sucinto recorte do jornal *Folha de S. Paulo* com relação às coberturas sobre a violência homofóbica.

97 Lopes (2018, p. 39-40) explica que o pensamento comunicacional de Martín-Barbero não se conforma a uma teoria da recepção ou das mediações, mas se constitui como uma teoria da comunicação específica, com metodologia, epistemologia e conceitos próprios. A teoria do pensador espanhol-colombiano conta com três eixos de análise: 1) a epistemologia da comunicação; 2) a cartografia como método para se promover novos parâmetros de representação do conhecimento e 3) os mapas teórico-metodológicos, que são o mapa noturno e os quatro mapas das mediações.

PERCURSO METODOLÓGICO

A análise de conteúdo se constitui como uma possibilidade metodológica de análise e, por meio de procedimentos de descrição do conteúdo das mensagens e de indicadores – quantitativos e/ou qualitativos – permite a realização de inferências acerca das condições de produção e/ou recepção dessas mensagens (BARDIN, 2011). O procedimento metodológico nos possibilita olhar para as mensagens a partir de categorias de análise que, na concepção de Bardin (2011, p. 37), auxiliam o pesquisador a colocar ordem em uma aparente desordem. As categorias, segundo a autora, são como “rubricas” ou “gavetas” que permitem classificar os elementos de significação que constituem a mensagem e, com isso, traçar inferências sobre o material analisado.

Como categorias de análises, nos embasamos no itinerário apresentado por Galtung (2006), conforme o quadro 1, que apresenta distinções entre o Jornalismo para a Paz e o seu oposto, o chamado Jornalismo de Guerra/Violência. Destacamos, contudo, que a diferenciação entre as abordagens possui finalidade estritamente didática, auxiliando pesquisadores no entendimento de narrativas jornalísticas quanto à identificação das tendências que prevalecem nas coberturas noticiosas. Não se trata, portanto, de uma formulação maniqueísta ou positivista, reduzida a apresentar um modelo de jornalismo “ideal”. A proposta de Galtung, ao contrário, visapossibilitar a problematização em análises de narrativas jornalísticas.

Quadro 1 – Principais distinções entre o Jornalismo para a Paz e o Jornalismo de Guerra/Violência

Jornalismo para Paz	Jornalismo de Guerra/Violência
- Destaque para o conflito e seus contextos: busca compreender os entremeios dos conflitos. Com isso, as matérias trabalham com transparência. Os efeitos opacos da violência também são colocados em evidência. - Destaque para as pessoas (pluralidade): as matérias dão voz aos que não têm voz, de modo que todos os atores envolvidos no conflito têm importância para que os fatos sejam compreendidos em sua magnitude. - Orientado para a solução dos conflitos: as coberturas visam apresentar caminhos para solucionar os conflitos, estimulando práticas pacíficas.	- Destaque para a violência do conflito: prevalecem coberturas descritivas, com enfoque principal na violência direta; detalha a violência, mas não as causas que a desencadearam. - Maniqueísmo: as coberturas enaltecem apenas um lado dos fatos, valorizando posicionamentos considerados “oficiais”; focam no antagonismo entre as partes envolvidas no conflito. - Orientado para a vitória: em vez de propor soluções para os conflitos, as coberturas visam mostrar a preponderância de um grupo sobre outro. Há sempre um vencedor e um perdedor

Fonte: Galtung (2006, p. 1), com tradução e adaptação d@sautor@s.

No período selecionado para análise – junho de 2022 –, percebemos pouca incidência de coberturas relacionadas à homofobia. Uma simples busca do conceito na seção de pesquisa no portal do jornal *Folha de S. Paulo*⁹⁸ revela que o termo aparece com maior frequência em textos de caráter opinativo. Porém, neste artigo, concentramos nossa abordagem nos textos jornalísticos, que têm a informação como base. Quantitativamente, encontramos 22 narrativas que versam sobre a homofobia. Deste total, identificamos 10 textos de viés informativo, que podem ser analisados a partir da perspectiva do Jornalismo para a Paz. As análises de alguns textos serão apresentadas na sequência, com o objetivo de demonstrar a aplicabilidade do Jornalismo para a Paz como possibilidade analítica.

BREVE APLICAÇÃO DO JORNALISMO PARA A PAZ COMO PERSPECTIVA ANALÍTICA

Dentre as categorias apresentadas a partir do Jornalismo para a Paz, observamos uma maior incidência de narrativas cujo enfoque está nas pessoas. Os textos trazem relatos de personagens que, de algum modo, foram alvo de violência homofóbica. Ao encontro do que sugere o Jornalismo para a Paz, conceder visibilidade aos grupos silenciados pelas mídias jornalísticas é um aspecto importante, tendo em vista que os espaços midiáticos costumeiramente são ocupados por “vozes” hegemônicas.

Em 22 de junho, por exemplo, o texto “Ser transsexual na América Latina é uma tortura⁹⁹” aborda as intensas violências diretas e indiretas sofridas pela população transsexual na América Latina. Embora a narrativa assuma o viés opinativo, tendo em vista que a autoria é de um professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro, doutor em políticas públicas, interessa para nossa análise o teor informativo e crítico do referido texto. A abordagem se concentra nas dificuldades enfrentadas pelas pessoas trans, com destaque para o cenário brasileiro: no país, esta população é incluída na lei de combate à violência contra a mulher, porém, isso não arrefece os altos índices de violência. Conforme o texto, pessoas trans sofrem violências diversas como: o desrespeito aos nomes sociais e aos pronomes de tratamento condizentes com a identidade de gênero; violências físicas e emocionais; além de suicídios e assassinatos.

98 <https://acervo.folha.com.br/>

99 Caderno Folha Mais: 22 de junho de 2022, p. 03; Autoria: Vinícius Ferreira Baptista.

São destacadas algumas iniciativas latinoamericanas voltadas aos direitos das pessoas trans, contrastando-as com dados da realidade. Segundo o texto, o dossiê 2022 da Associação Nacional de Travestis e Transsexuais do Brasil aponta que três a cada quatro mulheres trans e travestis sofreram algum tipo de violência em 2021. Os dados concretos da violência são confrontados com a legislação que deveria garantir a segurança do referido grupo social, o que confere ao texto um caráter crítico, que aponta caminhos para o enfrentamento dessa realidade.

Dentre as narrativas veiculadas, destacamos a cobertura referente à Parada do Orgulho LGBT de São Paulo, o principal evento brasileiro que garante visibilidade à população LGBTQ+, cuja edição de 2022 ocorreu em 19 de junho. Na edição de 15 de junho, a *Folha* trouxe a matéria intitulada “Parada LGBTQ+ foca voto, mas sem menção a candidatos¹⁰⁰”, em que ressalta o viés político do evento. Segundo a matéria, a 26ª edição da Parada seria voltada a defender a importância do voto e a democracia, sobretudo diante do cenário autoritário em voga no Brasil, perpassado por intensos discursos de ódio e violência, principalmente tendo como alvo a população LGBTQ+. O texto resgata algumas iniciativas políticas voltadas a promover conscientização, como o projeto Escola sem Homofobia, lançado pelo governo federal em 2004, mas que não chegou a ser implementado; e ressalta que tal projeto é alvo de ataques praticados pelo atual governo federal, que o confere a alcunha de “kit gay”. A narrativa ressalta a desinformação contida nesses ataques ideológicos.

Inferimos, com base nas argumentações anteriormente expostas, que a violência cultural é construída por meio da prevalência de discursos naturalizados na prática social e que se fazem presentes nas interações cotidianas. Desse modo, falácias como “kit gay” e “ideologia de gênero” são estratégias discursivas que têm o objetivo de reforçar preconceitos, de modo a assegurar ideologias heteronormativas e patriarcais. O fato de a construção jornalística apontar para o falso teor desses conceitos é condescendente com a perspectiva do Jornalismo para a Paz, cuja primazia está em confrontar inverdades e, com isso, traçar estratégias para o enfrentamento da desinformação.

A cobertura após a realização da Parada enaltece as críticas ao governo federal em exercício no Brasil: “Parada LGBTQ+ lota Paulista com críticas a Bolsonaro e clima contido¹⁰¹”. A reportagem ocupa as duas primeiras páginas do caderno Cotidiano,

100 Caderno Cotidiano: 15 de junho de 2022, p. B3; Autoria: Gustavo Fioratti.

101 Caderno Cotidiano: 20 de junho de 2022, p. B1/B2; Autoria: Gustavo Fioratti.

com uma imagem central, focada nas cores da bandeira do orgulho LGBTQ+. O foco nas pessoas se revela na representatividade, tendo em vista que a reportagem traz breves depoimentos de pessoas LGBTQ+, apresentando como elas se identificam em suas identidades de gênero.

Como argumentamos anteriormente, a violência cultural legitima a violência direta, sendo que a principal proposta do Jornalismo para a Paz é a promoção de narrativas que confrontem a naturalização da violência presente nos discursos. Por isso, essa perspectiva jornalística busca identificar estruturas de violência como pressuposto para denunciá-las. A reportagem “Estupros de pessoas LGBTQ+ aumentam 88% em um ano¹⁰²” divulga dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública, que apontam o aumento nos casos de estupro de pessoas inseridas no referido marcador social. Ademais, o texto também informa o crescimento dos casos de lesão corporal dolosa e assassinatos, apresentando dados estatísticos. Um infográfico ocupa o centro da página, com dados sobre o registro de estupros contra pessoas LGBTQ+ em cada Estado brasileiro.

Para além da apresentação de dados estatísticos, a reportagem divulga relatos de personagens que foram alvo de violência, além da visão de especialistas acerca do referido aumento de casos de estupro. Um dos pesquisadores entrevistados, por exemplo, sugere que os elevados índices de violência se devem à intensificação dos debates públicos sobre o assunto, implicando no crescimento das denúncias. Outra hipótese apontada pelo pesquisador é a influência da decisão do STF (Supremo tribunal Federal) de enquadrar a homofobia na lei de crimes de racismo, em 2019. A despeito disso, o texto argumenta que a qualidade geral dos dados de crimes contra pessoas LGBTQ+ é baixa, dada a inexistência de um monitoramento eficiente. Nesse sentido, a partir dos argumentos do pesquisador entrevistado, a matéria sinaliza que o próprio anuário possui lacunas e imprecisões, tendo em vista que muitos casos de violência não são divulgados pelos Estados.

A reportagem apresenta uma manifestação de violência direta, com problematizações acerca das estruturas que impactam nessa prática. Não se limita à mera apresentação de dados estatísticos, o que seria uma característica do jornalismo de violência, mas tensiona os dados com a visão de pesquisadores e, principalmente, ouve outros atores sociais que ganham visibilidade no texto, isto é, pessoas LGBTQ+ que

102 Caderno Cotidiano: 29 de junho de 2022, p. B2; Autoria: Matheus Moreira.

foram alvo de violência. À luz do Jornalismo para a Paz, a narrativa auxilia na leitura dessa realidade social marcada por violências, tanto diretas quanto indiretas, fornecendo dados concretos para o engajamento social diante desse contexto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A violência, sobretudo em sua dimensão cultural, se apresenta nos discursos e práticas sociais, revestidas sob o véu da naturalidade. Entendemos, a partir de Galtung (1969; 2003), que a violência cultural perpassa as relações sociais e, neste sentido, ocupa o território das mediações. Desse modo, com o objetivo de discorrer sobre os impactos da violência cultural na cultura, promovemos interseções entre os Estudos para a Paz e perspectivas teóricas consolidadas, como os Estudos Culturais e a Teoria das Mediações.

Por seu caráter genuinamente multidisciplinar, o campo dos Estudos para a Paz contempla a comunicação e, por sua vez, o jornalismo. As narrativas jornalísticas desempenham papel fundamental no que tange à circulação de informações e, desse modo, podem influenciar significativamente o modo como a violência é assumida socialmente.

O breve recorte selecionado para análise teve o objetivo de demonstrar a aplicabilidade do Jornalismo para a Paz como perspectiva analítica. Diante das narrativas jornalísticas da *Folha de S. Paulo* sobre homofobia, em junho de 2022, observamos que, em certa medida, o veículo buscou promover visões críticas diante dessa violência, visto que não se ateve meramente ao retrato da violência em sua dimensão direta, mas avançou no debate e abordou o conflito a partir das dimensões da violência estrutural e cultural, o que demonstra uma análise mais aprofundada da realidade. Isso também revela a pertinência das interrelações teóricas com os Estudos Culturais e a Teoria das Mediações, uma vez que não há como compreender as narrativas jornalísticas fora do contexto de seu impacto nas mediações culturais. No entanto, este estudo abre brechas para futuras investigações, sobretudo de ordem deontológica, que tenham o Jornalismo para a Paz como base.

Diante do exposto, entendemos que o Jornalismo para a Paz pode oferecer caminhos teóricos e metodológicos para a análise e posterior desnaturalização de lógicas de violência. Na medida em que apresenta os aspectos subjacentes aos contextos de violência, a prática jornalística pode assumir um papel pedagógico e, neste sentido, apontar caminhos condizentes ao enfrentamento das injustiças sociais. A paz da

qual discorremos se reveste de crítica, denúncia e engajamento perante situações de violência. Portanto, não se trata de uma ingênua idealização das sociedades humanas isentas de conflitos, já que o conflito é inerente aos seres humanos. Entretanto, trata-se de uma paz consciente de que para construir um futuro viável para a vida é preciso reparar as injustiças do passado.

REFERÊNCIAS

- ARÉVALO SALINAS, Alex Iván; FARNÉ, Alessandra. Comunicación y cambio social: un análisis desde la investigación centrado en el periodismo. **Cultura, Lenguaje y Representación**, v. 15, p. 11-19, 2016.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BORRILLO, Daniel. **Homofobia**: história e crítica de um preconceito. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, Jeder Janotti; e JACKS, Nilda (Org.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 31-52.
- CABRAL, Raquel; SALHANI, Jorge. Jornalismo para a paz: conceitos e reflexões. **E-Compós**, Brasília-DF, v. 20, n. 3, p. 1-20, 2017.
- FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (Org.) **Mediatización, Sociedad y Sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario, Argentina: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15.
- FERREIRA, Marcos Alan S. V. As origens dos estudos para a paz e seus conceitos elementares: paz, violência, conflito e guerra. In: FERREIRA, Marcos A. S. V.; MASCHIETTO, Roberta H; KUHLMANN, Paulo R. L. (Orgs.). **Estudos para a paz: conceitos e debates**. São Cristóvão-SE: Editora UFS, 2019. p. 47-83.
- FERREIRA, Marcos Alan S. V.; KUHLMANN, Paulo R. Loyolla; MASCHIETTO, Roberta H. Introdução: os Estudos para a Paz e o Brasil. In: FERREIRA, Marcos A. S. V.; MASCHIETTO, Roberta H; KUHLMANN, Paulo R. L. (Orgs.). **Estudos para a paz: conceitos e debates**. São Cristóvão-SE: Editora UFS, 2019. p. 13-45.
- GALTUNG, Johan. Violence, peace, and peace research. **Journal of Peace Research**, v. 6, n.3, 1969. p. 167-191.
- GALTUNG, Johan. **Cultural violence**. Journal of Peace Research, v. 27. n. 3, p. 291-305, 1990
- GALTUNG, Johan. **Violencia cultural**. Gernika-Lumo: Gernika Gogoratuz, 2003.
- GALTUNG, Johan. Peace journalism as an ethical challenge. **Global Media Journal: Mediterranean Edition**, v. 1, n. 1, p. 1-5, 2006. Disponível em <https://eirineftikidimosiografia.files.wordpress.com/2013/11/galtung-j-peace-journalism-as-an-ethical-challenge.pdf>. Acesso em 06 jul. 2022.
- GALTUNG, Johan. Peace journalism as an ethical challenge. **Global Media Journal: Mediterranean Edition**, v. 1, n. 1, p. 1-5, 2006.
- GIRARDI JÚNIOR, Liráucio. Teoria das mediações e estudos culturais: convergências e perspectivas. **Libero**, São Paulo, v. 12, n. 23, p. 117-127, 2009.
- GÓES, José Cristian. O encontro da comunicação em Paulo Freire para tempos de desencontro. In: PELÚCIO, Larissa; CABRAL, Raquel (Orgs.). **Comunicação, contradições narrativas e desinformação em contextos contemporâneos**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021. p. 125-139.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/>

educacaoerealidade/article/viewFile/71361/40514. Acesso em 30 jun. 2022.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. A teoria barberiana da comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v.12, nº 1, jan./abr 2018.

LÓPEZ BECERRA, Mário Hernán. Reflexiones sobre las desigualdades en el contexto de los estudios de paz. **Revista Paz y Conflictos**, Granada, n.4, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

McGOLDRICK, Annabel; LYNCH, Jake. **Peace Journalism – What is it? How to do it?**, 2000. Disponível em https://www.transcend.org/tri/downloads/McGoldrick_Lynch_Peace-Journalism.pdf. Acesso em 30 jun. 2022.

NOS ALDÁS, Eloísa; SEGUÍ-COSME, Salvador; RIVAS MACHOTA, Ana María. **Comunicación y construcción de paz**. Barcelona: Icaria Editorial, 2008.

PUREZA, José Manuel. **Estudos sobre a paz e cultura de paz**. Intervenção proferida no âmbito do Colóquio “Prevenção de Conflitos e Cultura de Paz”, n. 95/96, p. 33-42, Lisboa, 2000.

PUREZA, José Manuel; CRAVO, Teresa. Margem crítica e legitimação nos estudos para a paz. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 71, p. 5-19, 2005.

RONSONI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). **XIX Encontro da Compós**, PUC-RJ, Rio de Janeiro, RJ, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2008.

PERFIL DOS AUTORES

Diuan Feltrin

Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Bauru (SP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC). Mestre em Comunicação pelo mesmo programa de Pós-Graduação. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo. Realiza pesquisa na linha de Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais, com ênfase na Comunicação para a Paz e suas possibilidades teóricas e metodológicas. E-mail: diuan.feltrin@unesp.br

Raquel Cabral

Doutora em Comunicação e Mestra em Estudos Internacionais em Paz, Conflitos e Desenvolvimento pela Universitat Jaume I, Espanha. Pós-doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Mestra em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Professora da Unesp e suas atuais linhas de pesquisa abordam a relação entre violência e comunicação; e a Agenda 2030. E-mail: raquel.cabral@unesp.br

A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO EM BUSCA DO ELO PERDIDONA TV DO RIO GRANDE DO NORTE: UMA ANÁLISE DO TELEJORNALISMO NA HORA DO ALMOÇO

Francisco das Chagas Sales Júnior
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Desde que foi implantada no Brasil, a televisão vem passando por transformações. Seja na forma de se produzir conteúdo ou mesmo como os telespectadores assistem a programação. Nessa trajetória, a TV passou por diversos períodos de desenvolvimento. De acordo com Mattos (2010), atualmente, vivemos a fase da portabilidade, mobilidade e interatividade digital. É um momento em que o mercado da comunicação e o modelo de negócio começaram se reestruturar, devido ao espaço ocupado pelas novas mídias.

Antes disso, segundo Mattos (2010), a televisão já havia passado pela fase da convergência e qualidade digital, entre 2000 e 2010. Foi quando a tecnologia começou a apontar para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação com a internet e outras tecnologias da informação. Nesse momento, os brasileiros presenciaram mudanças que permitiram assistir TV em novos e variados aparelhos e a ter contato direto com os produtores de conteúdo televisivo, devido ao surgimento das mídias digitais e das possibilidades proporcionadas pela internet, como a conexão e mobilidade.

Foram esses avanços tecnológicos que propiciaram as condições favoráveis para que durante a Pandemia da Covid-19, por exemplo, decretada em 2020, as emissoras de televisão não parassem de produzir conteúdo. Com a ajuda dos telespectadores, enviando fotos e vídeos, foi possível construir reportagens e programas inteiros, potencializando o processo de participação mais efetiva do telespectador. O que consolidou a tendência de descentralização da produção do conteúdo televisivo, permitindo o uso de “imagens que não foram captadas por profissionais de emissora de TV, mas repassadas para a redação, por meio de redes sociais e aplicativos de

mensagens institucionais e particulares, de repórteres e produtores. (CERQUEIRA; GOMES, 2020, p. 180).

Para Shirky (2011) a cultura da participação sempre existiu, mesmo antes do século XX. “Uma fatia expressiva da cultura era participativa – encontros locais, eventos e performances – porque de onde mais poderia vir a cultura?” (SHIRKY, 2011, p. 23). O antigo modelo agora está com roupagem tecnológica. “O simples ato de criar algo com outras pessoas e compartilhá-lo com elas representa, no mínimo, um eco daquele antigo modelo de cultura”(SHIRKY, 2011, p. 23). No telejornalismo em geral, a participação era inicialmente de forma discreta por meio de cartas, telefonemas e outros meios com características analógicas. Ao longo dos tempos, os processos de participação foram mudando e se intensificando, de acordo com as possibilidades tecnológicas digitais.

Ainda de acordo com Shirky (2011, p. 23), no século XX, houve uma atomização da vida social que “deixou-nos tão afastados da cultura participativa que, agora que ela voltou a existir, precisamos da expressão “cultura participativa” para descrevê-la”. O que mudou foi a forma de produção e recepção de conteúdos televisivos, colocando a participação como uma moeda de troca entre as instancias de produção e recepção.

No Rio Grande do Norte, de acordo com Kneipp e Sales Júnior (2020), a televisão vivencia atualmente a fase da convergência, da qualidade digital e da interação. Um momento da trajetória da TV potiguar em que as emissoras de televisão passaram a utilizar as novas tecnologias de forma mais intensiva para produzir conteúdo e proporcionar uma maior interatividade e participação do público. “Verificou-se que era algo que já vinha sendo feito em anos anteriores, mas que foi reforçado com a melhoria na qualidade dos aparelhos, das imagens, das transmissões e da consolidação da televisão digital no estado (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2020, p. 305).

Por tanto, nessa fase os telespectadores potiguares assumiram papel relevante na produção do conteúdo, com o envio de vídeos, fotos, informações e opiniões sobre o que está sendo veiculado. A cultura da participação também se torna fator de sobrevivência para as emissoras de televisão num mundo cada vez mais conectado por tecnologias da comunicação convergentes. “A convergência entre as mídias e a participação ativa do público comprovam o papel exercido pelas novas tecnologias, que permitiram a mobilidade e portabilidade dos aparelhos, além da interação entre os produtores de conteúdo e seus telespectadores” (KNEIPP; SALES JÚNIOR, 2020, p. 307).

Com o objetivo de compreender melhor como ocorre essa interação dos produtores de televisão com os telespectadores, este estudo buscou identificar e analisar essa prática social nos telejornais da hora do almoço na televisão do Rio Grande do Norte. Para isso, foi realizado um Estudo de Caso (YIN, 2015), onde foram analisados o RN1, da Inter TV (TV Globo); o Patrulha da Cidade, da TV Ponta Negra (SBT); e o Balanço Geral, da TV Tropical (Record TV). Também foram realizadas pesquisa bibliográfica sobre o tema e análises dos sites oficiais, redes sociais e vídeos das emissoras pesquisadas.

Além de serem os programas jornalísticos mais assistidos nessa faixa horária, segundo as pesquisas de audiência realizadas semestralmente pelas emissoras, essas produções são as que mais tem investido na participação do público. Esta pesquisa também se justifica pela necessidade de compreender melhor como essa prática de interação com o público reforça o papel das pessoas na promoção da cidadania, no fortalecimento da democracia e no combate a desinformação. Esta pesquisa buscou contribuir para o desenvolvimento do conhecimento científico sobre essa temática, que ainda carece de estudos mais aprofundados, especialmente os trabalhos focados na comunicação midiática local/regional nordestina.

Outro fator importante no cenário televisivo potiguar é que, desde os anos 2000, as emissoras regionais (e consequentemente o telejornalismo) vêm perdendo audiência para as novas formas de audiovisual disponíveis na internet, no cabo e no streaming. Por isso, o uso da nomenclatura “em busca do elo perdido” (grifo dos autores) para ilustrar a relação de busca entre a produção com a recepção e a necessidade de se estabelecer uma colaboração. Sendo a cultura participativa mais uma estratégia de aproximação com o telespectador. “Participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento” (SHIRKY, 2011; p. 25).

OS PRIMÓRDIOS DO TELEJORNALISMO POTIGUAR

Antes de entrar propriamente na questão da participação no telejornalismo potiguar, alguns apontamentos históricos se fazem necessário para compreender o contexto no qual se desenvolveram as práticas sociais específicas da região. O telejornalismo começa a ser produzido localmente no Rio Grande do Norte em 1973, quando a TV Universitária dá início à produção e transmissão de reportagens e jornais (SOUZA;

KNEIPP, 2017). Por ser a primeira emissora de televisão do estado, o canal foi responsável pelos primeiros telejornais e produções jornalísticas feitas especificamente para a TV e para a população potiguar. Durante 15 anos, a TVU foi a única televisão com programação local (PEDROZA, 2017).

Por ser uma emissora educativa, nos primeiros anos, o noticiário tinha como foco as notícias voltadas para a prestação de serviço e para a promoção da cidadania e cultura potiguar. Nesse início de televisão no Rio Grande do Norte, o telejornalismo era produzido por uma pequena equipe de profissionais e a estrutura era limitada. “Sem câmeras para gravar nas ruas de Natal, as reportagens eram produzidas em slides, apenas eventos importantes da UFRN eram registrados em filme. No final da década de 70, os repórteres já podiam gravar suas reportagens na rua” (SOUZA; KNEIPP, 2017, p. 5).

Apenas em 1987 é que surgiram as primeiras emissoras comerciais do estado. Primeiro foi a TV Ponta Negra, afiliada ao SBT. Seguida da TV Cabugi, filiada à TV Globo. E logo após a TV Tropical, inicialmente filiada à TV Manchete e posteriormente à Record TV. Todas elas foram inauguradas no mesmo ano (SALES JÚNIOR, 2020).

Para dar início a programação da TV Ponta Negra, o fundador do canal, Carlos Alberto de Sousa, quis utilizar formatos já existentes em programas de rádio (BEZERRA, 2017). Nesse contexto, surgem as primeiras produções jornalísticas das emissoras comerciais de TV do estado.

Carlos Alberto tinha a ideia de colocar vídeo nos programas de rádio que já faziam sucesso. Patrulha Policial (Patrulha da Cidade era o programa de maior audiência na Rádio Cabugi), o Povo na TV (que fazia sucesso em SP) e um embrião de jornalismo no SBT, o Noticentro, que tinha o formato dos noticiários de rádio trazerem os fatos do dia. Além destes, havia Jornal da Cidade, e claro, marca importante na história da emissora, os programas de auditório e que privilegiavam os artistas da terra. (BEZERRA, 2016, p. 164-165)

Um programa de grande apelo e repercussão nos primeiros anos da emissora foi a versão potiguar de O Povo na TV, que era apresentado pelo jornalista Paulo Tarcísio Cavalcanti. Em entrevista a Sayonara, Rocha e Brandão (2008), o apresentador explica que “o programa era aberto pro povo. Nós tínhamos uma parte com notícias, uma parte com entrevistas. E uma parte o povo reclamando. O povo fazendo pedido” (CAVALCANTI, 2008 apud SAYONARA; ROCHA; BRANDÃO, 2008).

Em sua trajetória, a TV Ponta Negra sempre se caracterizou pelos programas populares, seguindo a linha editorial do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), ao qual

está afiliado. Na década de 1990, o canal se destacou por focar nas classes C, D e E e com programação local que tinha atrações como Aqui Agora e Patrulha Policial.

Ainda em 1987, o Rio Grande do Norte viu surgir mais uma emissora comercial. Foi a TV Cabugi, afiliada da TV Globo. Para manter o padrão de qualidade do jornalismo, a rede de televisão carioca enviou profissionais experientes para que as equipes potiguares fossem treinadas (JÚNIOR, 2014). Os primeiros programas produzidos foram o Bom Dia RN e o RNTV, que na época contava com primeira, segunda e terceira edições.

Desde o início, a TV Cabugi buscou cobrir ao máximo os acontecimentos do estado, enviando equipes de reportagem para os principais municípios, sempre que necessário. No início dos anos de 1990, o canal passou a contar com uma sucursal em Mossoró, segunda maior cidade potiguar. A cobertura do interior passou, então, a ser um diferencial da emissora em relação às demais.

Nas imagens da TV Cabugi, a realidade potiguar era apresentada em detalhes, como não havia sido vista até aquele momento. A seca no interior fazia parte dela no final da década de 1980. O sofrimento do povo sem água também. Gente tendo que andar léguas e mais léguas para ter o que beber e alimentar o rebanho. Isso quando tinha onde conseguir. Em João Câmara, no Agreste Potiguar, as dificuldades enfrentadas pela população do município foram tema de reportagem. Uma das primeiras da emissora (JÚNIOR, 2014, p. 22).

Apesar de não focar nas classes sociais mais populares, assim como a TV Ponta Negra, o jornalismo da TV Cabugi sempre investiu em temas de interesse das comunidades. O RNTV e o Cabugi Comunidade são exemplos disso, afinal tinham como principal característica a cobrança das autoridades em relação aos problemas da população. Uma linha editorial que foi sendo reformulada e reforçada ao longo dos anos.

A partir dos anos 2000, esse formato ganhou ainda mais destaque pela forma incisiva com que os problemas eram apresentados. No início de 2010, essa característica foi reforçada com a adoção de novos quadros e maneiras diferentes de abordar o que estava causando transtornos à população. (JÚNIOR, 2014, p. 40)

Na TV Tropical, o primeiro jornal a ir ao ar foi o RN em Manchete, apresentado por Elizabeth Venturini (TV TROPICAL 25 ANOS, 2012). Assim como nas demais afiliadas da rede, a atração seguia o formato tradicional de telejornal, com reportagens e entrevistas. Era produzido por uma equipe pequena, composta por cerca de 20 repórteres,

editores e cinegrafistas. “Para apresentar o RN em Manchete, ela tinha que decorar o texto. A equipe preparava as cabeças das reportagens, não muito compridas, para que Elizabeth pudesse decorar sem dificuldade” (TV TROPICAL 25 ANOS, 2012, p. 12).

Um programa que ganhou destaque nos primeiros anos da TV Tropical foi o Grande Ponto, exibido em horário nobre, todas as quintas-feiras, às 22h. A primeira edição foi ao ar em 1989. A cada semana recebia um convidado, que era sabatinado pelo apresentador e por dois jornalistas convidados (TV TROPICAL 25 ANOS, 2012).

Em 1997, com a falência da TV Manchete, passou a integrar o grupo de afiliadas da Record TV. O que trouxe mudanças na linha editorial do canal.

A partir desse momento, o canal passa a investir na programação e linha editorial da nova rede a qual está ligado. Programas mais populares, voltados para a comunidade e para a cobertura policial, passam a ser produzidos como o Caso de Polícia, Balanço Geral e Cidade Alerta, além dos jornalísticos como o Jornal da Tropical, Tropical Notícia, Encontro com a Notícia e RN no Ar. (SALES JÚNIOR, 2020, p. 40)

Por tanto, o Rio Grande do Norte viu surgir as primeiras produções de telejornalismo no início da década de 1970 com a implantação do primeiro canal de TV do estado, ganhou novas características com a chegada das emissoras comerciais no final da década de 1980 e consolidou formatos e linhas editoriais ao longo dos anos de 1990 e início da década de 2000. Alguns dos programas produzidos nos primórdios da televisão potiguar continuam no ar, outros foram reformulados e ganharam novas versões e nomes.

A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO NO TELEJORNALISMO

Apesar de não ser uma novidade no telejornalismo, a cultura da participação tem passado por diferentes estágios. Do analógico ao digital, ou seja, de um único enfoque – o consumo para três enfoques diferentes na contemporaneidade, “as pessoas que gostam de consumir, mas também gostam de produzir e compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até há pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas” (SHIRKY, 2011, p. 25). O que cristalizaa ideia de que o consumo não será mais a única maneira de nos relacionarmos com a mídia, que a lógica de um para muitos está sendo atualizada/substituída, colocando a possibilidade de muitos participarem do processo de produção e de compartilhamento, a partir de suas próprias

leituras, convicções e seleção. Shirky (2011) identifica uma mudança na lógica da antiga televisão em relação a mídia digital (uma lógica contemporânea), que:

tratava os espectadores como pouco mais que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite que Pessoas Antes Conhecidas Como Espectadoras agreguem valor umas às outras, todos os dias (SHIRKY, 2011; p.41)

É possível fazer algumas reflexões sobre a cidadania nos meios de comunicação, especificamente na televisão, como a pesquisa de Moraes (2012), a partir do princípio de que a participação do telespectador no conteúdo do telejornal deve configurar-se como um direito e, portanto, na garantia de cidadania antecipam algumas questões relativas a cultura da participação. A pesquisadora revela como os jornalistas podem interferir na prática social da cidadania a partir dos critérios de noticiabilidade que moldam a rotina desses profissionais no processo de produção da notícia veiculada no telejornalismo e associa a interação ao processo de cidadania, desde registros dos primórdios.

Foi nas civilizações greco-romanas que surgiram as primeiras ideias de cidadania, participação popular, discussão sobre a coletividade, soberania e liberdade. Entre as mais tradicionais e citadas pelos pesquisadores da comunicação está a ideia do cidadão enquanto integrante de uma comunidade. Na Grécia as cidades-estados eram os melhores exemplos de uma organização comunitária. A cidadania associava-se à participação política na *polis* (cidade) (MORAES, 2012; p. 65).

A pesquisa de Moraes (2012) corrobora com a premissa de que a participação sempre esteve presente no telejornalismo, mesmo que de formas diferentes. Em 2013, Siqueira investigou o envolvimento do telespectador na produção jornalística por meio de mídias digitais (celulares, câmeras fotográficas, filmadoras, *tablets*). Cidadãos comuns atuam como coprodutores, nos telejornais. A pesquisa da autora teve como objetivo analisar os critérios de noticiabilidade empregados pelos jornalistas.

Durante a análise identificamos o surgimento de um valor-notícia específico: o *flagrante único de coprodução*, ligado aos *efeitos de participação do real representado*. Não é o real em si, porque é reconstruído a partir de imagens. E é um *efeito de participação*, pois no telejornalismo há um trabalho de mediação desempenhado pelos jornalistas, que escolhem o que será ou não exibido (Siqueira, 2013; p. 6).

A autora esclarece que a interação existe, porém é limitada no telejornalismo, caracterizando a participação no telejornalismo como “mais um efeito de participação do que uma “participação”, propriamente dita, em função do papel de mediação jornalística (SIQUEIRA, 2013, p. 57). Para ela, as mudanças tecnológicas, propiciadas pela transição do sistema analógico para o digital, alterou as rotinas produtivas, implementou a convergência e, com isso, aumentou a “participação” dos coprodutores e permitiu novas formas de participação.

Costa (2015) investigou como os avanços trazidos pela internet, provocam mudanças no conteúdo do telejornalismo, quando quedas na audiência determinam a procura por opções para oferecer informação mais ágil e com alternativas que permitam contato com telespectadores, por meio da participação, sendo que para a autora:

a participação do telespectador é mais uma estratégia para garantir o acesso à imagem, ao valor-notícia do jornalismo apresentado na TV, e uma forma de fidelizar a audiência. O conteúdo do telejornal, principalmente o que permite a participação do público, pode proporcionar ao telespectador o sentimento de pertencimento (COSTA, 2015; p. 40).

Dessa forma, a autora caracteriza a participação do telespectador, por meio do conteúdo colaborativo enviado para a produção dos telejornais, como uma ferramenta estratégica para manter a preferência e audiência da televisão. Apontando que esse espaço pode ter o potencial para abrir portas para uma participação cidadã, de forma que os receptores participem da construção da informação. A pesquisa revelou que o conteúdo colaborativo permite o compartilhamento de informações, mas que efetivamente ainda não há abertura para a participação cidadã, devido ao controle do conteúdo a ser exibido na televisão permanecer com os produtores dos telejornais. Considerando também a ausência de uma preocupação em discutir a cidadania, mas sim intenções mais mercadológicas do que incentivadoras de práticas cidadãs (COSTA, 2015).

A pesquisa de Dihl (2020) investigou a participação do público em cinco telejornais regionais veiculados por emissoras ligadas à Rede Globo em diferentes regiões brasileiras. O estudo identificou seis tipos de participação, conforme o Quadro 1, que são diferenciados de acordo com o efeito e a mudança que provocam nos programas.

Quadro 1 – Tipologias de participação no telejornalismo

Tipos		Definições
1	Participação que muda o rumo da conversa	O telespectador envia uma mensagem, em texto, que é lida ao vivo e esta mensagem direciona a fala de quem está respondendo.
2	Participação que guia o repórter	Ocorre quando alguém envia uma mensagem sobre um problema e a equipe do telejornal decide mandar um repórter ao local para conferir de perto a situação.
3	Participação que complementa e/ou gera apuração	Aquelas mensagens que informam sobre determinado problema, mas são levadas ao ar junto com uma apuração feita pela equipe do programa.
4	Participação que poderia gerar apuração	O público envia reclamações sobre problemas da cidade, mas o telejornal não cumpre o papel de confirmar a veracidade e buscar o contraponto dos órgãos responsáveis.
5	Participação-opinião/reclamação	São manifestações pessoais sobre assuntos já tratados pelo telejornal, mas que o telespectador gostaria de ver veiculado na tela.
6	Participação-engajamento	As mensagens são, em grande parte das vezes, fotos do arquivo pessoal dos telespectadores ou textos que informam que a pessoa está assistindo ao programa.

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa de Dhil (2020)

A pesquisadora submeteu os telejornais a duas categorizações, que permitiram identificar quais formatos e conteúdos proporcionam maior envio de mensagens e possibilitam a formação de uma lista com seis tipos de participação. A pesquisa considerou que mesmo diante desse leque de possibilidades de participação, o público tem voz e interfere nos programas, embora parte desta comunicação seja simulada. A partir dessas reflexões relacionadas à cultura da participação no telejornalismo, seguimos no próximo tópico com uma análise da participação em três telejornais do Rio Grande do Norte.

O TELESPECTADOR NOS TELEJORNAIS DA HORA DO ALMOÇO

Na hora do almoço, três programas jornalísticos disputam a audiência da televisão aberta no Rio Grande do Norte. São os mais assistidos dessa faixa horária da programação, de acordo com as pesquisas de audiência realizadas semestralmente pelas emissoras. O RN1, da Inter TV (TV Globo), é veiculado de segunda a sábado, das 11h45 às 13h. O Patrulha da Cidade, da TV Ponta Negra (SBT), é apresentado de segunda à sexta, das 12h às 13h40. E o Balanço Geral, da TV Tropical (Record TV), vai ao ar de segunda à sábado, das 11h50 às 13h40. Ambas as produções possuem um perfil editorial

voltado para as notícias policiais e comunitárias. Por essas características, este estudo selecionou os três telejornais para serem analisados.

Atualmente, todas as emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, transmitidas em sinal aberto, possuem um número por onde os telespectadores podem enviar mensagens, por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp. Durante os programas, os apresentadores vão convidando as pessoas para participar, seja enviando fotos e vídeos com informações, respondendo enquetes ou mesmo emitindo opiniões sobre as notícias que estão sendo apresentadas naquela edição.

No RN1, da Inter TV, existe uma co-apresentadora, responsável por receber, selecionar e apresentar o que é enviado pelos telespectadores. Ao longo do telejornal, entre uma notícia e outra, o apresentador vai interagindo com ela. Nesse momento, além de trazer mais informações, eles reforçam o número por onde as pessoas podem enviar mensagens, como observamos na Imagem 1. Por tanto, esse é um momento de reforçar o espaço e incentivar a participação das pessoas, pedindo mais contribuições de conteúdo. O que ocorre com frequência durante o jornal, em todos os blocos.

Imagem 1 – RN1 da Inter TV



Reprodução / Inter TV

O material recebido, como fotos e vídeos feitos com celular, serve também para ilustrar reportagens que são apresentadas no programa ou que estão sendo produzidas e que serão veiculadas em outros telejornais da emissora. O que reforça como a contribuição do público tem se tornado importante para a construção da notícia e para ampliar a cobertura jornalística e a diversificação de temas discutidos durante os programas das emissoras. “Em um estado com 167 municípios, a maioria longe da capital, é praticamente impossível estar em todos os lugares, cobrindo todos os acontecimentos. É aí que entra a valiosa participação dos telespectadores” (JÚNIOR, 2014, p. 57-58).

Outro fator importante nessa relação entre o telejornal e a audiência é a economia que esse material enviado pelo telespectador pode proporcionar para a emissora. Algumas características desse material são: quanto a checagem e apuração das informações, que precisa ser rigorosa antes da veiculação; e quanto a qualidade que destoa do restante da produção das imagens que é realizada por profissionais.

A relação de cooperação entre o telespectador e o telejornal dialoga com a proposta de Shirky (2011), que define a mídia como o tecido conjuntivo da sociedade, em termos de circulação de informação, em escala de mão dupla pública e pessoal.

Todas essas coisas costumavam ser divididas em mídia pública (como comunicação visual e impressa feita por um pequeno grupo de profissionais) e mídia pessoal (como cartas, telefonemas, feitos por cidadãos comuns). Atualmente, essas duas formas estão fundidas (Shirky, 2011, p. 52-53).

No Patrulha da Cidade, da TV Ponta Negra, o contato direto com os telespectadores também serve para mandar um “Alô” para quem interage com os apresentadores, como observamos na Imagem 2. Ao longo do programa, os apresentadores vão lendo as mensagens selecionadas pela produção. Isso ocorre em vários momentos como forma de agradecer a participação do público e criar uma identificação maior com as pessoas que estão assistindo o jornalístico, mas também para marcar a audiência do dia. Muitas vezes é citada a quantidade de mensagens recebidas ou de pessoas que estão conectadas pelas redes sociais da emissora. Uma forma de qualificar o programa como uma relevante fonte de informação no horário.

Imagem 2 – Patrulha da Cidade da TV Ponta Negra

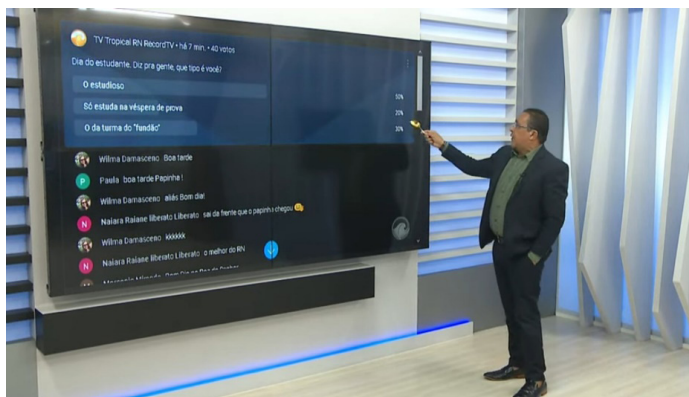


Reprodução / TV Ponta Negra

A colaboração do público do Patrulha da Cidade também contribui para a construção das notícias de última hora, que são aqueles acontecimentos que ainda estão em andamento durante a edição do programa. É comum as pessoas enviarem imagens direto dos locais de acidentes ou onde ocorrem fatos de interesse público, como trânsito congestionado e problemas das comunidades que necessitam de solução. A participação dos telespectadores permite que as atualizações sejam feitas, ao mesmo tempo em que as informações estão sendo apuradas e veiculadas pela televisão. De acordo com Shirky (2011, p. 58), esse modelo de participação para a produção de mídia no passado não era permitido “porque o custo e o risco inerentes significavam que profissionais eram necessários para cada passo. Agora eles não são”.

No Balanço Geral da TV Tropical, além da interação pelo aplicativo de mensagens WhatsApp, os telespectadores também são convidados a interagir pelos perfis da emissora nas redes sociais. Durante o programa, são realizadas enquetes que devem ser respondidas pelo Facebook. Os resultados parciais e os comentários dos participantes vão sendo apresentados entre uma notícia e outra, como é possível observar na Imagem 3. Os temas escolhidos variam e vão da principal notícia do dia até os assuntos mais amenos como datas comemorativas e temáticas ligadas ao comportamento.

Imagem 3 – Balanço Geral da TV Tropical



Reprodução / TV Tropical

Também é comum que dessas interações ao vivo surjam sugestões de pautas de reportagens ou entrevistas para os telejornais da emissora. Durante as participações, os telespectadores pedem que determinados assuntos de interesse das comunidades sejam abordados. Essa prática revela o poder que o público tem na contemporaneidade,

ao manter contato direto com os produtores de notícias e pautar o que será veiculado pelos canais de televisão. Afinal, o telejornalismo vive uma fase de descentralização produtiva, onde tanto a emissora quanto o telespectador podem produzir e compartilhar conteúdo.

Tanto no Balanço Geral quanto no Patrulha da Cidade, durante os intervalos comerciais, os apresentadores mantêm contato, sem interrupções, com os telespectadores que estão conectados pelo Facebook ou pelo YouTube. É mais um momento de descontração, onde as pessoas emitem opiniões sobre o que está sendo noticiado e os jornalistas podem responder aos questionamentos que são feitos a eles. Esse tipo de interação tem se mostrado como uma estratégia transmídia, utilizada pela maioria das emissoras, para se aproximar dos telespectadores que assistem aos programas e marcar presença na internet, especialmente nas redes sociais mais populares.

Por tanto, a interação com os telespectadores, por meio das mídias digitais e redes sociais, tem se mostrado uma prática social frequente e recorrente, utilizada por todas as emissoras de televisão do Rio Grande do Norte. Na hora do almoço, além de contribuir para uma aproximação maior com o público, tem servido para a construção das notícias e chamar a atenção das pessoas para o conteúdo que está sendo veiculado, em um dos horários mais concorridos da televisão local/regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os avanços tecnológicos vivenciados pela televisão nas últimas décadas proporcionaram as condições necessárias para que hoje os telespectadores pudessem não apenas assistir TV com maior qualidade de imagem e som, agilidade no acesso à programação e mobilidade no uso dos aparelhos receptores do sinal, mas também participar do processo de construção do conteúdo midiático. Isso começou a ser observado no início dos anos 2000 e tem se intensificado nos últimos anos, principalmente a partir do surgimento e desenvolvimento das mídias digitais.

No caso da televisão, e consequentemente do telejornalismo, a mudança do analógico para o digital potencializou a participação, dando origem ao que Shirky (2011, p. 61) denominou de “choque de inclusão” (grifo nosso). “Novas ferramentas só são usadas quando ajudam as pessoas a fazer coisas que queriam fazer, o que está motivando pessoas antes conhecidas como espectadoras a começar a participar?”. Essa inclusão caracteriza a cultura da participação como uma nova ordem mundial. “A cultura não é

apenas um aglomerado de comportamentos individuais; é um conjunto de normas e comportamentos aceitos coletivamente num grupo” (SHIRKY, 2011, p. 122)

No Rio Grande do Norte, o telejornalismo local passou por transformações importantes ao longo de sua trajetória, que ajudam a configurá-la e desenvolvê-la. Nos primórdios, a produção de reportagens e jornais era realizada em situações precárias e contava com a criatividade e esforço dos profissionais envolvidos no processo de construção das notícias. Nessa fase inicial, as emissoras ainda não contavam com a estrutura que possuem na atualidade. Por isso, o amadorismo e a improvisação eram características presentes nos programas e telejornais produzidos nesse período.

Com a consolidação da TV Digital no Brasil e a convergência dela com outras mídias, ligadas à internet, a televisão potiguar passou a utilizar com maior intensidade os recursos disponíveis e passou a contar ainda mais com a participação dos telespectadores. A interação com o público contribuiu para a descentralização do poder de construção das notícias e representou questão de sobrevivência na briga pela audiência, buscando manter a TV como um veículo ativo, relevante e ágil.

Na hora do almoço, considerado o horário nobre da televisão local, as produções jornalísticas têm cada vez mais incentivado a participação dos telespectadores. Além de contribuírem com a construção da informação, com o envio de vídeos e fotos, as pessoas podem emitir opinião sobre o que está sendo veiculado e também sugerir novos temas e discussões que consideram importantes e, por isso, que merecem destaque na TV.

Por tanto, manter contato direto com o público tem sido uma estratégia adotada por todas as emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, como forma de criar uma identificação maior dos telespectadores com o conteúdo que está sendo mostrado e, assim, estabelecer um elo, que estava se perdendo, entre a instância da produção (telejornal) com a da recepção (telespectador), por causa da queda da audiência, causada pelas novas formas de disponibilização de informações na contemporaneidade. Também se torna uma forma de marcar presença na internet e nas novas mídias digitais, que cada vez mais tem se desenvolvido, feito parte do cotidiano das pessoas e convergido com os veículos tradicionais de comunicação.

REFERÊNCIAS

- BEZERRA, Cristina D'Oliveira Vidal. **A primeira emissora comercial do Rio Grande do Norte: uma história da TV Ponta Negra**. In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica*. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.
- CERQUEIRA, Laerte; GOMES, Elane. **Telejornalismo remoto: O que pode se incorporar à rotina das redações e dos profissionais pós-pandemia?**. In: EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska. *A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia*. – 1. ed. – Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.
- COSTA, Ana Manuela Arantes. **Telejornalismo e Cidadania: O conteúdo colaborativo e a participação do telespectador na dinâmica do Jornal Nacional e JA 2ª Edição**. Dissertação de Mestrado: PPGCOM – Universidade Federal de Goiás, 2015.
- DIHL, Bibiana Meneghini. **A participação do público no telejornalismo: uma análise de programas regionais no Brasil**. Dissertação de mestrado PPGCOM - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2020.
- JÚNIOR, Francisco. **RNTV: a notícia no ar**. Natal, RN: Francisco Júnior, 2014.
- KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. **O desenvolvimento da Televisão Brasileira: as fases de desenvolvimento da TV no Rio Grande do Norte**. In: GOBBI, Maria Cristina; RENÓ, Denis Porto (Orgs). **Reflexões sobre o Pensamento Comunicacional Latino-americano**. 1ª edição – Aveiro: Ria Editorial, 2020. Disponível em: <http://www.riaeditorial.com/index.php/reflexoes-sobre-o-pensamento-comunicacional-latino-americano/>. Acesso em: 22 ago. 2022.
- MORAES, Adriana Teixeira de **Participação popular e os valores-notícia no Telejornalismo: interação e Cidadania**. Dissertação de Mestrado; Universidade Federal de Goiás; 2012.
- MATTOS, Sérgio. **A história da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 5. Ed. rev. e ampl. 2010.
- PEDROZA, Ciro José Peixoto. **Ver + Aprender + Fazer / Canal 5: Anotações para uma história da primeira televisão do Rio Grande do Norte**. In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica*. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.
- SALES JÚNIOR, Francisco das C. **A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia), Natal, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28727> . Acesso em: 22 ago. 2022.
- SAYONARA, Celly. ROCHA, Jeferson. BRANDÃO, Marcos. **TV Ponta Negra: O início da TV comercial no RN**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=e-ldWluGPxo> . Acesso em: 22 ago. 2022.
- SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **O efeito de participação do real representado e o surgimento de um novo valor-notícia: o flagrante único de coprodução no telejornalismo**. Tese de doutorado, PPGCOM -UFPE; 2013.
- SHIRKY, Clay. **Cultura da Participação** – criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SOUZA, Arildo Gabriel de Lima; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. **A invenção da televisão potiguar: uma trajetória da TVU-RN**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 19, 2017, Fortaleza, CE. [Anais eletrônicos]. Fortaleza, CE, 2017. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0584-1.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2022.
- TV TROPICAL 25 ANOS: Edição comemorativa, 2012, Rio Grande do Norte.
- YIN, Robert. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. (5Ed.). Porto Alegre: Bookman, 2015.

PERFIL DOS AUTORES

Francisco das Chagas Sales Júnior

Jornalista e doutorando pelo Programa Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre também pelo PPgEM da UFRN. Bacharel graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela UFRN. Integra os grupos de pesquisa Genem (Grupo de Estudos da Nova Ecologia dos Meios) e Gemini (Grupo de Estudos de Mídia – Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos). Atua na televisão aberta do Rio Grande do Norte desde 2007 e atualmente trabalha na TV Assembleia RN. Ganhador de prêmios de jornalismo em níveis estadual, regional e nacional. Autor do livro “RNTV: a notícia no ar” (2014).

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Jornalista e pós-doutora em Comunicação pela Unesp Bauru (2020). Atualmente é professora Associada 3 de graduação e pós-graduação da UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (início 2009). Integra os grupos de pesquisa Genem – Grupo de Estudos da Nova Ecologia dos Meios, Jornalismo Popular e Alternativo (ALTERJOR) e Gemini. Organizadora do livro *Trajetória da TV no Rio Grande do Norte: a fase analógica* (2017) e autora do ebook *transmídia: Voz e vez da redação: memórias da trajetória de formação do telejornalista brasileiro*. Diretora de Comunicação da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (2019-2023) e Membro da Comissão de Assessoramento da Socicom (2020-2022).

Parte II

CIDADANIA INFO-COMUNICATIVA
COMO MECANISMO
TRANSFORMADOR DA SOCIEDADE

LOS TEMAS DE GÉNERO EN LA AGENDA MEDIÁTICA: CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA PARA LA CIUDADANÍA COMUNICATIVA

Ana Soledad Gil

INTRODUCCIÓN

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación de mayor envergadura que se inscribe en el cruce entre los estudios de comunicación y la perspectiva de género/feminista. El interés central radica en los sentidos y discursos contruidos y expresados por los medios de comunicación en Argentina, desde una mirada de derechos y de género, considerando como punto de quiebre la pandemia por Covid-19 desatada a principios del año 2020. En este sentido, las preguntas que nos guían tienen que ver con precisar cambios y/o retrocesos en el tratamiento mediático de temas de género considerando el impacto de la pandemia y las disposiciones sanitarias desplegadas por los gobiernos.

Teniendo en cuenta que en Argentina, desde hace varios años, se venían propiciando transformaciones positivas en relación a los abordajes y tratamientos de temas de género en los medios, proceso de larga data en el que se destacan acciones de distinto tipo - debate y sanciones de leyes nacionales, participación e incidencia de periodistas con mirada de género/feminista nucleadas en redes especializadas, políticas públicas, participación/capacitación/fortalecimiento de las audiencias, fuertes activismos en las calles con Ni Una Menos y la Marea Verde, etc. - surge esta inquietud investigativa y la necesidad de dar cuenta de los efectos de la emergencia sanitaria en relación a ello. Es decir, resulta fundamental conocer, para una comunicación plural, diversa, democrática y que aporte en la tarea de superar desigualdades históricas y estructurales de género, el estado de situación de la problemática descripta.

Entendemos que si bien es profusa la investigación respecto del tratamiento realizado por los medios y por el periodismo sobre la pandemia en sí misma, existe una vacancia en relación a pensar qué fue lo que sucedió con los temas de la agenda de género en la agenda mediática, particularmente con tópicos como violencias y tareas de cuidado dado que se impusieron con fuerza en ese contexto crítico.

Dicho esto, el objetivo que persigue este escrito es exponer obstáculos y retrocesos en los abordajes, discursos y sentidos mediáticos/periodísticos desde una perspectiva de género/feminista tras el impacto de la pandemia por Covid-19. Esto, porque consideramos que en el campo simbólico y mediático se juega parte de nuestra ciudadanía y el ejercicio de nuestros derechos, más aún si se trata de mujeres y diversidades.

DERECHO A LA COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS DE ACCIÓN

La relación entre los medios, las mujeres, las diversidades y los sentidos contruidos, tiene larga historia y distintas perspectivas. Desde los estudios de género, la cuestión de los derechos y la ciudadanía jugada en los ámbitos mediáticos y periodísticos ha sido considerada importante dado el rol que tienen en el establecimiento de un sentido común compartido, en las valorizaciones del mundo, en las orientaciones interpretativas que proponen – y no otras – frente a determinados temas y problemas sociales, entre ellos, los referidos a mujeres y personas feminizadas. Desde distintos ámbitos – activismos, academia, política – se ha abordado y se aborda esta relación considerando para cada caso, distintas estrategia. Los movimientos de mujeres/feministas han afrontado este campo logrando ciertas incidencias y transformaciones: estableciendo una agenda de temas urgentes, produciendo alianzas con periodistas sensibilizadas con las problemáticas de género, aperturando espacios en medios de comunicación contrahegemónicos y hegemónicos, trabajando en la conquistas de leyes y marcos normativos y reclamando políticas públicas que apunten al fortalecimiento de las audiencias y al ejercicio de una ciudadanía comunicativa. Como sostiene María Soledad Segura, “los medios de comunicación prestan un servicio público esencial porque son el principal vehículo para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas y fundamentales para la construcción del espacio público ya que promueven conversaciones y debates, permiten conocer otras realidades, educan”

(2020, p. 56) y en contextos de crisis y en temas relacionados con la salud ese rol se intensifica aún más.

En Argentina, al hablar de derechos y de ciudadanía comunicativa tenemos que remitir a la ley 26.522 de “*Servicios de Comunicación Audiovisual*” (LSCA), sancionada en el año 2009 ya que presenta disposiciones contra todo tipo de discriminación, particularmente en referencia al género. Principalmente el artículo 3, inciso “m” establece para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones que uno de sus objetivos deberá ser “promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual”. Estos avances fueron logros de redes de periodistas como PAR – Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista – en alianza con los movimientos de mujeres/feministas interesadas en los medios y sus influencias en los sentidos sociales (Gil, 2016). Se relaciona con esta norma lo que establece la ley nacional 26485¹⁰³ de violencias contra las mujeres, también sancionada en el año 2009, dado que en ella son contempladas las violencias simbólicas y mediáticas. La incorporación y la visibilización de estas violencias en un marco legal, significó un gran avance en materia de derechos para las mujeres en tanto se problematiza el sexismo en los medios de comunicación y se avanza en el derecho humano a una comunicación libre de discriminaciones y desigualdades.

En el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se creó la Defensoría del Público como organismo encargado de ejecutar las políticas necesarias para que estas normativas se cumplan y para ir generando las transformaciones necesarias en los medios, en la sociedad civil – audiencias – y en el propio Estado.

103 En el año 2009 se sanciona la Ley Nacional 26.485 de “Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales”- posteriormente modificada en el año 2019-. A la violencia simbólica la define como: “la que, a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” y a la mediática como: “aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”. Con sus modificaciones se ha incorporado a la ley el acoso callejero, la violencia en el espacio público, la violencia política.

La Defensoría tiene la misión de promover, difundir y defender el derecho a la comunicación democrática de las audiencias de los medios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional. Recibe y canaliza las consultas, reclamos y denuncias del público para que sus derechos ciudadanos como receptores/as de medios sean respetados. Su función es contribuir, desde su especificidad, a la profundización de un nuevo mapa comunicacional desde el paradigma de Derechos Humanos y los valores democráticos.

Cabe destacar que en el año 2015, el Congreso de la Nación estableció el 11 de marzo como el “Día Nacional de la Lucha contra la Violencia de Género en los Medios de Comunicación”, a través de la normativa 27.176. Esta efemérides tiene como objetivos la promoción, la protección y la salvaguarda de la igualdad entre mujeres y varones, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, que evite toda discriminación por género u orientación sexual en los medios de comunicación, de conformidad con lo establecido por los artículos 3º inciso m) y 70 y 71 de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y los artículos 5º inciso 5) y 6º inciso f) de la Ley 26.485 sobre violencias contra las mujeres. El proyecto tuvo su origen en Paraná, en marzo de 2014, cuando la Defensora, Lic. Cynthia Ottaviano, y la senadora Kunath expusieron en la charla “El rol de la Defensoría del Público en la lucha contra la violencia mediática hacia las mujeres” mientras se articulaban acciones conjuntas luego de que el organismo declarara a 2014 como el “Año de lucha contra la violencia mediática hacia las mujeres”.

En sintonía, la Ley 27.635 de Equidad de Género en Servicios de Comunicación, sancionada en 2021 busca promover en los servicios de comunicación públicos y privados la igualdad real de derechos, oportunidades y trato de las personas, sin importar su identidad de género, orientación sexual o su expresión. Se aplica a todos los servicios de comunicación operados por prestadores de gestión estatal y/o prestadores de gestión privada con o sin fines de lucro. Al momento de escribir este trabajo, sabemos que los distintos movimientos y actores/as involucrados/as están presionando para su reglamentación e implementación porque todavía no sucede.

Como queda expuesto, contamos en el país con leyes de avanzada que promueven una comunicación plural y diversa; que fomentan audiencias activas para el ejercicio eficaz de la ciudadanía comunicativa. Es sabido que la brecha entre la norma y la práctica, generalmente, es colosal aunque frente a determinados acontecimientos históricos parece acortarse y se aventuran cambios y transformaciones inusitadas.

NI UNA MENOS Y MAREA VERDE: ENSANCHAMIENTOS, TRANSFORMACIONES Y CRECIMIENTO

En el período identificado desde el 2015 con Ni Una Menos¹⁰⁴ y el 2018 con un fuerte Segunda Paro Internacional Feminista y la Marea Verde en Argentina¹⁰⁵, la ampliación producida en los sentidos mediáticos y sociales por los feminismos dieron cuenta de años de activismo en este camino y se interpretó como de “acumulación y precipitación” propia de un momento histórico de grandes cambios y transformaciones, también en el campo simbólico y mediático. En otras investigaciones (Fernández Hasan, Gil, 2016; Fernández Hasan, Gil, 2019) se ha dado cuenta de los ensanchamientos discursivos provocados al calor de estos acontecimientos que impregnaron los sentidos sociales, inclusive los de algunos medios de comunicación tradicionales. Por ejemplo, el hecho de hablar de aborto en un programa de espectáculos y chimentos¹⁰⁶ entre otros temas como lenguaje inclusivo, diversidades, acoso, femicidios, etc., sentó un precedente en esta relación entre medios y mirada de género/feminista: la agenda del movimiento en la agenda de

104 Las cifras no oficiales de femicidios en Argentina aumentaban por esos años y la idea de una manifestación se iba gestando tras el femicidio de Chiara Páez. Personalidades de diferentes sectores y familiares de víctimas de violencia de género convocaron a una concentración en repudio a los femicidios en diferentes puntos del país para el 3 de junio. La convocatoria inicial bajo el lema #NiUnaMenos, originalmente nacido a través de las redes sociales por iniciativa de mujeres periodistas como reacción a la seguidilla de femicidios de aquellos meses, fue en Buenos Aires, al Congreso de la Nación pero la convocatoria tuvo fuerte repercusión nacional y en otros países de la región que salieron a las calles y denunciaron la violencia patriarcal. Como sostiene Valeria Hasan, un acción que parecía local y focalizada cobró dimensiones imprevistas y se convirtió “en un *acontecimiento* en tanto abrió un nuevo horizonte de significados (Gil, 2021).

105 El 8 de marzo de 2017 se produjo el primer Paro Internacional de Mujeres, sostenido de manera simultánea en 55 países como “respuesta a la actual violencia social, legal, política, moral y verbal experimentada por las mujeres en diversas latitudes”. Para el 2018, el Paro Internacional de Mujeres fue muy acatado en Argentina y focalizó en las demandas por la legalización y despenalización del aborto. De hecho surgió lo que conocemos como “Marea Verde” en torno a los debates relacionados con el tema, entre otros como el lenguaje inclusivo, la crítica a los binarismos, etc. Cabe decir que la interrupción voluntaria del embarazo se convirtió en ley en diciembre de 2020.

106 Referimos al debate por la legalización y despenalización del aborto en Argentina que se inició en el living de Intrusos en el Espectáculo, por América TV. Participaron muchas famosas, como Florencia Peña, Katja Alemann, Jazmín Stuart, Dolores Fonzi, Julieta Ortega, entre otras. Y además, tal como habían anticipado, las discusiones sobre el tema comenzaron a multiplicarse en la pantalla de América TV, sobre todo en diferentes emisiones de Intratables e Infama, y luego a replicarse en otros canales. El aborto entró en la televisión por la puerta trasera, es decir, por uno de los géneros más despreciados de la televisión local, un programa de chimentos pero se aprovechó para hablar de género, feminismos, dar cabida a otras voces (Borda y Spataro, 2020).

los medios como nunca antes se había visto (Fernández Hasan, 2019). En este sentido, estos acontecimientos que marcamos provocaron *sinergia* y alianzas (Gil, 2021) para nuevos espacios comunicacionales: columnas especializadas, programas específicos, la figura de editoras de género en algunos medios¹⁰⁷.

Ahora bien, en este proceso de cambios irrumpió la pandemia por Covid-19 y los medios como actores sociales y políticos no sólo asumieron un destacado papel sino que también vieron modificadas sus prácticas, rutinas, herramientas, etc.

Las medidas de aislamiento trastocaron la vida tal como la conocíamos en todos sus órdenes. Fueron los feminismos quienes comenzaron a marcar, rápidamente, consecuencias para las mujeres y personas feminizadas no advertidas por los gobiernos a cargo de esas medidas. El crecimiento exponencial de situaciones de violencias y de riesgo más la sobrecarga de tareas domésticas y de cuidado, se puso en primer lugar en los reclamos y pedidos de acciones específicas.

En relación a los medios, como sostienen Cintia Abramsonas y otras (2020), la desigualdad de género fue evidente. Se produjo una invisibilización de mujeres y diversidades junto a un retroceso en lo referido al tratamiento de temas/problemas desde una perspectiva de género/feminista. “El mundo de la pandemia construido en los medios, reproduce una cultura patriarcal que encuentra una dimensión material en dos sentidos: las marcas de autoría en las notas periodísticas y las fuentes de información consultadas” (Abramsonas y otras, 2020). Desde nuestro punto de vista, podemos analizarlo como una suerte de retorno de ciertos estereotipos de género, sexistas y discriminatorios que, en contexto de crisis, incertidumbre cotidiana, riesgo de vida para todos y todas, se presentan como “salvadores”, “dadores de seguridad”, que “brindan estabilidad”. Así los medios mostraban a los varones como la voz autorizada de la ciencia, en contraste con las mujeres retratadas al cuidado de la salud, una fórmula de sentido eficaz para expresar cierto orden frente al caos de la incertidumbre, a la vez que refuerza viejos patrones de género justificando la sobrecarga de tareas de cuidado y domésticas para mujeres y las personas feminizadas, lo que también es violento: justificar y renaturalizar la sobrecarga de

107 En los últimos años, en varios medios de Argentina crearon el rol de editora de género. Lo hicieron *Clarín*, *Diario Río Negro* y *El Tribuno de Jujuy*, la agencia de noticias estatal *Télam*, las señales de noticias *TN* y *Chaco TV*, y *Radio Provincia*, entre otras organizaciones periodísticas de la Ciudad de Buenos Aires y de varias provincias del interior del país.

trabajo doméstico y de cuidado a través de elaboraciones simbólicas y mediáticas constituye una práctica que violenta y explota a un determinado sector de la sociedad.

En este contexto, además, el accionar de los movimientos se trasladó al campo de la virtualidad y si bien existieron diversas prácticas y esfuerzos por seguir trabajando en esa ampliación y disputa, el aislamiento y el confinamiento provocaron una desmovilización social y la profundización, en consecuencia, de desigualdades de género, clase, edad, etnia, etc. Las alianzas, el trabajo colectivo y mancomunado en las redacciones o espacios comunicacionales entre el movimiento, las agendas y las periodistas de género/feministas, se vio interrumpido de manera abrupta por el llamado al distanciamiento y al encierro.

En definitiva, la tarea migrada a la virtualidad no pudo suplir esa sinergia que venía produciendo cambios.

LOS TEMAS DE LA AGENDA DE GÉNERO EN LA AGENDA MEDIÁTICA: DE PANDEMIA Y RETROCESOS

Entre las principales tendencias problemáticas que identifica Segura (2020) en las coberturas de y durante la pandemia encontramos reduccionismos, sesgos de clase y de género, violaciones a los derechos personales y, podemos sumar, tratamientos estigmatizadores, excluyentes, misóginos, estereotipados; todas acciones contrarias a lo establecido en el marco del derecho y a lo reclamado en las calles en tiempos precedentes. Si bien, desde distintos ámbitos se alertó sobre esto, estos abordajes se extendieron más allá de los primeros momentos de la emergencia sanitaria y advertimos hoy prácticas que perduran.

La Defensoría del Público se pronunció en distintas ocasiones frente a estos tratamientos mediáticos publicando recomendaciones y sugerencias, previo recibir los reclamos y denuncias por parte de la sociedad civil, y ya en el año 2021 retomó las audiencias públicas¹⁰⁸ que son un espacio fundamental de participación ciudadana. En

108 La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual le otorga a la Defensoría del Público la tarea de convocar a Audiencias Públicas para “evaluar el adecuado funcionamiento” de la radio y la televisión en todo el país. Es un modo de dar continuidad a procesos de participación ciudadana de los que es producto esa ley. Las Audiencias Públicas son instancias formales donde los reclamos y las propuestas ciudadanas se convierten en líneas de trabajo del organismo. Y para un organismo que tiene como principal misión promover y defender el derecho humano a la comunicación, escuchar las opiniones de las audiencias, responder a sus inquietudes, alentar su

estas oportunidades, las personas, organizaciones, profesionales, redes, organismos, profesionales, especialistas, académicos/as, etc. ejercen el derecho a expresar sus opiniones, experiencias y sugerencias para los medios y las prácticas periodísticas. Son espacios que permiten la construcción de políticas de manera más democrática, que atienden a la diversidad de voces, realidades y relaciones con el campo simbólico y mediático y permiten disputar y vislumbrar un camino para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa en tiempos signados por noticias falsas, distorsiones de la realidad, discursos de odio¹⁰⁹ y desinformación generalizada.

En relación al tema que nos convoca y teniendo en cuenta el recorrido realizado hasta aquí, en los informes publicados por la Defensoría del Público sobre las audiencias realizadas en 2021¹¹⁰, se destacan las siguientes intervenciones.

Miriam Bobadilla, integrante de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género, indicó: “en este contexto de crisis sanitaria, la invisibilización pública de las mujeres se hizo más patente, ya que fueron mayoritariamente varones quienes se mostraron como expertos en las distintas temáticas, borrándose casi en la totalidad de la agenda los temas referentes a las mujeres y a la comunidad LGBTIQ+” (2021, p. 26). Las violencias que se estaban enfrentando mediante distintas estrategias, con la pandemia se profundizaron. El tema central era el sanitario y las voces para referirse a eso como fuentes autorizadas para hablar en los medios fueron masculinas. La realidad de una gran porción de la sociedad con sus diferencias y particularidades (no resultó igual para personas urbanas que para aquellas que desarrollan su vida en zonas rurales o en comunidades, por ejemplo) estuvo ausente en los medios.

Las situaciones de violencia de género quedaron prácticamente invisibilizadas o tratadas desde una pedagogía patriarcal. Al respecto, en el informe Gabriela María Barcaglioni, integrante la Red Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista, dijo que “las tensiones entre las periodistas que impulsan y asumen esta agenda como propia, y las líneas editoriales de los medios se profundizaron ante la imposibilidad de discusiones en el espacio físico de las redacciones e impidió el

expresión pública, es un requisito ineludible (Ver más en <https://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/que-son-las-audiencias-publicas/>).

109 Discursos agraviantes, por ejemplo manipulación de la información, insultos, descalificaciones, amenazas y violencias.

110 Referimos a las audiencias realizadas en Buenos Aires (Provincia y Ciudad autónoma) y en la Región NOA (que incluye a las provincias de Tucumán, Salta, Santiago del Estero, Jujuy y Catamarca).

trabajo colectivo que se fue construyendo entre periodistas y feministas. (...)” (2021, p. 29). De este modo, continúa Barcaglioni, “transversalizar la perspectiva de género en estas condiciones de aislamiento de teletrabajo profundizó las dificultades existentes para incorporar temas centrales para la agenda de género en los medios” (2021, p. 29). En la misma línea, Mariana Fernández Camacho, integrante de la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad, afirmó que “esas nuevas formas de hacer no solo volvieron solitarias las rutinas, sino que afectó directamente la cobertura de los temas. La falta de abordajes colectivos, en un mismo espacio común, generó retrocesos en muchos enfoques (...). Pasos que, en ciertos espacios, se habían dado, se había avanzado y esta vuelta a lo individual hizo que se perdieran casilleros, (...)” (2021, p. 30). Sintéticamente, Fernández Camacho asegura que “el Covid-19 arrasó, se llevó puesta la agenda de género en los medios de comunicación, sobre todo, en los medios hegemónicos” (2021, p. 30).

Para las diversidades la situación no es diferente. Gustavo Díaz Fernández de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género Argentina, en la Audiencia Pública se refirió específicamente a “las personas mayores lesbianas, gays, bisexuales y trans.” Dijo: “Durante la pandemia del COVID, las campañas y mensajes estuvieron diseñados desde una lógica de familia protectora, hogar seguro, ingreso económico asegurado e inclusión, que dista mucho de ser la realidad que viven las personas mayores LGBT” (Defensoría del Público, 2021, p. 26). Las consecuencias de los estereotipos y la subrepresentación han sido devastadoras, aumentando y resaltando aún más la desigualdad y la marginación.

Sandra Acosta, integrante de la Red de Docentes por el Derecho a Decidir, de Salta, planteó en su intervención la necesidad de informar desde una mirada de derechos frente a un escenario en el cual lo que predominan son discursos antiderechos y anticientíficos, discursos contrarios a los derechos ya plasmados en leyes, como el de identidad de género, la IVE, la ESI. De este modo no se puede ejercer ciudadanía comunicativa y, además, las consecuencias suelen recaer en la vida concreta de las personas. Dijo Acosta que “en el encierro, los casos de embarazo no deseado, violencia de género, abusos sexuales contra infancias y adolescencias, dificultades de acceso real a la IVE o ILE se han ampliado” y agregó que “no es relevado como un índice preocupante en los medios de comunicación” (Defensoría del Público, 2021, p. 28).

REFLEXIONES FINALES

En un contexto reciente en el cual se polarizaron las posturas, crecieron los discursos de odio y proliferaron las *fake news*, los desafíos para la igualdad y la inclusión en cuanto al derecho a la comunicación y su ejercicio para los sectores históricamente vulnerabilizados y marginalizados son complejos.

Tenemos leyes y herramientas y, sin dudas, las audiencias actuales no son las mismas de hace un par de décadas. Los debates en las calles, en los foros, en las audiencias cuando se sancionó la LSCA y otras como la de matrimonio igualitario, identidad de género, interrupción voluntaria del embarazo, por mencionar algunas, nos han dejado aprendizajes en cuanto a reconocer y hacer valer el derecho a una comunicación responsable, plural, diversa; y recursos para poder disputar, incidir y reclamar cuando ese derecho está en jaque en los discursos y sentidos mediáticos. No obstante, el crecimiento de voces como fuentes autorizadas que son antiderechos y que expresan odio, racismo, sexismo, xenofobia es marca de un momento histórico que nos interpela en cuanto a las estrategias a poner en juego para dar la batalla por sentidos sociales.

Como hemos ido relatando y exponiendo en este trabajo, la pandemia con sus múltiples efectos provocó, también en los medios y en sus prácticas periodísticas, retrocesos en el tratamiento de temas de género y diversidades desde una óptica de derechos: la agenda de temas de género quedó invisibilizada o abordada desde la pedagogía patriarcal, las diversidades y sus problemáticas no formaron parte de las noticias, se recurrió a estereotipos estigmatizantes y a patrones tradicionales, clasistas y racistas.

Finalmente, surgen nuevas líneas de trabajo para seguir profundizando y en ese sentido se espera poder avanzar en pesquisar, a través de la realización de entrevistas, las experiencias, discursos y decires de periodistas comprometidas con la tarea desde un enfoque de derechos y de género y que ejercen en otras localizaciones geográficas como la provincia de Mendoza, incluida en la Región del Gran Cuyo de Argentina.

Poder recuperar alianzas, espacios y hacer *sinergia* por aquellos cambios y transformaciones que supimos conseguir es lo que sigue.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abramsonas, C. (2020). "Feminismos y pandemia. Perspectiva de género en los discursos mediáticos". IV Congreso de Comunicación y Ciencias Sociales desde América Latina (COMCIS). Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

Borda, L. y Spataro, C. (2020). "El chisme menos pensado: el debate sobre aborto en intrusos en el espectáculo". Sociales en Debate. Buenos Aires: UBA

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. (2021). AUDIENCIAS PÚBLICAS - INFORMES. <https://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/2021-2/> .

Fernández Hasan, V. (2019). "Narrativas feministas en los medios: Notas acerca de la construcción de los temas de agenda del movimiento a través de los discursos de académicas y activistas". Boletín GEC, (23), 53-76. Disponible en <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/boletingec/article/view/1755>

Fernández Hasan, V. y Gil, A. S. (2019). "Estrategias comunicacionales y narrativas feministas ante el segundo paro internacional de mujeres Ni una menos

Mendoza, feminismo organizado que se ensancha". MILLCAYAC, vol. VI p. 495 – 518.

Fernández Hasan, V. y Gil, A. S. (2016). "La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina". La Ventana, 5, (43) Recuperado de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/LV/article/view/5838/5334>

Gil, A. S. (2016). Los sentidos de la violencia de género en la prensa argentina 2010-2013. Mendoza, Argentina: Universidad Nacional de Cuyo.

Gil, A. S. (2021). "Estrategias comunicacionales y construcción de sentidos: #NiUnaMenos y el Paro Internacional Feminista 2021 en Mendoza". Cambios y Permanencias. Bucaramanga, vol. 12.

Segura, M. S. (2020). "Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia". Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de Córdoba. Universidad Nacional de Córdoba, 77(1), p. 55-58.

OTRAS FUENTES

Defensoría del Público: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es>

Ley 26.485: Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres

en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales.

Ley 26.522: Servicios De Comunicación Audiovisual

PERFIL DA AUTORA

Ana Soledad Gil

Licenciada en Comunicación Social y Doctora en Ciencias Sociales por la FCPyS de la UNCuyo. Diplomada en Comunicación y Género por la UNSAM y la Asociación Comunicar Igualdad. Investigadora del CONICET y docente de grado y postgrado. Ha publicado capítulos de libros, artículos en revistas académicas especializadas, actas

en congresos y producciones para la divulgación científica. Es columnista de radio e integrante de proyectos de investigación. Sus líneas de trabajos son comunicología y Estudios de género/feminismos; violencias de género, violencia simbólica y mediática; discursos y sentidos; políticas públicas para la comunicación con enfoque de derechos.

O PAPEL DO JORNALISMO DE DADOS E DA CHECAGEM DE FATOS PARA A CIDADANIA COMUNICATIVA: AS VOZES DO ACONTECIMENTO E SUAS CARACTERIZAÇÕES NAS NARRATIVAS

Kelly De Conti Rodrigues
Maria Cristina Gobbi

A VONTADE DE VERDADE E A CIDADANIA COMUNICATIVA

Na obra “A ordem do discurso”, Michel Foucault (2014) apresenta a hipótese de um conjunto de procedimentos externos de controle e exclusão do discurso. Eles atuam na produção discursiva controlando-a, selecionando-a, organizando-a e redistribuindo-a “[...] por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2014, p. 8-9). O autor classifica tais procedimentos em três tipos: interdição, separação entre razão e loucura e vontade de verdade.

A respeito do terceiro aspecto, ele afirma que se trata de uma busca que rege muitas das ações dentro de uma sociedade. A título de exemplo, podemos comparar o discurso religioso com o científico para apontar uma convergência: cada um ao seu modo, os seus rituais e métodos baseiam-se na procura pela verdade. Foucault explica que, dentro desses sistemas, as oposições entre o verdadeiro e o falso criam formas de exclusão:

[...] certamente, se nos situamos no nível de uma proposição, no interior de um discurso, a separação entre o verdadeiro e o falso não é nem arbitrária, nem modificável, nem institucional, nem violenta. Mas se nos situamos em outra escala, se levantamos a questão de saber qual foi, qual é constantemente, através de nossos discursos, essa vontade de verdade que atravessou tantos séculos de nossa história, ou qual é, em sua forma muito geral, o tipo de separação que rege nossa vontade de saber,

então é talvez algo como um sistema de exclusão (sistema histórico, institucionalmente constrangedor) que vemos desenhar-se (FOUCAULT, 2014, p. 14).

Assim, a vontade de verdade de cada sociedade em seu contexto depende dos modos como o saber é aplicado, valorizado, distribuído, repartido e, de certo modo, atribuído. Foucault (2014, p.18) exemplifica essa situação com um princípio grego: “[...] a aritmética pode bem ser o assunto das cidades democráticas, pois ela ensina as relações de igualdade, mas somente a geometria deve ser ensinada nas oligarquias, pois demonstra as proporções na desigualdade”.

Trata-se de uma analogia que demonstra como as estruturas sociais afetam os discursos circulantes e exercem pressões sobre os sujeitos. Quando o autor aborda a literatura ocidental, relata o fato de, durante séculos, ela ter buscado apoio no verossímil, no natural, na ciência, ou seja, no discurso verdadeiro. A procura pela racionalização, com isso, exerceu certas exclusões em suas produções discursivas.

Quando consideramos os usos de bases de dados dentro do atual contexto social, observamos essa vontade de verdade em inúmeras circunstâncias. Uma das mais evidentes acontece nas dinâmicas de consumo. Atualmente, é notável a corrida de empresas por bases de dados que descrevam as preferências dos potenciais consumidores de seus bens e serviços. Ou a quantidade de aplicativos que permitem ao consumidor avaliar o produto e o atendimento recebidos, criando uma base de dados sobre a empresa.

O acesso a essas informações representa a busca citada por Foucault, uma vez que elas criam efeitos de verdade. Ao invés de apenas imaginar o que o cliente deseja, sem uma informação concreta disso, esses dados mostram o que supostamente ele ambiciona, por meio da verificação de seus hábitos.

Podemos traçar alguns contornos semelhantes em relação à atuação do jornalismo de dados. A busca por bases de dados credíveis para investigar e compreender determinados acontecimentos e, posteriormente, relatá-los em uma narrativa passa por essa vontade de verdade. Contextualizemos, também, que uma sociedade com tantas facilidades para a circulação de informações alimenta mais desconfianças em relação à confiabilidade das mesmas. Não ao acaso, várias agências de fact-checking, cujo principal propósito é dimensionar a verdade das situações e sujeitos analisados, surgiram ao redor do mundo.

Diante desse cenário, o nosso objetivo, neste trabalho, é analisar algumas dessas narrativas para compreendermos seus efeitos de sentido e papéis dentro das

dinâmicas socioculturais. Partimos do pressuposto de que não se pode considerar a redução de uma atividade social a dicotomias como verdadeiro e falso, causa e efeito, produto e produtor, ou outras classificações restritivas.

Como explica Edgar Morin (2015, p. 74), “[...] a sociedade é produzida pelas interações entre indivíduos, mas a sociedade, uma vez produzida, retroage sobre os indivíduos e os produz”. O linguista Patrick Charaudeau (2015, p. 67) também nos lembra que “[...] a situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico”. Como ato discursivo, o jornalismo também se insere nessa relação de negociações e práticas sociais.

Nesse cenário, quando consideramos a cidadania comunicativa como uma busca pelo direito à comunicação e de participação ativa no espaço público, precisamos refletir sobre as vozes presentes nas mais variadas produções. O acesso mais democrático a formas de comunicar é, sem dúvida, algo de extrema importância. Isso propiciou modos facilitados para o público interagir com os veículos de comunicação tradicionais, além de também possibilitar que novos veículos emergissem. Fato este que significa ampliar as vozes que produzem informações.

Contudo, nem sempre isso ocorre de modo a respeitar contornos éticos, sobretudo no que diz respeito à apuração das informações e às intenções de quem as divulga. Ou seja, também existe um cenário em que dados e informações incorretas ou imprecisas circulam – muitas vezes sem a identificação de quem as produziu – em abundância e, assim, produzem “desinformação”.

Tal conjuntura – que engloba a quantidade imensa de informações que circulam todos os dias – criou uma demanda por checagens e apurações mais precisas. Trata-se de um espaço propício para o jornalismo de dados e o fact-checking atuarem, uma vez que ambos trazem em sua essência a busca pela vontade de saber, de revelação e/ou resolução de incertezas sociais. Veremos, neste trabalho, que o papel e caracterização das diferentes vozes presentes na construção de suas narrativas representam pontos determinantes para o direcionamento e legitimação do acontecimento.

JORNALISMO DE DADOS E SUAS MANEIRAS DE COMUNICAR

No Jornalismo Guiado por Dados – ou jornalismo de dados, como iremos nos referir de forma abreviada –, é necessário considerar os contextos e dar a devida

importância ao fato de que essa narrativa, como qualquer elemento discursivo, passa por diversas etapas de elaboração, sendo todas de suma importância para a significação do acontecimento. Como afirma Chaparro (2003) ao abordar o uso da estatística como base argumentativa para afirmação da verdade,

[...] o que está sob julgamento, portanto, não é a estatística, mas o uso que dela se faz como base de razões argumentativas – posto que o dado estatístico é sempre e fundamentalmente um elemento argumentativo, com uso inevitavelmente orientado para a movimentação das mentes. As fontes, em especial as políticas e as econômicas, que se servem do jornalismo para difundir e sustentar os próprios interesses ou idéias, usam, frequentemente, o argumento estatístico como “afirmação da verdade”, e não raro o fazem de forma desonesta (CHAPARRO, 2003, p. 1).

Ressalvemos, entretanto, que o jornalismo de dados não é apenas uma narrativa escrita por meio de estatísticas. As bases de dados que servem como fonte de informações para a tessitura das histórias podem agregar diversos tipos de dados e serem organizados também de modos bastante variados.

A pandemia causada pela Covid-19, por exemplo, desencadeou debates sobre as maneiras de ler e comunicar por meio dos dados. Estes foram usados para mensurar o impacto do acontecimento, estimular ou amenizar a necessidade de cuidados de isolamento social, retratar a evolução da situação em diversos âmbitos, etc. Ao longo desse período, muitas propostas de leituras foram usadas por um grande número de indivíduos, alguns com mais e outros com menos poder de penetração e de impactar os modos de encarar esse momento histórico. Todas essas circunstâncias tiveram sua influência no desenvolvimento deste trabalho.

O que queremos apontar é o cuidado para não encarmos o jornalismo de dados como um tipo de jornalismo com o poder da objetividade e da precisão na abordagem dos fenômenos, o que é bastante comum nas redações. Assim como as demais formas de comunicação, ele não pode ser reducionista e ignorar os contextos e demais aspectos que compõem e afetam um acontecimento. Tal modo de observar prejudica o seu próprio desenvolvimento e capacidade de analisar, interpretar, compreender e relatar diferentes vieses e particularidades que interferem no desenvolvimento do fato. Não podemos aderir à inteligência cega, a qual “[...] isola todos os seus objetos do seu meio ambiente” (MORIN, 2015, p. 12).

Assim, não se deve negligenciar o elo entre o observador (o jornalista, comunicador, enunciador) e o objeto observado (o acontecimento e aquilo que o compõe) e

suas influências na elaboração da narrativa (a notícia, reportagem, enunciado) e na imagem que fazem do seu público (leitor, ouvinte, enunciatário), a qual influencia a forma como irá compor a história. Ou seja, como qualquer forma de fazer jornalismo, a narrativa com base em dados passa pelas influências dos ângulos pelos quais a história é observada e relatada, as escolhas dos modos de narrar e as expectativas a respeito dos melhores modos de atrair seu público. Todos esses aspectos influenciam na produção de sentidos.

Por esse motivo, preferimos trabalhar com a ideia da complexidade – na definição de Morin – do jornalismo de dados, evitando reduzi-lo à percepção de objetividade completa. Os materiais produzidos a partir do jornalismo de dados não são nem a realidade última nem a desordem, a inexistência de aspectos precisos. É possível fazer um paralelo sobre isso a partir da seguinte passagem.

[...] o mérito da complexidade é o de denunciar a metafísica da ordem. Como dizia muito justamente Whitehead, por trás da ideia da ordem havia duas coisas: havia a ideia mágica de Pitágoras, de que os números são a realidade última, e a ideia religiosa ainda presente, em Descartes como em Newton, de que a inteligência é o fundamento da ordem do mundo. Então, ao se retirar a inteligência divina e a magia dos números, o que resta? Leis? Uma mecânica cósmica autossuficiente? Será a verdadeira realidade? Será a verdadeira natureza? A essa frágil visão eu oponho a ideia da complexidade (MORIN, 2015, p. 104).

Ribeiro et al (2018, p.30) complementam afirmando que o uso de dados “[...] é tão antigo quanto o próprio jornalismo”. Mas salientam que, na sequência, “[...] o peso que eles adquirem na produção jornalística, passando de elementos de base para definidores de pauta, como sustentação da narrativa e estruturadores da informação, é ímpar dentro do campo que abrange o jornalismo de dados”. Para eles, a singularidade está nos “[...] padrões de informação advindos de cruzamentos entre documentos, bases de dados e histórias”.

Para Mancini e Vasconcellos (2016, p. 75), ainda, é preciso diferenciar o Jornalismo com Dados do Jornalismo de Dados. Enquanto o primeiro utiliza os dados de forma ilustrativa, objetivando agregar uma informação ao fato, o segundo faz uso deles como “[...] próprio fundamento da pauta e a história das relações entre os dados conduziria, neste caso, a reportagem”. A ideia dos autores, com isso, é distinguir as produções que trazem alguns dados apenas para agregar uma informação a uma narrativa – ou seja,

os dados são elementos mais acessórios do que centrais – daquelas produções que não existiriam sem aqueles dados.

Por exemplo, uma matéria que aborda uma doença e, em certo ponto, traz o percentual de chances de cura se comparada a outras enfermidades é um jornalismo com dados. Enquanto isso, se o foco for no fato de que ela acomete pessoas com determinados hábitos ou predisposições e que residem em regiões com menor saneamento básico, por exemplo, trata-se de um conteúdo que utiliza o jornalismo de dados. Neste caso, o resultado da análise do cruzamento dessas bases de dados é que determina a narrativa.

Versões da mesma história: a investigação com jornalismo de dados

Publicada pela Revista Época em 27 de janeiro de 2020, a reportagem “Como morre um inocente” analisa, caso a caso, todas as mortes resultantes de confrontos com a polícia no mês de julho de 2019 no Rio de Janeiro. A investigação, que coube ao repórter Rafael Soares, concluiu que havia 12 vítimas com graves indícios de erro policial ou execução sumária.

A escolha pelo mês de julho de 2019 ocorreu em função de ser “o mês mais letal do ano mais letal da polícia mais letal do Brasil em mais de duas décadas”, como descreve o lead. Soma-se a isso o fato de que, “seis meses depois, nenhum policial foi denunciado à Justiça”. Título, linha fina e lead, portanto, já apontam o direcionamento da temática: os “inocentes” que foram mortos pela “polícia mais letal do Brasil”.

Isso é reforçado quando a reportagem levanta que há “casos com fortes indícios de erro policial, em que, ao que tudo indica, as forças de segurança mascararam a realidade para não responder pela morte de inocentes”. A primeira execução que levou ao estranhamento por parte do jornalista foi do frentista Daniel Rangel de Souza, de 20 anos, morto na madrugada de 28 de julho daquele ano.

Ele foi vítima de cinco tiros disparados por policiais militares do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) na Rua Padre Anchieta, um dos acessos ao Morro do Estado, em Niterói. Quando foi baleado, o jovem carregava uma mochila com seu uniforme de trabalho, crachá, certificado de reservista, carteira de trabalho e celular. Tudo isso sumiu quando o rapaz foi deixado por policiais militares no Hospital Antônio Pedro, e até hoje nada foi encontrado.

Vejamos duas informações presentes nesta afirmação são: o fato de que consta o registro da morte em confronto com os policiais, bem como estes terem levado a vítima ao hospital. A suspeita levantada pela matéria ocorre pelo cruzamento com outra informação: os pertences da vítima sumiram antes de sua entrada no hospital, sendo que nada foi encontrado. Na sequência, o jornalista faz uma reconstituição dos passos de Daniel.

Quatro horas antes de ser morto, Souza terminou sua jornada de trabalho num posto de gasolina de Jacarepaguá, na Zona Oeste do Rio. Como acontecia todo domingo, após o expediente, funcionários fizeram um churrasco nos fundos do estabelecimento. Uma foto postada nas redes sociais por um colega mostra o frentista sorridente, com a mochila nas costas. Câmeras de segurança do prédio em que ele morava também mostram a mochila nas costas do jovem quando ele saiu de casa para trabalhar. Por volta das 23 horas, o frentista deixou o posto de gasolina num carro da empresa, que levava para casa funcionários que moravam em Niterói, a 40 quilômetros dali. Às 0h03, Souza mandou uma mensagem para sua mãe, a diarista Ana Cláudia Rangel, de 42 anos, avisando que estava a caminho de casa. Pouco depois, saltou no mesmo ponto em que era deixado diariamente, a poucos quarteirões do apartamento onde morava com a mãe e os quatro irmãos, no centro do município.

Neste ponto, os dados coletados pelo jornalista são os horários e locais por onde passou o frentista, a foto postada nas redes sociais com a mochila nas costas, as imagens da câmera de segurança do prédio onde morava e a mensagem que Daniel enviou à mãe. Todos esses dados atuam como elementos legitimadores do direcionamento temático da matéria.

Outras informações também foram coletadas por meio de testemunhas, além de dados de comentários feitos por amigos de Daniel em postagem do perfil oficial da Polícia Militar no Twitter:

Antes de tomar a direção de casa, entretanto, Souza encontrou-se com amigos com quem estudou no ensino médio, moradores do Morro do Estado. Segundo testemunhas que viram o frentista naquela madrugada, o grupo não subiu as escadarias que levam à favela, mas ficou na rua que dá acesso à comunidade. Policiais do Bope chegaram ao local e houve correria. Souza foi atingido por cinco tiros pelas costas. Às 6 horas do dia seguinte, o perfil oficial da Polícia Militar no Twitter acusou o frentista de ter atacado os agentes: “Equipes do Bope realizaram uma operação no Morro do Estado, em Niterói, e apreenderam uma pistola .9mm. Um criminoso morreu após

atirar contra os policiais”, afirmava o texto publicado na rede social. A postagem teve mais de 400 respostas — a maioria de amigos de Souza dizendo que ele era inocente.

Na sequência, vemos o drama da mãe, Ana Cláudia Rangel, para tentar localizar o filho. Como os documentos não estavam com Daniel ao dar entrada no hospital, não foi possível identificá-lo prontamente. Por esse motivo, a mãe “fez diversas ligações para o celular do frentista, que estava desligado. Peregrinou por hospitais e delegacias até encontrar o corpo de Souza, na tarde de terça-feira, no Instituto Médico-Legal (IML)”. As repetidas tentativas de ligações e a “peregrinação” — palavra que subentende uma jornada envolta a sofrimento — a hospitais dão a coloração ao sentimento dela e a caracterizam em um papel de vítima.

A visão da mãe sobre o filho também constrói Daniel como um indivíduo trabalhador, por exemplo, no relato de que “numa pasta, Rangel guarda certificados de funcionário do mês, boletins escolares e currículos do filho — ‘Isso é para mostrar para quem quiser ver que ele nunca foi criminoso’. E também quando a mãe afirma: “primeiro, mataram meu filho. Depois, ainda o chamaram de criminoso. O Daniel era um menino trabalhador. Completou o ensino médio e estava inscrito no vestibular”. Os sonhos do frentista também corroboram com essa percepção de sua inocência: “queria cursar mecânica industrial. Enquanto não entrava na faculdade, arranjou um emprego para ter o dinheiro dele. Não vou descansar enquanto não limpar a imagem do meu filho”.

Algumas informações também são obtidas por meio das fotos armazenadas nas redes sociais de Daniel. As imagens selecionadas pela reportagem configuram-se como dados que reforçam, ainda mais, a caracterização de estudioso e trabalhador honesto. A matéria afirma que “antes de conseguir o emprego como frentista, Souza foi jovem aprendiz num supermercado, fez curso técnico de mecânico e trabalhou numa empresa de transportes”. Conclusões estas feitas a partir de seu perfil no Facebook, no qual “é possível ver fotografias do jovem uniformizado em todos os empregos pelos quais passou”. Em uma delas, de 2015, ainda há a legenda “a única maneira de fazer um ótimo trabalho é amando aquilo que faz”.

A reportagem continua com alguns números de inquéritos abertos para investigar mortes ocorridas em confronto com a polícia no período analisado. Algumas suspeitas também aparecem por meio deles, como no fato de que dados de 19 inquéritos não foram divulgados:

Ao todo, 151 inquéritos foram abertos para investigar as 195 mortes provocadas pela polícia em julho do ano passado (uma investigação pode apurar mais de um homicídio). Onze deles já foram arquivados: a Polícia Civil concluiu que a versão apresentada pelos agentes é coerente, e a Justiça encerrou as investigações a pedido do Ministério Público. A maioria dos casos segue aberta: 121 inquéritos, ou 80%, estão em andamento. Dados de 19 inquéritos não foram encontrados.

Outros dados obtidos por meio de cruzamentos também corroboram com o ângulo da matéria, tanto por meio de números quanto elementos textuais. Entre os números, “nas investigações dos crimes de 60% das vítimas, a Polícia Civil não fez perícia no local, já que as vítimas foram levadas para hospitais e as cenas dos crimes foram desfeitas”. Somado a isso, “em todos esses casos, os responsáveis pela investigação nem sequer visitaram posteriormente os lugares onde os homicídios aconteceram”.

Textualmente, a reportagem também encontrou padrões nos depoimentos de três policiais militares do Batalhão de Choque que mataram Jefferson de Oliveira da Costa, de 29 anos, e Luan Borges de Albuquerque, de 26, durante operação no Complexo da Maré, na Zona Norte do Rio, em 31 de julho. Dessa forma, subentende-se que as falas foram combinadas entre os envolvidos. Além disso, outros casos são relatados e reforçados com dados ao longo da matéria. Por essas construções, as vozes oficiais – no caso, a polícia – não demonstram confiabilidade nesse acontecimento.

Por meio desse exemplo, pudemos notar que o jornalismo de dados não se limita a analisar alguns números. Ele permite ir muito além, tanto na análise de dados quanto nas construções de todo o conteúdo. A matéria em questão poderia apenas apontar os dados de mortes em confrontos com policiais e buscar depoimentos destes sobre as circunstâncias. Ao investigar outras fontes de dados – como câmeras de segurança e redes sociais – e buscar mais informações e entrevistas, a reportagem revelou diversas outras vertentes do acontecimento.

O jornalista responsável pela investigação apontou, ao Sigma Awards¹¹¹, alguns dos desafios para a execução do projeto:

A parte mais difícil do projeto foi superar a falta de transparência das instituições de aplicação da lei no Brasil. [...] Por isso, esse projeto de analisar todas as investigações sobre homicídios cometidos por policiais em um mês teve que ser adiado por mais

111 O Sigma Awards é uma premiação mundial na área de jornalismo de dados. A reportagem da Época participou da competição.

de dois anos. O repórter teve a ideia deste projeto em janeiro de 2018, mas naquela época a polícia não forneceu os dados solicitados. [...] Durante dois anos, entrevistei advogados, policiais e promotores para entender como funcionava o sistema digital da polícia e do Ministério Público do Rio, que controla o andamento das investigações. Meu objetivo era enviar solicitações melhores para obter os dados. Aprendi que este sistema é capaz de filtrar diversas informações de cada consulta e também gerar arquivos CSV editáveis. Acima de tudo, soube que esses arquivos não estavam protegidos por nenhum tipo de confidencialidade. Em setembro de 2019, recebi pela primeira vez os arquivos. Comecei a fazer o mesmo pedido todo mês para não perder nenhuma atualização. [...] A segunda etapa da investigação também foi um desafio. Durante dois meses tive que convencer mais de uma dezena de fontes a me dar acesso aos documentos. Como a maioria das investigações estava em andamento, promotores e investigadores não puderam fornecer cópias das investigações. Em muitos casos, tive que copiar o conteúdo dos documentos à mão. Ao final desse processo, tive acesso a inquéritos de 135 dos 195 assassinatos cometidos pela polícia carioca em julho de 2019 (SOARES, 2021).

No mesmo relato, revela-se que o relatório elaborado a partir da investigação serviu de base para uma série de solicitações feitas ao “Supremo Tribunal Federal (STF) por partidos políticos e organizações da sociedade civil na Declaração de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 635, que questiona a política de segurança do Rio e a atuação em favelas durante a pandemia do coronavírus”. Como exemplo, cita que um desses pedidos partiu do resultado do relatório: “aquele que afirmava que as investigações de homicídios cometidos por agentes do Estado deveriam ser realizadas, de forma independente, pelo Ministério Público. O pedido foi aceito por unanimidade pelo plenário do STF em 18 de agosto” (SOARES, 2021).

“FAKE NEWS” (OU FAKE INFORMATION) E FACT-CHECKING

A respeito da definição desse conceito que circula de forma tão abrangente nos dias atuais, Ferrari e Canavilhas (2018, p. 31) afirmam que se trata de “uma variedade de desinformações que inclui a correta utilização de dados manipulados, a utilização errada de dados verdadeiros, a incorreta utilização de dados falsos e outras combinações possíveis” (FERRARI, CANAVILHAS, 2018, p. 31).

Entretanto, existem alguns problemas nessa expressão, uma vez que contraria a própria definição de notícia, afinal se há algo de “fake” (mentira, em tradução livre),

anula-se a possibilidade de chamar essa produção de “notícia”. Esta pressupõe um formato específico, mas também – e sobretudo – que siga os princípios deontológicos do jornalismo, o qual não permite a manipulação intencional de dados e informações para circular falsidades. Nesse contexto, como afirma a professora Maria Cristina Gobbi em suas aulas, uma denominação mais precisa seria “informação falsa” (ou “fake information”). Afinal, como assevera Gobbi, se é “news”, não pode ser “fake”.

Por esse motivo, seja usando ou não o formato tradicional de uma notícia, não se pode considerar esse tipo de produção como jornalismo ou nominá-la com base em um formato pertencente a ele. Porém, devemos estudar o fenômeno em função de sua relevância social e do fato de que o jornalismo é, na verdade, um instrumento de suma importância para combater a circulação dessas informações falsas.

Destaquemos que a ampliação do acesso a smartphones e mesmo a internet propiciaram o surgimento de novos modos de disseminar informações. Isso ocorre tanto para os veículos de comunicação jornalísticos quanto para outros produtores. A criação de blogs, canais em plataformas como o YouTube, páginas em redes sociais, entre outros, abriu caminho para que esse papel de produtor e difusor se espalhasse cada vez mais entre pessoas dos variados perfis. Nesse contexto, destaca Seibt (2019, p. 96), a última década desencadeou um fenômeno determinante para o formato, distribuição e rentabilização de conteúdos:

Na última década, as funções de hospedagem, distribuição e monetização dos conteúdos passaram para as mãos de empresas de plataforma (platformcompanies), ou seja, sites como Google, Facebook, Snapchat, Twitter e outros se converteram em agregadores de notícias, informações pessoais e publicidade em texto, foto, áudio e vídeo. Essa migração deu às plataformas o poder não só de hospedar e disseminar, mas também de conformar os conteúdos jornalísticos: segundo Bell e Owen (2017), são esses sites que ditam o formato e até mesmo o tom que o jornalismo deve ter. Além disso, são as plataformas que capturam os dados da audiência – e lucram com esses dados – e não os produtores de conteúdo.

Esse contexto foi um dos potencializadores da disseminação das informações falsas. Spinelli e Santos (2018, p. 8) dialogam com essa visão: “os sites que difundem notícias falsas mantêm-se firmes na produção de conteúdos graças aos cliques da audiência, e a divulgação de fake news acaba sendo incentivada pela publicidade”. Assim, um dos fatores que levou a esse fenômeno foi a facilidade de monetizar com a produção desses conteúdos falsos.

Mas Pollyana Ferrari e João Canavilhas (2018, p. 31) vão além, trazendo os interesses políticos envolvidos e os efeitos para a democracia. Para os autores, “(n)o processo que conduziu à eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, a expressão fake news ganhou uma dimensão nunca vista antes, gerando grandes discussões no espaço público e no mundo acadêmico”, além de que “a história mostra que as fake news podem interferir no normal funcionamento das democracias, substituindo a mídia numa de suas missões”.

Nessas relações, notamos que uma situação continua a existir: a sociedade busca consumir informações e opiniões. Ou seja, a demanda por essas produções não se tornou escassa, como muitos acreditam. O que mudou foram os contextos que envolvem os meios de comunicação e as relações da sociedade com esse consumo. A facilidade de produzir conteúdo, as redes sociais e outras plataformas, como destacamos anteriormente, entraram nesse cenário e, a partir da interação com todos os contextos e demandas sociais, a credibilidade dos veículos de comunicação tradicionais encontrou certa resistência.

Desse modo, “a cada aumento do fluxo de informações nas redes sociais, aumentava também o número de notícias falsas circulando. Com isso, o que diminuía era a credibilidade dos veículos de comunicação, pois saber o que realmente era verdade tornou-se uma tarefa nebulosa” (SIMONETTO; APOLLONI, 2019, p. 2).

Fact-checking: muito além do verdadeiro ou falso

Na checagem “Em anúncio, grupo de médicos usa informações falsas para defender tratamento ineficaz contra Covid-19”, de 23 de fevereiro de 2021, a Agência Lupa partiu de um informe publicitário de um grupo denominado “Médicos pela Vida”, publicado em alguns dos principais jornais impressos do país. Tratava-se de um manifesto em defesa do “tratamento precoce” contra a Covid-19, afirmando existirem evidências científicas sobre os benefícios do uso de hidroxicloroquina, azitromicina, ivermectina e outras drogas.

Inicialmente, destaquemos dois importantes elementos que norteiam as iniciativas de fact-checking: a metodologia e as etiquetas de classificação. A primeira representa os modos de apuração e checagem dos conteúdos. Já as etiquetas são formas de medição dos níveis de verdade ou falsidade das informações, como uma espécie de escala. No caso da Agência Lupa, as etiquetas são as seguintes: falso; contraditório;

verdadeiro; ainda é cedo; exagerado; subestimado; insustentável; verdadeiro, mas... ; de olho. As explicações para cada uma delas constam no site da agência.

Sobre a checagem em questão, a Lupa destaca que “não há qualquer estudo de metodologia rigorosa que tenha chegado a essa conclusão”. Então, a agência acessou o site do manifesto e checkou os argumentos que serviam como base.

O primeiro ponto refutado pela agência é o seguinte: “Dentre as abordagens disponíveis na literatura médica para a COVID-19, existe o chamado ‘tratamento precoce’, que recebeu a etiqueta “FALSO”. Como base para isso, a agência levanta o fato de que “a eficácia de um tratamento só pode ser realmente comprovada com estudos científicos que usam uma metodologia rigorosa”. Três estudos são mencionados, cujos resultados apontaram o oposto: cientistas brasileiros publicaram um artigo no *The New England Journal of Medicine* (NEJM); outro, escrito por pesquisadores do Qatar, Reino Unido e Austrália, divulgado pela revista *The Lancet*; e outra pesquisa publicada no NEJM por cientistas norte-americanos. Também se destacam as “únicas referências positivas ao tratamento preventivo na literatura médica”, ambos estudos que não podem ser vistos como conclusivos:

[...] O primeiro deles é a análise em laboratório do desempenho da droga, que não reproduz as condições existentes no corpo humano e apenas indica a necessidade de pesquisas mais aprofundadas. O segundo são os estudos observacionais, nos quais os resultados podem chegar a conclusões enganosas e sua comprovação também só pode ocorrer com a realização de novas pesquisas, randomizadas e com duplo-cego.

Outro ponto do manifesto cita seis sites que mostrariam uma “[...] compilação de diversos estudos e estatísticas envolvendo drogas utilizadas como parte do arsenal terapêutico, entre outros trabalhos disponíveis em bases de dados científicos confiáveis”. O selo de conteúdo “FALSO” também consta neste caso. A fonte de informação que refutou a veracidade dos conteúdos foi Leandro Tessler, professor do Instituto de Física Gleb Wataghin e membro do Grupo de Estudos de Desinformação em Redes Sociais (Edres) da Unicamp.

O primeiro ponto observado pela Lupa refere-se ao fato de que “[...] o conteúdo dos sites hcqmeta.com e ivmmeta.com, citados no manifesto, remete aos mesmos estudos que constam em outro site mencionado, o c19study.com”. Dessa forma, “[...] não são várias meta-análises, mas apenas duas: uma de hidroxicloroquina e outra de ivermectina, ambas do c19study.com. Essas análises não têm nenhum rigor científico”.

O professor explicou que esse tipo de estudo é importante para a avaliação da eficácia de medicamentos, desde que feito de modo correto. No caso em questão, ele aponta que a pesquisa foi realizada sem metodologia e rigor científico.

A segunda questão é que “estudos científicos precisam ser cancelados por revistas científicas e passar pela revisão por pares (peer review)”. E o professor afirma que: “No C19Study, eles misturam pré-prints [não publicados em revistas nem revisados por pares] com erros graves, que provavelmente nunca serão publicados, com outros estudos”.

O terceiro problema do conteúdo disponível no “c19study.com” está no modo de definição do chamado p-valor, “uma estimativa do resultado obtido ser ou não fruto do acaso, foi avaliado”. Segundo o professor, “o que o C19Study faz não é seguir essa técnica. Ele simplesmente multiplica os diferentes p-valores, obtendo valores muito baixos, para garantir que o resultado dele é bom. Tudo bobagem”.

Outro site mencionado no manifesto é o estudo do professor Nicholas White, da Universidade de Oxford. Contudo, afirma a Lupa, “[...] não há, até o momento, resultados desse estudo, conforme o National Institutes of Health (NIH), a agência de pesquisa biomédica do departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos”.

O terceiro trecho checado pela Lupa foi o seguinte: “Os relatos de cidades e estados que adotaram as medidas para intervenção precoce na Covid-19 têm mostrado bons resultados, com a diminuição da carga sobre os sistemas de saúde”. Neste caso, a etiqueta foi “AINDA É CEDO”, uma vez que “[...] ainda não há estudos científicos que avaliem como o tratamento precoce da Covid-19 influenciou no número de casos da doença em estados e cidades brasileiras”. Apenas reportagens jornalísticas que buscavam “traçar paralelos entre o tratamento precoce estabelecido em algumas regiões com a situação epidemiológica daquela área”. Então, a checagem faz referência à matéria do UOL com “um levantamento mostrando que de 10 municípios com mais de 100 mil habitantes que distribuíram o ‘kit covid’, nove tiveram taxas de mortalidade maiores do que a média estadual”. A exceção, naquele momento, foi “Parintins, no Amazonas. Enquanto o estado teve 159 óbitos por 100 mil habitantes, o município registrou 157 óbitos por 100 mil habitantes”.

A última declaração checada refere-se aos medicamentos. Diz o manifesto: “(...) utilizando uma combinação de drogas, visando reduzir o número de pacientes que progridem para fases mais graves da doença (...)”. A Lupa justifica a etiqueta “FALSO” pois, embora analgésicos, anti-inflamatórios, anticoagulantes e antibióticos sejam

fármacos utilizados “para minimizar sintomas ou tratar infecções secundárias da Covid-19, esses medicamentos não diminuem a carga viral e não têm ação efetiva contra o novo coronavírus”. A prova dessa afirmação parte de informações divulgadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), de estudo publicado na revista *The New England Journal of Medicine* e de declaração do médico infectologista Estevão Urbano, da Sociedade Brasileira de Infectologia (SBI), em entrevista à Lupa.

Concluímos, diante do exposto, que o manifesto buscou utilizar elementos legitimadores como assinaturas de médicos que apoiaram sua divulgação, bem como supostos estudos científicos acessíveis nos sites listados. Para analisar o conteúdo, a Agência Lupa também procurou por vozes legitimadoras semelhantes, como pesquisas científicas e médicos. Contudo, a diferença está no fato de a agência elencar estudos que tomam como base instituições ou revistas renomadas, bem como os entrevistados reconhecidos e legitimados em função das áreas de atuação e instituições onde trabalham.

Mas a diferença substancial é que o manifesto utiliza vozes de “terceiros” – ou seja, são outros sites e profissionais que dizem aquilo – que não demonstram com clareza os critérios utilizados para provar o que afirmam, enquanto a Agência Lupa busca entrevistar os responsáveis diretos pelas pesquisas e apontamentos que levantam, os quais fornecem as bases que serviram de apoio para as declarações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papel do jornalismo de dados e do fact-checking não se resume a solucionar dicotomias, como as que diferenciam verdade ou mentira, apontam certo ou errado, etc. Assim como não se tratam de formas de jornalismo “com objetividade” contra todas as outras formas “não-objetivas”.

Ao trabalhar com essas produções, é importante observar o contexto que as envolve, bem como seus efeitos e implicações dentro de um ambiente social. Também se deve analisar toda a narrativa que será jornalisticamente construída, o que significa refletir, entre outros pontos, quem serão as vozes presentes na mesma, os papéis dados a elas, as ligações com o momento vivido e todas as representações sociais que estarão presentes. Ou seja, todo o contexto de produção precisa fazer parte da construção e leitura do jornalismo.

Por esses motivos, não acreditamos que ambos se resumam a taxar indivíduos, acontecimentos ou outros fenômenos como verdadeiros ou falsos. Trata-se de algo muito mais amplo, como vimos. Eles envolvem relações sociais com implicações muito maiores do que tal dicotomia. Por esse motivo, também estão no jogo de negociações discursivas, assim como as demais formas de jornalismo.

Desse modo, é de grande importância observar – em qualquer veículo de comunicação, pertencente às grandes e tradicionais empresas nacionais ou não – a quem a palavra é dada e de que forma ela aparece na narrativa. Isso permite analisar como os indivíduos e grupos são retratados, além do alcance e importância de suas vozes naquele acontecimento. Essa reflexão crítica é relevante para que a cidadania comunicativa, pois envolvem os contextos, as experiências, as caracterizações e os espaços de fala de diferentes grupos.

No caso da matéria da *Época*, vemos que há a contestação da voz oficial – no caso, a polícia – apoiada pela falta de investigações dos casos de mortes ocasionadas por policiais. Para preencher as lacunas encontradas, o jornalista busca a voz da mãe do jovem e também de outros elementos de prova, como o sumiço dos documentos e outros pertences, as imagens de câmeras de segurança e a trajetória da vítima, que passam olhares que direcionam a perspectiva atribuída aos dados numéricos nessa narrativa. Se a reportagem se limitasse a apresentar os dados e as vozes oficiais, não haveria falsidade jornalística em tal relato, mas também não preencheria a dimensão dada com a investigação que foi realizada.

Já na checagem da Lupa, a legitimação baseia-se em fontes mais próximas da voz oficial, uma vez que busca diretamente os responsáveis por estudos científicos. Ao contrário do que aparece no manifesto, que se embasa em dados e vozes que se mostraram contraditórias e pouco confiáveis.

Ou seja, um contesta a voz da instituição oficial, buscando outras formas de evidência. A segunda, apoia-se em instituições que realizam pesquisas científicas e seus responsáveis. O que diferencia a legitimação de ambas é a confiabilidade da apuração. As informações levantadas pela reportagem da *Época* por meio de outras fontes deram mais indícios de veracidade. Enquanto isso, as vozes levantadas pelo manifesto dos médicos são, claramente, enviesadas, uma vez que sustentam a legitimação com base em informações falsas, contraditórias ou que não tiveram provas embasadas. Já as instituições oficiais demonstram os critérios para refutarem os argumentos levantados pelo manifesto, apoiando-se em métodos e evidências.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João; FERRARI, Pollyana. **Fact-checking: o jornalismo regressa às origens**. 2018. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/6892/1/2018_CAP%C3%8DTULO_Fact-checking_o%20jornalismo%20regressa%20as%20origens.pdf. Acesso em 30 de agosto de 2022.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Estatística não é coisa com que se brinque**. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/comentarios_mural4.htm. Acesso em 30 de agosto de 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de setembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MACÁRIO, Carol; RÔMANY, Ítalo; DUARTE, Marcela; MORAES, Maurício; AFONSO, Nathália. **Em anúncio, grupo de médicos usa informações falsas para defender tratamento ineficaz contra Covid-19**. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2021/02/23/anuncio-medicos-pela-vida-covid-19/>. Acesso em 30 de agosto de 2022.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. Jornalismo de Dados: conceito e categorias. In: **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, v. 18, n. 1, 2016.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RIBEIRO, Alessandro; MARTINS, Rafael; JÚNIOR, José; FREY, João. **Jornalismo de dados: conceitos, rotas e estrutura produtiva**. Curitiba: InterSaberes, 2018.

SANTOS, Jessica; SPINELLI, Egle. **Pós-verdade, fake news e fact-checking: impactos e oportunidades para o jornalismo**. Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - ECA/USP – São Paulo, 2017.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil**. Tese de doutorado apresentada no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGCOM/UFRGS, 2019.

SIMONETTO, Carlos; APOLLONI, Rodrigo. **Fake News, Pós-verdade, Fact-checking e Jornalismo de Dados: Um Pequeno Glossário para o Jornalismo**. In: Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Porto Alegre, 2019.

SOARES, Daniel. **How an innocent man dies in Rio de Janeiro**. Disponível em: <https://sigmaawards.org/how-an-innocent-man-dies-in-rio-de-janeiro>. Acesso em 30 de agosto de 2022.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Acesso em 30 de agosto de 2022.

PERFIL DAS AUTORAS

Kelly De Conti Rodrigues

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Unesp (FAAC-UNESP). Mestre e graduada em Jornalismo pela mesma instituição. E-mail: kelly.conti@unesp.br

Maria Cristina Gobbi

Bolsista de Produtividade do CNPq-nível2. Pesquisadora Livre-Docente em História da Comunicação e da Cultura Midiática na América Latina (2014) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Professora no Departamento de Comunicação, dos cursos de Graduação e de Pós-Graduação da Unesp. Bolsista (Processo 22/08397-6) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Concluiu o Pós-doutorado (2008) no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM/USP). Presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCom), gestão (2019-2021 e 2021-2023) e Diretora Administrativa da Asociación Latino-Americana de Investigadores de la Comunicación (ALAIc), gestão (2022-2025). Ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão - Categoria: Maturidade Acadêmica da Intercom, em 2014. Email: cristina.gobbi@unesp.br

PRÁCTICAS CULTURALES MAPUCHES MEDIADAS POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Luz Del Paraguay González Orona

Rosa María Araújo Simões

INTRODUCCIÓN

El presente escrito tiene como objetivo dar a conocer las practicas culturales Mapuche mediadas por las nuevas tecnologías, la producción de contenido y la difusión del mismo a través de la virtualidad. En este contexto digital, queremos demostrar como los recursos tecnológicos y las mass medias son utilizados por las comunidades para socializar y difundir sus saberes ancestrales y las realidades que viven.

El pueblo Mapuche es unas de las culturas ancestrales de Latinoamérica que hasta hoy sigue vigente y que el proceso de conquista y colonización no logró derrotar, este se debe a la resistencia de su gente como también a su manera de transmitir los saberes milenarios de forma oral.

La oralidad como forma de preservar su cultura permitió que sus conocimientos sigan vivos con el uso de las nuevas tecnologías, las redes sociales posibilitan la difusión de los contenidos virtuales logrando que la cultura traspase las fronteras de sus territorios llegando a distintos rincones del mundo tanto sus saberes como las problemáticas territoriales que tienen desde la época de la conquista española.

La presente investigación es de metodología cualitativa en la cuál utilizamos el método etnográfico para la recolección de datos, realizamos entrevistas semi estructuradas y libres teniendo como principal interlocutor al profesor intercultural Fabio Inalef, quién es werken de la Comunidad Mapuche Pewenche Curruhuinca, ubicada en San Martín de los Andes, provincia de Neuquén, Argentina.

ANTECEDENTES DE LA CULTURA MAPUCHE

El pueblo Mapuche es una cultura milenaria que habita el territorio del Wall Mapu desde épocas ancestrales, los relatos de cronistas, viajeros e historiadores nos permiten conocer su presencia como así también las crónicas contadas por los mismos integrantes de las comunidades.

La oralidad como transmisión de saberes, su constante perseverancia en las luchas y sus ideales les permite a las familias conservar su linaje y mantenerse en pie durante décadas.

Desde épocas prehispánicas el pueblo mapuche como todos los pueblos de Latinoamérica desarrollaron distintas maneras de relacionarse con los elementos y las fuerzas de la naturaleza; las diversas formas de pertenecer y entender el universo han dado origen a sus prácticas culturales, filosofía, organización territorial y política, idioma, organización social, cosmovisión, entre varios aspectos. Estos componentes identitarios han permitido la resistencia cultural, territorial y política frente a los distintos ataques que el pueblo Mapuche ha sufrido, predominantemente luego de la conquista española y que persisten hasta la actualidad. Las comunidades se sitúan en los territorios que ocuparon y continúan haciéndolo que corresponden actualmente a la división geográfica-política de Argentina y Chile, con las batallas dadas desde la época de la colonia, actualmente los mayores asentamientos de las poblaciones están en la región patagónica de ambos países (SIMÕES, GONZÁLES ORONA, 2021, p. 135).

Su presencia en estos territorios también logró resguardar la biodiversidad de las riquezas naturales que favorecen tanto a la vida humana como a otras especies animales y vegetales, las comunidades Mapuches se sitúan cerca de lagos muy importantes de la región patagónica, sus luchas son para que en estos territorios ancestrales no se construyan hidroeléctricas o pasen a propiedades privadas de grandes terratenientes nacionales e internacionales.

Las investigaciones realizadas por especialistas en la temática sitúan al pueblo mapuche en la región patagónica, la división territorial es en comunidades dependiendo si la comunidad está cerca del mar o la montaña el pueblo mapuche presenta características identitarias propias, teniendo en cuenta el territorio donde viven se caracteriza así la economía y la cultura estableciendo una conexión material y espiritual con los elementos de la naturaleza que encontraron en el territorio donde se ubican.

De acuerdo a su propia transmisión oral y sabiduría tradicional, los mapuches han reconocido a un grupo central y cuatro familias generales, denominadas como sigue: mapuches (grupo central), pewenches (“gente del piñón”) ubicados al Este; williches (“gente del sur”) ubicados en el Sur; lafkenches (“gente del mar”) ubicados al Oeste; y pikunches (“gente del norte”). (GREBE VICUÑA, 1998, p. 55).

EL PUEBLO MAPUCHE PEWENCHE

Las comunidades Mapuches están ubicadas en lo que actualmente comprende a los países de Argentina y Chile, lo que en idioma mapudungun, se conoce como Wall Mapu.

El pueblo Mapuche estuvo ubicado en la región centro y sur del actual territorio argentino y chileno. Con la Conquista del Desierto en Argentina y la pacificación de la Araucanía en Chile las comunidades Mapuches que no fueron exterminadas migraron hacia la Patagonia o el país vecino cruzando así la Cordillera de los Andes. (SIMÕES, GONZÁLES ORONA, 2021, p. 138).

Las comunidades Mapuches Pewenches, están ubicadas muy cerca de la Cordillera de los Andes, donde se encuentran plantaciones naturales del árbol ancestral el Pehuen palabra que etimológicamente significa:

La palabra deriva de “pen”, mirar, observar y “huenu”, cielo. Es decir, son árboles que miran hacia el cielo, en alusión a la forma que tiene la copa en el individuo maduro. ¿Qué hace al Pehuen tan especial?. Podemos encontrar las razones en su resistencia a los disturbios naturales, en el rol de sus semillas en el ecosistema y en su íntima relación con el ser humano. (Inalef, <https://elargentinodiario.com.ar/zona-destacada/11/08/2022/ya-esta-disponible-la-revista-cultura-argentina-de-agosto/>.)

Imagen 1 – Werken Fabio Inalef en bosques de árbol Pehuen



Fonte: acervo pessoal.

Las practicas culturales Mapuches son traspasadas desde épocas ancestrales a través de la oralidad, con el avance de las nuevas tecnologías y el uso de los mass media en los últimos años las comunidades empezaron a usar los medios masivos de comunicación para difundir sus actividades, cultura y problemáticas territoriales.

Como medios de comunicación se refiere a las herramientas utilizadas para almacenar y entregar información o datos a un público objetivo amplio. El término medios de comunicación puede referirse a la publicidad, medios digitales, medios electrónicos, hipermedia y medios de comunicación de masas, entre muchos otros. (<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/mass-media>).

El pueblo Mapuche está distribuido a lo largo y ancho de la Meli Wuitran Mapu se agrupa en comunidades, también llamadas lof, cada una posee características socioculturales que han construido su identidad a través del tiempo y el espacio, esta diversidad se plasma dentro del territorio mapuche que comprende ambos lados de la Cordillera de los Andes y se visibiliza en los rasgos culturales de las personas que construyen su identidad a través de su vestimenta, idioma, instrumentos musicales, organización político-social, etc.

El internet y el rápido alcance que tienen los contenidos producidos por la tecnología, posibilitaron conocer las problemáticas y saberes ancestrales del pueblo Mapuche, el profesor intercultural Fabio Inalef comenta al respecto:

La tecnología bien utilizada ha favorecido en gran parte a las comunidades Mapuches a la hora de la conexión, a la hora de trabajar en conjunto en pos de por ejemplo la cultura, el arte, la educación, en el intercambio de poder trasladarse virtualmente a otra provincia o así mismo al interior de la provincia para transmitir lo que hemos aprendido en nuestro recorrido, el conocimiento que se ha adquirido, la posibilidad de transmitirlo a nuevas generaciones. (Entrevista Inédita realizada a Fabio Inalef. 28 de septiembre de 2022.)

Nuestro interlocutor, el werken Fabio Inalef pertenece a la comunidad Mapuche Pewenche que esta ubicada en la localidad de San Martín de Los Andes, en la provincia de Neuquén, Argentina; Fabio Inalef junto a la organización que pertenece Kallfü Mapu se dedican a transmitir los saberes ancestrales de la cultura Mapuche, hace más de diez años que vienen realizando talleres, viajando y dando a conocer la poesía, la música, la medicina, saberes que sus ancestros les enseñaron; pero en los últimos años, la influencia de los recursos tecnológicos, la posibilidad de digitalizar material y la difusión que generan las redes sociales ha permitido que los integrantes de Kallfü Mapu puedan generar y compartir contenidos en formato virtual.

Los escritos sobre cultura Mapuche que predominan o los saberes que se imparten en las escuelas son escritos por autores con pensamiento occidental que poco entienden de la cosmovisión de los pueblos ancestrales de Latinoamérica, organizaciones como KallfüMapu nacen con la necesidad de cambiar la mirada hegemónica y contar la historia del pueblo Mapuche desde la realidad que viven y transitan las comunidades.

El pueblo Mapuche se ha favorecido de una manera sumamente importante más que nada en el intercambio y la posibilidad de llegar a diferentes lugares del territorio nacional y traspasar fronteras; en el caso personal tener la posibilidad de transmitir la literatura Mapuche, ya que en el mercado casi todo lo que existía hasta hace poco tiempo era escrito por historiadores con su mirada occidental al respecto, y en muchos casos eran relatos distorsionados de lo que auténticamente es nuestra cultura y cosmovisión. (Entrevista Inédita realizada a Fabio Inalef. 28 de septiembre de 2022).

La organización Kallfũ Mapu lleva más de diez años trabajando en la difusión de saberes culturales Mapuches, desde su creación hasta la actualidad sus integrantes han podido difundir y ayudar a implementar la ley de Educación Bilingüe en Argentina.

La Ley de Educación Nacional (LEN) N°26.606 en su Capítulo XI contempla, por primera vez en la historia de la educación argentina, la creación de la Modalidad de Educación Intercultural Bilingüe (EIB), dentro de la estructura del Sistema Educativo. Esto significa que los niveles de Educación Inicial, Primaria y Secundaria deben garantizar el cumplimiento del derecho constitucional de los pueblos indígenas a recibir una educación que contribuya a preservar su identidad étnica, su lengua, su cosmovisión y su cultura. (<https://mapa.educacion.gob.ar/educacion-intercultural-bilingue>).

La preservación y difusión de saberes a través del uso de los medios masivos de comunicación, hicieron posible conocer el trabajo de Kallfũ Mapu y contactarlos para conocer la realidad que viven, contada por los propios Mapuches.

En lo personal como creador del espacio de cultura Kallfũ Mapu que es un espacio que desde el principio ha ido acrecentándose de a poco, al inicio con la difusión de la música Mapuche, de los bailes, de lo que es el arte culinario, la platería, la madera, el telar; fue muy importante expandirnos, primero en el contexto patagónico del sur de Argentina, luego Buenos Aires y el resto del país; fue muy importante porque cuando se conformó Kallfũ Mapu no estaban todas las herramientas de redes sociales, así que era más difícil la comunicación pero fue haciéndose más importante y eso también hizo crecer el proyecto de este espacio cultural donde se difunde prácticamente toda la cultura Mapuche, así mismo lo que es la educación y con una mirada siempre desde el principio de su fundación con una mirada intercultural, de esa manera se ha podido aprovechar las redes sociales bien, para poder transmitir todas las prácticas culturales de nuestro pueblo. Ha nosotros nos ha beneficiado en intercambio, en poder transmitir y llegar a lugares que pensábamos que nunca íbamos a llegar, así que fue un cambio lindo y hoy a la distancia después de varios años miramos para atrás y hay un recorrido serio de difusión de nuestro pueblo y del arte nuestro como artistas y como docentes de la difusión de nuestras culturas. (Entrevista Inédita realizada a Fabio Inalef. 28 de septiembre de 2022).

El contenido de las mass medias llega a distintos rincones del planeta como también a una diversidad de consumidores; esta difusión rápida y masiva logra que se pueda conocer y aprender sobre diferentes culturas, aunque física y geográficamente estemos a miles de kilómetros de distancia, además ahora poder interactuar con

el contenido que estamos viendo y escribir comentarios o realizar preguntas para profundizar la interacción, lo que se conoce como narrativa transmedia. El uso de internet se hace ya una necesidad continúa y contamos con diversas compañías y plataformas que nos facilitan su acceso y es usado por personas de todas las edades.

Los datos sobre audiencias desvelan que las generaciones más jóvenes cada vez consumen menos medios de comunicación porque han crecido con las ventajas de los *social media*. Ya no se conciben canales de difusión de mensajes que no permitan una interacción entre el medio y el usuario, lo que ha hecho que se extienda lo que se conoce como **narrativa transmedia**: un tipo de relato que se desarrolla mediante diversos medios y plataformas de comunicación y en el que el usuario cumple un rol activo.(<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/mass-media>).

La posibilidad de interactuar con el contenido y de llegar a dialogar con los mismos creadores nos permite profundizar en las inquietudes o consultas como también una comunicación más directa con los creadores.

La cosmovisión Mapuche implica diferentes saberes como la medicina ancestral, el uso de hierbas medicinales que recolectan en su territorio, la música, los instrumentos, la filosofía, el idioma.

Según Fabio Inalef, los consumidores, usuarios del contenido que genera Kallfü Mapu fueron cambiando por la llegada de un público con inquietudes más amplias, comenta al respecto:

El público ha variado mucho al principio estaba muy destinado al área docente, cuando Kallfü Mapu comenzó estábamos abriéndonos paso y el público era más que nada las escuelas, en ese momento no se entendía que era la palabra intercultural, entonces íbamos a escuelas secundarias, universidades eran lo que nos abrían las puertas haciendo punta de lanza en lo que fue la educación intercultural, éramos como los primeros junto a otros espacios que hablábamos de esta temática hoy ya instalada en Argentina como ley pero igual que falta muchísimo trabajar auténticamente lo que es; cuando hablamos de interculturalidad también los hacemos desde el arte, nosotros desde la educación, desde la cultura y la cultura abarca absolutamente todo y dentro de la cultura está la educación. Aquellos primeros años eran personas especializadas en cuestiones de pueblo originarios como por ejemplo antropólogos, historiadores docentes a los que les interesaba la temática; y hoy bueno, ya ha cambiado mucho también se amplió de una manera abismal, ahora que quienes se acercan son músicos que vienen de los géneros como el folklore, el rock, de diferentes estilos, se acercan para saber más sobre los instrumentos y la música de nuestro pueblo; también se han

acercado profesionales de la rama de la educación, la cultura en general y también en la última etapa incorporamos lo que es la espiritualidad y la gente que trabaja con la medicina milenaria Mapuche, vienen interesados en aprender, nos hemos enfocado a la difusión de las hierbas medicinales entonces mucho de lo que es el camino de la espiritualidad, se amplió bastante lo que es el público y los usuarios que nos siguen. (Entrevista Inédita realizada a Fabio Inalef. 28 de septiembre de 2022).

Este último tiempo el pueblo Mapuche es muy conocido por los conflictos territoriales, los medios masivos de comunicación colocan el foto en esta problemática pero invisibilidad en los aspectos culturales y saberes ancestrales que también forman parte de la cultura; si bien el uso de los mass medias y el internet nos acerca a la información debemos tener precaución y consultar las fuentes, en algunos casos la información puede estar distorsionada para generar diferentes efectos en los usuarios o con una intencionalidad para provocar reacciones sociales.

La difusión mediática también hizo un poco de estragos, porque según quién difunde la temática y si lo hace desde el desconocimiento lo único que hace es ejercer confusión, como hemos visto en los últimos cuatro o cinco años, el pueblo Mapuche es conocido prácticamente por los problemas territoriales y nada más, pero eso también es la prensa y los medios de comunicación difunden lo errado al desconocer la historia también, no, porque si no la contamos nosotros no la cuenta nadie a la historia auténtica, verdadera, entonces debido a las distancias también la gente consume distancias muy largas de lo que es el contexto de comunidades Mapuches y sucede que ahí está la confusión y por eso siempre el pueblo Mapuche esta en boga o es conocido por los conflicto territoriales y de esa manera se va perdiendo la verdadera esencia de nuestro pueblo, un pueblo con un gran componente de sabiduría, con una historia muy rica, con un idioma, que es todo lo que hacemos nosotros, difusión del idioma, la cultura, por eso tampoco estamos nosotros en los grandes carteles porque nosotros difundimos lo que a casi nadie le interesa que es la cultura, entonces la difusión mediática que es lo que más que nada se ha profundizado en los últimos años ha catapultado al pueblo Mapuche, siempre por problemas territoriales y desconociendo así lo rico de la cultura y su espiritualidad que sigue intacta. (Entrevista Inédita realizada a Fabio Inalef. 28 de septiembre de 2022).

La realidad del pueblo Mapuche, como la de la mayoría de los pueblos originarios de Latinoamérica se ve minimizada por noticias que sólo muestran algunos aspectos de sus comunidades, cuando su cosmovisión y cultura son muchos más amplios.

CONCLUSIÓN

Consideramos que el uso de las mass medias son herramientas muy importantes que junto con el internet permiten la difusión rápida de contenidos y la posibilidad de traspasar las fronteras nacionales sin movernos de nuestro hogar, y en el caso puntual de la cultura Mapuche permite difundir y preservar una cultura ancestral, sus prácticas son traspasadas a través de la oralidad y las nuevas tecnologías permiten resguardarlas y registrarlas para las futuras generaciones.

El pueblo Mapuche tiene prácticas culturales milenarias, que está conformada por su música, su medicina ancestral, la platería, la luthería, sus rituales, su filosofía y cosmovisión, entre otras; la organización Kallfü Mapu tiene un rol importante ya que se encarga de divulgar los saberes ancestrales desde una mirada intercultural lo que es muy importante para comprender a los pueblos originarios en su totalidad y no tener una visión fragmentada al respecto.

Esperamos con este artículo ayudar a generar conciencia en la preservación de las culturas milenarias del Latinoamérica como también estimular a que sus saberes sean impartidos en instituciones formales y no formales para ayudar difundir y preservar los saberes de los pueblos originarios.

REFERÊNCIAS

GREBE VICUÑA, María Ester. **Culturas indígenas de Chile**. Un Estudio preliminar. Santiago de Chile: Editorial Pehuén, 1998.

SIMÕES, GONZÁLES ORONA. La Educación en el contexto de la pandemia en el pueblo mapuche. En: VENTURA, M. S., GOBBI, M. C. (Orgs.) **Comunicação Cidadã, Gênero, Raça, Diversidade e Redes Colaborativas no Contexto Da Pandemia**. 1ª edição - Bauru, SP: Canal 6, 2021.

PÁGINAS REVISADAS ON-LINE

<https://elargentinodeiario.com.ar/zona-destacada/11/08/2022/ya-esta-disponible-la-revista-cultura-argentina-de-agosto/>. (Revisado 10 de octubre de 2022).

<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/mass-media>. (Revisado 10 de octubre de 2022).

PERFIL DAS AUTORAS

Luz Del Paraguay González Orona

Docente investigadora categorizada de la Licenciatura de Música de la Universidad Nacional de La Rioja. Docente en el Instituto de Formación Docente ISFD Alberto G. Caverio. Investigadora de arte latinoamericano, principalmente de la música y el arte de las culturas ancestrales y populares, actualmente investiga la música y los instrumentos rituales de la Música Mapuche Pewenche. Integrante del proyecto Tipo 1 aprobado por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Cuyo denominado “El pasaje del modernismo mendocino al arte contemporáneo. Cultura visual, historia del arte local y estudios curatoriales. Integrante del Instituto de estudios antropológicos, sociales y de género, inserto en el Museo de Ciencias Antropológicas y Ciencias Naturales dependiente de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de La Rioja. Actualmente cursa la Maestría en Arte Latinoamericano especialidad Música en la Universidad Nacional de Cuyo. luzgonzalesorona@gmail.com

Rosa Maria Araújo Simões

Doctora en Ciencias Sociales (Línea de investigación: Relaciones Sociales, Poder y Cultura) por la Universidad Federal de San Carlos (UFSCar), Maestra en Ciencias de la Motricidad – (línea de investigación: Filosofía y Sociología del Movimiento Humano) por la Unesp – Rio Claro. Fue por tres mandatos Jefa del Departamento de Artes y Representación Gráfica de la Facultad de Arquitectura, Artes, Comunicación y Diseño de la Unesp – Bauru donde es docente y investigadora en la carrera de Artes desde 2002. Investigadora de arte latinoamericano, de arte afrobrasileño, principalmente de los procesos interculturales y interartísticos expresos en la música, en el cuerpo y en el arte de las culturas ancestrales y populares desde una mirada antropológica. Contacto: rosa.simoes@unesp.br

NOVAS FORMAS DE RESISTÊNCIA EM TEMPOS DE PANDEMIA E DESIGUALDADES DIGITAIS ENTRE ATIVISTAS E LIDERANÇAS DE MOVIMENTOS SOCIAIS

Cosette Castro

INTRODUÇÃO

O processo de participação política e democrática tem mudado no Brasil e no mundo, especialmente após o advento das tecnologias digitais no começo dos anos 2000 que vem permitindo maior participação da sociedade na esfera pública. No entanto, se observado desde o ponto de vista de países como o Brasil, trata-se de uma participação parcial.

Somos 7,8 bilhões de pessoas no mundo. Destas, 4,6 bilhões têm acesso à internet. Pelo menos 2,5 bilhões são incluídos parcialmente e outras 3,2 bilhões de pessoas são totalmente excluídas do mundo digital. Ou seja, 5,7 bilhões de pessoas não acessam internet ou têm problemas para participar do espaço virtual. Ainda assim, os meios de comunicação, analógicos e digitais, as empresas e os governos seguem afirmando diariamente o quanto “todos estamos” incluídos e hiperconectados.

Isso também se repete em parte do pensamento acadêmico, particularmente quando são utilizadas teorias e conceitos pensados sobre e para o mundo desenvolvido, repetindo um pensamento colonizado, em detrimento do pensamento nacional e regional (América Latina). Pensamento que o pesquisador brasileiro Marques de Melo conceituou como *complexo do colonizado* (2003), e que agora se repete em parte das reflexões sobre o mundo digital. Além disso, dados e indicadores muitas vezes são avaliados em sua forma bruta, generalizante, sem levar em consideração as diferentes camadas de desigualdade existentes no país, sejam elas no campo das invisibilidades ou das identidades. Invisibilidades e desigualdades que não param de crescer apesar da digitalização acelerada em consequência da pandemia.

Castells (2002) lembra que a sociedade em rede, também conhecida como sociedade da informação, transformou nossas formas de estar, sentir e perceber e atuar no mundo. Mas na América Latina isso ocorre em diferentes condições de aprendizagem, estando presente com mais força entre os incluídos digitais. A sociedade em rede, aliada ao capitalismo e a um governo conservador, como é o caso do Brasil, tem se mostrado desigual, precarizada e excludente.

As transformações do mundo digital têm se inserido diretamente nas práticas cotidianas de uso social e na apropriação das tecnologias de informação e comunicação, chegando de forma diferenciada no caso da população brasileira. Tais mudanças alteram drasticamente as formas de representação de interesses, sejam eles econômico, político, social, cultural, religioso, tecnológico e sindical/ associativo.

Esta situação de um lado influencia o processo de construção das agendas, da tomada de decisão política e da formação de lideranças que, desde o começo da pandemia por Covid-19, ocorre majoritariamente no mundo online. E de outro lado, tem consequência direta na vida cotidiana de militantes e ativistas, como será visto no decorrer do capítulo.

SOBRE A PESQUISA

A pesquisa “Democracia e Representatividade. Novas Formas de Representação Diante da Transformação Digital” foi construída em diferentes etapas utilizando técnicas qualitativas e quantitativas de pesquisa online e também impressa. Ela buscou compreender o grau de familiaridade dos públicos selecionados no estudo com a internet, com aparelhos e tecnologias digitais, com aparelhos/plataformas/aplicativos, incluindo dados sobre acesso e alfabetização digital. A partir daí foi possível pensar os diferentes tipos de exclusões existentes e as representatividades decorrentes do mundo virtual, observando como colaboram ou dificultam as práticas democráticas no país.

A pesquisa incluiu lideranças (dirigentes) e liderados (militantes e ativistas) da cidade, do campo, das florestas e das águas (população ribeirinha e quilombolas), com possibilidade de participação online, das cinco regiões brasileiras. Também permitiu observar a mobilização, a atuação, as facilidades e desafios do mundo digital para militantes, ativistas e suas organizações. Esta escolha metodológica ampliou o escopo da pesquisa, as técnicas de análise utilizadas e, consequentemente, o nível de trabalho de campo a ser estudado.

Trata-se de uma pesquisa qualiquantitativa, onde os dados quantitativos (questionários online) forneceram subsídios para a aplicação de técnicas qualitativas nos cinco grupos focais online realizados com diferentes atores no país. Devido aos problemas de acesso à internet e exclusão digital, foi aplicado um pequeno número de questionários impressos (10), a partir da colaboração de lideranças e ativistas do Distrito Federal. A proposta foi dar voz às pessoas que sofrem inclusão precária ou exclusão digital total.

A pesquisa contou com 219 participantes que responderam aos questionários semiestruturados online, aqui chamado questionário 01, dirigido a militantes e ativistas e questionários online 02, voltados para lideranças. No questionário 01, relativo à percepção de militantes e ativistas, 76% dos participantes eram mulheres. No questionário 02, voltado para lideranças, 54% da participação foram de mulheres de diferentes regiões do país. Outras 10 pessoas com dificuldade de acesso à internet parcial ou total responderam ao questionário impresso, sendo seis delas mulheres, totalizando 229 participantes.

Foram realizados cinco grupos focais que contaram com a participação de 30 militantes, ativistas e também lideranças brasileiras. Das 21 lideranças convidadas para participar por duas horas em grupos focais online específicos, apenas 11 estiveram presentes nos dois grupos realizados com este grupo social. Com as chuvas consideráveis no Distrito Federal e em outros estados no final de 2021, lideranças que dependiam do sinal da internet, como negros e indígenas, foram as mais prejudicadas pela queda ou fragilidade no sinal da internet.

REFLEXÕES SOBRE DESIGUALDADE

A desigualdade digital divide a população entre incluídos, incluídos precariamente e excluídos, principalmente no que diz respeito aos grupos sociais. Este é o caso das populações vulnerabilizadas, como a negra e indígena, que vivem na periferia das cidades, em regiões longínquas, de difícil acesso, ou em um território misto, dividindo-se entre campo, aldeias e cidades. E dentro dessas populações vulnerabilizadas, as que mais sofrem violência, preconceito, assédio, abandono e/ou assassinatos são as mulheres ao longo de toda a vida, desde a infância.

A inclusão digital precária e/ou mesmo a exclusão digital, como comentado no parágrafo anterior, ocorre entre moradores de periferias das cidades e moradores de

regiões rurais, como campo, florestas e águas (ribeirinhos / quilombolas). A inclusão precária vai além do recorte regional. Ela aparece em níveis mais altos nas Regiões Nordeste (72%) e Norte (60%) do país. Mas está presente também em regiões tradicionalmente mais desenvolvidas como a Região Sudeste, onde o uso exclusivo do celular como tecnologia de acesso à internet é de 58% da população.

Tais situações reduzem e/ou impedem a representatividade e a visibilidade das populações vulnerabilizadas. Este é o caso dos negros, categoria onde incluímos as pessoas negras e pardas, fazendo eco a como se apresentaram nas respostas de questionários e grupos focais, e das pessoas indígenas. Dentro desses todos os grupos, as pessoas que se encontram em situação mais fragilizada são as mulheres.

Os níveis de complexidade da transformação digital marcam a estrutura dos movimentos sociais, repercutem na vida de militantes e ativistas e na democracia. Essas consequências não estão isoladas. Elas ocorrem de forma interseccional (Crenshaw, 1989) estabelecendo diferentes cruzamentos na vida social, política, econômica, cultural e também no âmbito da tecnologia.

As transformações digitais vêm abalando, por exemplo, as relações de trabalho. De um lado aparecem novas funções no mundo digital. E de outro, há redução do número de trabalhadores no mercado, redução dos salários, redução dos direitos trabalhistas e redução do espaço cidadão. Todas essas reduções apresentam outras relações de interseccionalidade, atualizando o conceito de Crenshaw, ligadas à idade, gênero, raça, tipos de corpos, nível educacional, local de moradia, acesso à internet e níveis de alfabetização digital.

O conceito de interseccionalidade propõe uma visão integrada e convergente de múltiplos marcadores sociais da diferença. Embora dê ênfase ao gênero e raça/etnia, leva em conta suas articulações, entre elas local e estado de moradia, níveis de empregabilidade, os diferentes tipos de corpos e faixas de idade.

A pesquisa apontou para a existência de categorias interseccionais no que diz respeito à representatividade, visibilidade e inclusão/inclusão precária/ exclusão digital. Isso ocorre por diferentes motivos. Um deles é a quantidade da carga de trabalho, cuidados e responsabilidades das mulheres.

Exemplo disso são as famílias monoparentais, onde as mulheres são chefes de família, sendo responsáveis não apenas pelos filhos, mas também por pessoas idosas e enfermas, além da casa e alimentação. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica

Aplicada (IPEA), 45% delas são chefes de família, número que cresce para 55% se levarmos em conta o estudo de Cavenaghi e Diniz (2018) sobre famílias monoparentais.

Em relação à interseccionalidade e o contexto da inclusão precária e exclusão digital, as mulheres negras enfrentam mais dificuldades em todos os setores em relação às mulheres brancas, aos homens brancos e aos homens negros. Já as mulheres indígenas enfrentam mais dificuldades em todos os setores em relação a mulheres brancas, aos homens brancos, aos homens negros e também aos homens indígenas.

Os graus de dificuldades aparecem para mulheres em geral, mas aumentam e até duplicam no caso de mulheres negras e mulheres indígenas. Isso pode ser observado na medida em que é ampliado o olhar e as categorias de análise.

Os níveis de inclusão precária ou exclusão digital crescem de acordo com

1. A raça/etnia,
2. Os diferentes tipos de corpos (particularmente em mulheres, cobradas por um “ideal feminino”¹¹²),
3. A existência de deficiências,
4. A idade (que aparece no mundo do trabalho a partir dos 40, 45 anos e se amplia para todos os setores a partir dos 60 anos)
5. A identidade de gênero (mulheres cis ou transgênero),
6. O nível educativo,
7. O tipo de emprego (formal/ informal)
8. As diferenças/ níveis salariais,
9. O local de moradia (centro – periferia, cidade – zona rural e regiões do Brasil),
10. Os aparelhos tecnológicos utilizados (celulares de 2ª, 3ª ou 4ª geração, por exemplo),
11. Níveis de acesso à internet/tipo de internet (tipo de plano, pré-pago – pós-pago)
12. O nível de alfabetização digital

Ser “parte” das categorias acima, como ocorre com mulheres negras e indígenas – em praticamente todos os casos – também tem consequências na vida cotidiana. E apareceram nos relatos de discriminação na escola, na seleção de emprego, na ascensão profissional e no cotidiano do mundo do trabalho apontando para a

112 Branco, jovem e magro.

relação existente entre níveis de representação, invisibilidade, racismo e machismo estrutural.

No que diz respeito às tecnologias, inclui também as condições de acesso à internet, de acesso a torres de emissão de sinais, acesso à tecnologias de recepção e capacidade de memória e a alfabetização digital que resultam na produção cumulativa e ampliada da discriminação, da inclusão precarizada, da desigualdade, do sofrimento social e da exclusão digital.

Utilizadas por um governo conservador e aliadas ao capitalismo, as transformações digitais aceleram e ajudam a divulgar as mudanças na legislação que precarizam o mundo do trabalho e estimulam o surgimento dos grupos “uberizados”, sem direitos trabalhistas.

Em tempos de pandemia, contribuem para o crescimento da imaterialidade do trabalho, como é o caso do *home office* ou do estudo distância, este último aqui considerado uma forma de trabalho (de formação), sem remuneração. Isso repercute na relação dos movimentos sociais com suas bases e nas possibilidades de interação, já que as relações passaram a ser cada vez mais individualizadas e realizadas através do mundo virtual.

São relações voltadas para quem tem acesso (total ou parcial) à internet, para aqueles e aquelas que possuem e sabem utilizar computadores e celulares/ Smartphones e que sabem usar as plataformas disponíveis. Ainda que nem sempre lideranças, militantes e ativistas¹¹³ tenham domínio das tecnologias digitais, tenham acesso a aparelhos de última geração ou tenham acesso amplo à internet. Ao contrário, segundo a pesquisa apenas 37% das lideranças que participaram possuem Smartphones.

Durante a pandemia, o *home office* significa mais horas de tela, mais trabalho e estudo em situações de inclusão digital precária ou em situações de exclusão, quando os equipamentos são antigos e não têm memória suficiente para baixar plataformas ou sequer há acesso à internet.

113 Escolhemos utilizar os dois termos, militantes e ativistas, pois mostram diferentes pontos de vista e estratégias de participação e atuação social. Segundo Sales, Fontes e Yasui (2019), o movimento sindical e político progressista utiliza o termo militante e tende a valorizar a disciplina e a centralização. De outro lado, ativistas progressistas atuam em arranjos descentralizados, nos quais a liderança e as decisões são partilhadas entre muitos, de forma horizontal. Militância e ativismo são metodologias usadas para o mesmo fim: agir em conjunto para interferir nas normas e desigualdades sociais.

Isso acontece ao mesmo tempo em que os indicadores gerais apontam, paradoxalmente, para o crescimento do número de acessos gerais à Internet, como mostraram os dados do CGIBr (2021). Ou ainda em tempos em que o analfabetismo absoluto, o analfabetismo rudimentar¹¹⁴ e o analfabetismo funcional¹¹⁵ convivem lado a lado com o analfabetismo digital.

Este cenário complexo¹¹⁶ desafia a atualidade das estruturas de representação de interesses, principalmente porque parte das organizações sequer fez a passagem completa do mundo analógico para digital, como apontam os resultados da pesquisa.

Isso repercute diretamente na vida de militantes e ativistas, que atuam na base e sofrem com diferentes tipos de violências e exclusão. A violência diária toma corpo e forma de diferentes maneiras. A inclusão digital precária ou a exclusão digital são apenas algumas das facetas dessa violência cotidiana.

Entre os resultados da pesquisa é possível observar que 59,1% das entidades não oferecem acesso gratuito à internet a seus associados/participantes/militantes/ativistas. Nem para população próxima ao endereço da organização social. Outras 45,5% não oferecem nenhum tipo de curso de formação sobre tecnologias digitais para suas bases.

Segundo as lideranças que participaram da pesquisa, 47,7% dos seus associados/participantes¹¹⁷/ativistas têm dificuldade de acessar internet. Isso desestabiliza instituições e coloca em discussão, o sistema democrático de gestão do poder, baseado em métodos tradicionais de comunicação ou métodos on line que não levam em conta as diferentes necessidades de suas bases.

Os resultados mostram que as pessoas indígenas se sentem invisibilizadas, não se sentem representadas, vivem em situação precarizada e são excluídas. Isso ocorre

114 São as pessoas que só lêem o suficiente para localizar informações explícitas em um texto curto, sabem somar dezenas, mas não conseguem identificar qual operação matemática é necessária para resolver um problema.

115 Segundo o indicador de Analfabetismo Funcional (INAF, 2018), 30% da população brasileira entre 15 e 64 anos é analfabeta funcional. Três entre cada 10 brasileiros têm limitação para ler, interpretar textos, identificar ironia e fazer operações matemáticas em situações da vida cotidiana - e, por isso, são considerados analfabetos funcionais.

116 O paradigma clássico, baseado na análise, na dicotomia, na causalidade simples e no raciocínio linear não consegue mais abarcar a complexidade do mundo atual. **Morin (2005) enfatiza a urgência de adotar uma visão que enfatize não apenas as partes do fenômeno, como também as relações existentes entre essas partes.** Trata-se de uma visão panorâmica, mas sem se perder a noção dos detalhes e das interações. Sobre o tema, ver a obra de Edgar Morin.

117 Diferenciamos associados e participantes, pois nem sempre atuam como militantes e/ou ativistas

na zona rural, pela violência dos garimpeiros e dos proprietários de terras e também nas cidades, onde há um estranhamento de pessoas não indígenas sobre a pertinência ou direito das pessoas indígenas viverem fora das aldeias. A maioria dos participantes indígenas da pesquisa moram entre a cidade e a aldeia, na tentativa de buscar melhores condições de vida para sua família, seja através do trabalho, principalmente o artesanato, seja através da educação. E encontraram graves problemas para continuar estudando durante a pandemia.

Ainda no que diz respeito aos indígenas, a falta de capacitação para manusear equipamentos eletrônicos e as plataformas digitais, o compartilhamento de celulares e computadores entre os membros da família, a ausência de equipamentos eletrônicos de comunicação, o não domínio do português são entraves para a já complexa situação que os indígenas vivem atualmente.

Consideramos que as organizações sociais têm um papel importante no sentido de reduzir o preconceito, aproximando, através de cursos e projetos, a população indígena das populações das cidades, assim como contribuir para o acesso à internet e formação para as tecnologias de informação e comunicação deste grupo social. O mesmo ocorre quando o tema diz respeito ao racismo e machismo estrutural.

No que diz respeito às lideranças, as dificuldades com o mundo digital também ocorrem, seja pela necessidade de alfabetização e atualização digital, pelo uso diário das redes sociais digitais, pelo aumento considerável da quantidade de atividades on line e horas frente às telas durante a pandemia. E não se trata de qualquer tela.

É importante levar em conta que 58% da população brasileira, incluídas as lideranças, têm acesso à internet apenas pelo celular, o que dificulta a plena utilização das reuniões virtuais e a visualização dos participantes, por exemplo. Existem 118,7 milhões de celulares pré-pagos em circulação, caracterizando a população com inclusão precária, da qual parte das lideranças faz parte como compradores de tempo.

No Brasil, entre os 58% da população que têm apenas o celular como acesso à internet, há muitos celulares 2ª G e 3ª. Geração, sem memória para baixar vídeos, participar de salas de reunião on line, realizar trabalho ou participar de ensino on line. Segundo dados do governo do Distrito Federal (2021), entre 20 e 25% das crianças de escola pública não tiveram acesso à internet. Outras tiveram acesso precário, o que comprometeu o aprendizado. Para além das questões tecnológicas, estavam pais – na maioria mães – que não têm estudo suficiente para ajudar nas aulas on line dos filhos e filhas.

O acesso à internet exclusivo pelo celular está marcado pela interseccionalidade. Aparece no recorte de raça/etnia, sendo mais presente entre pessoas negras (65%) e pardas (60%) e 47% no caso da população indígena (CGIbr, 2021). E aparece no recorte de gênero, sendo predominante o acesso à internet apenas pelo celular entre mulheres negras e indígenas. Tais dados comprovam os níveis de complexidade e desafios que o campo progressista tem pela frente.

SOBRE AS MULHERES

Segundo a pesquisadora Cecilia Vieira, a realização de Grupo Focal com as Mulheres Negras e com os Dirigentes Negros e Negras configurou-se como um espaço dialógico de trocas e de aprendizagem que ultrapassaram os perímetros da pesquisa. Um espaço que se tornou possível para converter vítimas de opressão em atores políticos que protagonizem suas lutas e resistências. Ao tomarem o centro da cena puderam sugerir e apresentar possibilidades de criar políticas públicas para inclusão digital eficientes que dialoguem com suas realidades.

Gatti (2005, p. 9), destaca que os grupos focais dão a oportunidade de descobrir os interesses, no que as pessoas pensam e expressam, mas também em como elas pensam e por que pensam. Foram selecionadas duas falas que auxiliam a refletir sobre os impactos da tecnologia e da pandemia na vida dessas mulheres.

Níveis de Inclusão/ /Pessoas precarizadas/ Cotidianos

[...] Eu não sou dessas pessoas que nasceram com a internet, então pra mim, foi um grande desafio, tive que aprender a instalar esse sistema sozinha. Tive que entrar nesse sistema, aprender a usar esse sistema. Lógico que tivemos apoio dos chefes, mas tive que fazer tudo isso sozinha. Nos primeiros dias, pensei que ia enlouquecer. De repente, eu que não sou dessa geração, tinha que baixar um sistema, tinha que entrar nesse sistema, tinha que aprender a trabalhar nesse sistema. Então, os primeiros dias dentro de casa, para mim foram desafiadores..... Foi muito desafiador essa pandemia, mas agradeço a Deus. (...) Muitas vezes a gente ligava umas pras outras, desabafava, conversava e a gente saía dessa conversa bem melhor.

Marcia, 56 anos, DF

Níveis de Inclusão/ /Pessoas precarizadas/ Cooperação

[...] Então eu tive que aprender, e foi com os meus alunos. Eu dou aula do primeiro ao quinto ano. Os meus alunos do quarto e quinto ano falando: - 'Professora, se você clicar em um lugar tal, você consegue fazer isso'(...). Eles falavam: - 'Você não vai botar a aula para gravar? E eu: - Gente, péra! Eu não sei. Como pôe? E eles: - 'Professora, vai no lugar tal. Tá vendo três bolinhas? Então foi realmente assim, muita coisa que eu sei hoje em dia foi aprendendo no susto, essa coisa de ter outras pessoas.(...)

Gislaine, 28 anos, MG

Já a pesquisadora Rose Vidal, que coordenou a parte do estudo com mulheres e população indígena, revelou que, ao utilizarem tecnologias e *costumes não indígenas*, há um entendimento popular no Brasil que o “índio perde sua pureza”. A palavra “índio” possui uma forte carga simbólica que compõem a identidade indígena para a maioria da população.

Para o Doutor em Educação, Daniel Munduruku, há dois conceitos no senso comum do Brasil: o olhar romântico, do “índio” que vive no meio da floresta, e o aspecto ideológico que considera que “índios são preguiçosos e atrasam o progresso”. Esse imaginário, fruto do pensamento ocidental e colonizador, criou um achatamento da riqueza cultural brasileira (BBC News, 2019).

A relação entre as representações midiáticas dos indígenas e sua própria identidade cultural, cada vez mais atravessada por hibridizações, torna-se uma discussão premente. Essas representações, ao considerarmos o período histórico pós-colonização, afetam sua percepção pelo outro, o que implica pensarmos a relação entre a identidade e a alteridade. Como conta a pesquisadora, a alteridade, a imagem do outro, pode ser vista através de distintos imaginários e o etnocentrismo é uma dessas lentes que pode levar à coisificação ou demonização daquele que é diferente

Segundo relatório da ONU, as mulheres indígenas são as principais vítimas de violência sexual, apresentam a maior taxa entre mulheres: 1 em cada 3 será estuprada ao longo da vida. Elas lideram os índices de mortalidade materna. Segundo o relatório da CIDH, o público feminino indígena tem a menor probabilidade de completar a educação primária e secundária.

Em relação a inclusão digital e representatividade, foram selecionadas duas falas de mulheres indígenas:

Para a professora baiana Mônica Pataxó, foi bem difícil e desafiador o acesso à internet e a divulgação de seus produtos e trabalhos durante a pandemia. A Funai chegou a cogitar ajuda, porém não aconteceu.

Pedimos ajuda a outras pessoas para fazer um perfil no Instagram para divulgar nossos trabalhos (...). A internet ajudou muito a comunicação com a aldeia, através das lives. (...) Conseguiram recurso de projeto junto ao BRB, mesmo com dificuldades pra acessar a Internet. (...) O povo da minha aldeia teve muitas dificuldades. (...) Precisei comprar celular pro filho ter acesso às aulas remotas. Na aldeia, as pessoas ficaram o ano inteiro sem aulas, por falta de equipamentos para se conectar a Internet.

Já a indígena tocantinense Bikunaki Karajá relatou, no grupo focal online, que a maioria das pessoas na aldeia não tem condições financeiras para comprar equipamentos para assistirem aulas remotas. Os estudantes ficaram muito prejudicados nos últimos dois anos. As aulas presenciais não voltaram. “Muitos perderam o ano de estudo. O acesso à internet é ruim nas aldeias, cai muito a rede de energia e o sinal durante as chuvas. Passam dois a três dias sem energia(...)”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da transformação digital e da escuta dos participantes da pesquisa é possível observar que esta transformação exige um mundo complexo de novos saberes que incluem:

1. Infraestrutura física de conexão (como torres de transmissão, 5G, entre outros),
2. Aparelhos tecnológicos (*smartphones*, *laptops*, computadores),
3. Acesso à diferentes plataformas, (como as salas de reuniões virtuais).
4. Acesso e compreensão das Redes sociais digitais, com suas constantes novidades, que exigem mais memória e atualizações sistemáticas dos equipamentos;
5. Alfabetização digital contínua e permanente que inclua a análise das mídias digitais,
6. Projeto pedagógico de enfrentamento às *fake news* e pós-verdades e
7. Projetos de comunicação digital, que contemplem formação para produção de conteúdos e serviços digitais.

8. Marcos regulatórios e políticas públicas que incluam o tema pendente da legislação para democratização da comunicação analógica e digital no Brasil;
9. Um projeto nacional de segurança e de cuidados digitais;
10. Criação de plataformas nacionais e
11. Criação de um buscador nacional em contraposição aos existentes em nível internacional. Ou seja, exige uma estratégia de curto, médio e longo prazo de, ao menos, 30 anos.

Se 59,1% das organizações não têm departamento de informática, 31,8% não tem orçamento para projetos de comunicação e outros 34,1% usa softwares pagos como mostra a pesquisa, como pensar estratégias digitais, individualizadas, desenvolvidas por cada entidade, ou coletivas, através de projetos regionais ou nacionais?

Cada vez mais projetos coletivos e solidários se fazem necessários em todos os níveis. Seja no âmbito das relações externas: dos associados/participantes, dos militantes/ativistas e da relação com outras entidades (do mesmo e entre diferentes setores). Seja no âmbito das relações internas, das lideranças entre si, convocando ao diálogo intra e intersetorial.

REFERÊNCIAS

Cavenachi, S. e Diniz, J. (2018). Mulheres Chefes de Família no Brasil: avanços e desafios. *Revista Estudos Sobre Seguros*, no. 32. Disponível em https://www.ens.edu.br/arquivos/mulheres-chefes-de-familia-no-brasil-estudo-sobre-seguro-edicao-32_1.pdf. Acesso em 10 novembro de 2021.

Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) (2021). *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros*. TIC Domicílios 2020. Edição Covid-19. Metodologia adaptada. São Paulo: CGI.br.

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *The University of Chicago Legal Forum*, 1989(article 8). <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8/>. Acesso em 25 de out 2021.

Castells, M. (2001). *A Sociedade em Rede*. Volume I. São Paulo, Paz & Terra.

Marques de Melo, J. (2003). *História do Pensamento Comunicacional: cenários e personagens*. São Paulo: Paulus.

Morin, E (2005). *Introdução ao Pensamento Complexo*. Porto Alegre: Ed. Meridional/Sulina.

Sales, A. L.; Fontes, F. e Yasui, S. (2019). "Militância e ativismo no Brasil depois de Junho de 2013: entre repertórios, estratégias e Instituições". *Rev. Psicologia Política*. [online]. Vol.19, n.45, pp. 154-169.

PERFIL DA AUTORA

Cosette Castro

Fundação Friedrich Ebert Stiftung/Brasil e Instituto Lula. Pós-Doutora em Comunicação pela Cátedra da Comunicação para o Desenvolvimento da Unesco/UMESP. Doutora em Comunicação e Jornalismo pela Universidade Autónoma de Barcelona/Espanha. Têm livros e artigos acadêmicos publicados em Português, Inglês e Espanhol. EMAIL: cosettecastro2012@gmail.com

COMUNICAÇÃO, SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA EM TEMPOS DE COVID-19: EXPERIÊNCIA NO ÂMBITO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DA UFPI

Samantha Castelo Branco

INTRODUÇÃO

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) classificou como pandemia o conjunto de infecções, em termos globais, causadas pelo novo coronavírus. Face a incertezas, anseios e notícias de milhares de pessoas acometidas pelo vírus em diversos países, muitas levadas a óbito, emerge a necessidade, no caso brasileiro e piauiense, de elaboração de planos e projetos que pudessem gerar ações de enfrentamento ao problema. Embora o cenário seja marcado pelo desafio de questões até então desconhecidas e não trabalhadas na agenda da saúde pública, tornava-se essencial a preocupação com a saúde da população, que deve ser orientada não apenas em relação às medidas de prevenção e mitigação de riscos ligados à Covid-19, mas também a cuidados mais abrangentes, em prol da saúde integral (física e mental), em um momento no qual a imposição de isolamento social favorecia o desencadear de sintomas ligados a outras enfermidades.

Por outro lado, determinações normativas, fossem oriundas do âmbito público ou privado, levaram à restrição de circulação de pessoas em ambientes assistenciais e em espaços de atendimento à saúde no Piauí, como clínicas e hospitais, o que também reforçava o valor de ações para orientar a população. Nesse sentido, este capítulo se propõe a refletir acerca da importância de ações de comunicação voltadas à saúde e à qualidade de vida da população no nesse contexto histórico, tendo como referência o Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (HU-UFPI). Para tanto, expõe-se o contexto de proposição, planejamento e execução do projeto de extensão intitulado “Projeto Covid-19: saúde e qualidade de vida em tempos de pandemia – orientações à população piauiense”, de autoria dos professores Samantha Castelo Branco e Jônatas Melo Neto, avaliado e aprovado pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura

(PREXC) da UFPI, com base no disposto no Edital No. 004/2020 – PREXC/UFPI, publicado em 30 de abril de 2020, que teve por objetivo geral oferecer, por meio de vídeos gravados com especialistas em diversas áreas, orientações para a população piauiense, em especial aos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), em prol da saúde e da qualidade de vida no contexto da pandemia relacionada ao novo coronavírus.

Entre os objetivos específicos, o projeto voltou-se a: a) verificar, junto aos profissionais do HU-UFPI, assuntos de interesse público, que pudessem ser tematizados em orientações fornecidas por especialistas, a exemplo de médicos, enfermeiros, nutricionistas, fisioterapeutas, educadores físicos e psicólogos; b) operacionalizar a gravação de vídeos por especialistas e veiculá-los no Instagram do HU-UFPI, de modo a fomentar o processo de disseminação de informações claras e objetivas para a população piauiense; c) contribuir com o processo educativo no sentido de mitigar os riscos à saúde gerados tanto pela disseminação do novo coronavírus, como, também, pelos efeitos gerados com o isolamento social; d) fomentar o bom relacionamento entre Hospital Universitário da UFPI e profissionais da imprensa teresinense para que, a partir dos vídeos divulgados, atuassem também como multiplicadores dessas orientações.

Considerando a já citada classificação pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como pandemia as infecções causadas pelo novo coronavírus e a necessidade de adoção, segundo as autoridades sanitárias do Piauí, de medidas de prevenção, controle e contenção de riscos, danos e agravos à saúde pública, a fim de evitar a disseminação da doença entre empregados e pacientes, torna-se, nesse cenário, de suma importância a disseminação de informações, claras e embasadas cientificamente, direcionadas à população. É a partir dessa noção que se justificou a execução do projeto de extensão em foco, que se deu no período de julho a dezembro de 2020.

Também é mister ressaltar que, no contexto da pandemia, torna-se necessária a divulgação de informações para além daquelas diretamente ligadas à prevenção e à infecção em si pelo novo vírus, mas também emerge a relevância de orientações que abranjam cuidados com outros aspectos em prol da saúde integral (física e mental) e da qualidade de vida em um contexto inesperado e desconhecido, marcado por isolamento e/ou distanciamento social, medo, incertezas, além de perdas de familiares e/ou amigos.

O distanciamento social, no período da pandemia Covid-19, acaba por provocar consequências para a saúde física e mental das pessoas. Somado a isso, pessoas com

doenças diagnosticadas anteriormente tendem a enfrentar muitas dúvidas neste momento em que clínicas e outros locais de assistência à saúde passaram por restrições em seus atendimentos vivendo ao controle do número de pessoas que circulam em seus espaços físicos. Observa-se, também, que transtornos de ansiedade e depressão estão acometendo até mesmo pessoas que nunca haviam enfrentado nada semelhante.

É nesse contexto que emergiu e sustentou-se o “Projeto Covid-19: saúde e qualidade de vida em tempos de pandemia - orientações à população piauiense”, por meio do qual a equipe executora intencionou, com o uso das tecnologias e dos meios comunicacionais, como veículos midiáticos e redes sociais, contribuir para a promoção do bem-estar da população, em especial aos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS).

A necessidade de prezar pela saúde da população piauiense justifica e ampara a proposta do referido projeto, que se voltou a fornecer informações de especialistas durante a pandemia, cumprindo o papel social de uma instituição de ensino superior e de seu hospital escola.

Ante o exposto, a seguir apresenta-se o referencial teórico que embasa as reflexões sustentáculos do projeto em foco, explana-se os procedimentos metodológicos bem como o caso específico do HU-UFPI, expondo-se, então, os resultados alcançados. Ao final, encontram-se as considerações finais e as referências.

COMUNICAÇÃO E SAÚDE

Estabelecer relações entre os campos da saúde e da comunicação remete a reflexões acerca de questões conceituais, metodológicas e operacionais apresentadas pela saúde e que estão demandando contribuições de novos modelos teóricos, metodologias e práticas em comunicação, como já indicava Pitta (1995).

A necessidade de uma comunicação planejada estrategicamente e executada por profissionais com qualificação adequada passou a ser pauta de discussão entre estudiosos, pesquisadores e profissionais tanto da área da saúde quanto da comunicacional. Assim, especialmente nas últimas duas décadas, a intitulada “comunicação em saúde” está experimentando significativa expansão, a partir da interface de dois campos solidamente constituídos – o da comunicação e o da saúde – e, ainda, com frequente articulação com áreas de ciência e tecnologia e educação.

Como observa José de Sá (2001, p. 307),

Não se pode conceber a saúde como algo isolado de outras áreas do saber. Isto pressupõe uma atuação multidisciplinar: saber trabalhar em conjunto com profissionais das áreas de medicina, enfermagem, odontologia, pedagogia, assistência social, direito e comunicação. Sem vaidades (estrelismos), sem arrogância... enfim, revela-se um desafio no sentido de trabalhar em equipe, (re)aprender o que o outro profissional tem a nos ensinar, a fim de conseguir atingir o mesmo objetivo: educação para a saúde.

No contexto da pandemia relacionada pelo novo coronavírus essa atuação multidisciplinar se faz ainda mais necessária quando se atesta que a divulgação de informações à população brasileira é uma das ações valiosas no rol das estratégias tanto para promover a conscientização acerca da necessidade do isolamento social como também sobre sintomas, formas de contágio e outras questões que orbitam em torno do tema Covid-19.

Embora seja necessário destacar, como assinala Bertol (2002, p. 229), que a comunicação para saúde, isoladamente, “não é o suficiente para favorecer mudanças”, pode ser considerada uma parte essencial “dentro do processo educativo, para compartilhar conhecimentos e práticas que podem contribuir para a conquista de melhores condições de vida”.

Até mesmo porque a comunicação é uma ferramenta estratégica para que esses princípios sejam aplicados no cotidiano (SILVA; ROCHA, 2013), bem como assegurar o direito do cidadão à informação (BRASIL, 1988) e, em específico, conhecimento sobre sua saúde (BRASIL, 1990). Torna-se, assim, um compromisso a ser valorizado no âmbito das instituições federais de ensino superior e, conseqüentemente, de seus hospitais universitários, contribuir com esse processo, divulgando, em canais próprios e institucionais, orientações que possam auxiliar a população neste novo panorama decorrente da pandemia.

Nesta tarefa, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) exercem papel significativo, especialmente quando autores, como Kucinski (2012, p.6) analisam as profundas mudanças ligadas às “formas de socialização do ser humano, às práticas políticas e o modo pelo qual as novas gerações se relacionam com o saber”. Em um curto espaço de tempo, observa o autor, um novo tipo de sociedade foi delineado, a partir dessas inovações.

Assim, os novos ambientes digitais e online de interação se destacam e se diferenciam dos outros meios também pela oportunidade de conhecer com mais detalhes o perfil e o comportamento da audiência que está em contato com a página, perfil ou canal, o que é “essencial para gerar conhecimento necessário à elaboração de estratégias de comunicação pública para a disseminação adequada de informações sobre políticas públicas e a formação da cidadania enquanto direito à informação” (ROTHBERG; VALENÇA, 2014).

Esses novos ambientes, a exemplo das redes sociais e de seu uso pelos profissionais da área de saúde como meio para alcançar e dialogar com pacientes, perpassa pelo reconhecimento e legitimação da importância da comunicação para os desígnios da saúde no país, com enfoques que extrapolam o modelo exclusivamente médico-hospitalar-curativo, abrindo outras perspectivas, como a da promoção da saúde e a consideração dos determinantes sociais da saúde.

Estabelecendo um recorte mais preciso para análise do contexto atual relacionado à pandemia, a relação entre as áreas de comunicação e saúde e, ainda, o uso das tecnologias de informação e comunicação tornam-se importantes no rol das ações para o enfrentamento da Covid-19. Tal perspectiva ampara a proposta central deste projeto de extensão, ao se verificar a importância da comunicação como base de uma ação transformadora do contexto atual, bem como vertente imprescindível para esclarecer, informar, prevenir e educar o cidadão.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A natureza metodológica do projeto executado é mista, uma vez que se unem aspectos quantitativos e qualitativos, a partir de dados e análises (CRESWELL, 2007, p. 211). Para sua execução realizou-se, inicialmente, pesquisa de nível exploratório, que “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 1999, p. 43).

A revisão de literatura torna-se essencial para construção de arcabouço teórico que visa a especialmente compreender as relações entre comunicação e saúde e a possibilidade de uso das redes sociais no processo de educação, conscientização e divulgação de informações acerca de temas dessa área.

Além disso, a literatura que versa sobre comunicação pública e técnicas de entrevista e reportagem, bem como edição de vídeo, foi visitada com o intuito de fornecer subsídios para os executores do projeto acerca de gravação e edição do material captado. Exatamente por isso, considerou-se a pesquisa bibliográfica também como caminho para atuação nas fases seguintes.

Até mesmo porque, como esclarecem autores que trabalham as questões relacionadas aos procedimentos de entrevistas – que podem ser entendidas como ponto de partida para obtenção de depoimentos gravados em vídeo, a exemplo de Nilson Lage (2009), ressaltam a importância do contato entre jornalista e “depoente” para o êxito no processo de captação e gravação de informações.

Já a edição do material captado é vista como o processo de finalização dos vídeos, sendo o editor o profissional capacitado em organizar, de forma seletiva e coerente, as imagens e áudio que serão transmitidos. Assim, a função de editor é de fundamental importância, pois a edição leva à montagem final do vídeo a ser divulgado. É nessa etapa de elaboração da matéria que fica mais clara a ação do jornalista em excluir e suprimir parte do material colhido:

As imagens captadas pelos cinegrafistas [...] exigem técnicas enquadramentos que colaboram com a estética do programa. Os profissionais responsáveis em gravar as imagens devem saber que a lente grande-angular muitas vezes causa a distorção das imagens. Os cinegrafistas também devem configurar na câmera, a cor que deve sempre ser ajustada para não correr o risco de a imagem ficar saturada ou escura (BARBEIRO, 1946, p. 102).

Martins (2010) também destaca a necessidade de testar, previamente, os equipamentos que serão utilizados na gravação, incluindo a câmera fotográfica e o celular.

Ainda no que tange aos aspectos que mereceram atenção da equipe executora do projeto, tanto nas fases de revisão de literatura quanto na de gravação dos vídeos, é a questão do áudio, priorizando-se local adequado para as gravações para evitar ruídos.

Assim, pode-se dizer que a edição bem elaborada é considerada arte e atrativo para o espectador. Por meio da revisão de conceitos e práticas, intencionou-se preparar melhor a equipe para elaboração de vídeos mirando-se a qualidade dos mesmos.

Após a revisão de literatura, partiu-se para os passos necessários à concretização das demais atividades.

Operacionalização e Procedimentos

Para operacionalização do projeto e alcance dos objetivos traçados, seguiu-se à obediência destas etapas:

1) Levantamento de temas a serem abordados pelos especialistas

Os temas abordados nos vídeos gravados consideraram quatro eixos temáticos:

- a) Saúde pública: ênfase às medidas e cuidados para mitigar os riscos de contágio pelo novo coronavírus;
- b) Covid-19: orientações sobre sintomas, tratamentos, acesso a serviços ofertados pelo HU-UFPI, condutas adotadas no isolamento domiciliar, uso de máscaras, entre outros aspectos;
- c) Saúde integral (corpo e mente): estímulo ao entendimento de que, mesmo com o isolamento social e outras questões ligadas ao contexto da pandemia, é de suma importância adotar determinadas condutas e realizar atividades em busca da saúde integral ou pela permanência dela;
- d) Qualidade de vida: reflexões acerca de posturas e hábitos que promovam a qualidade de vida dos indivíduos, mesmo no caso daqueles em isolamento.

2) Levantamentos dos profissionais que participariam das gravações

Esse levantamento de nomes de profissionais do HU-UFPI que iriam abordar os temas, por meio de orientações aos usuários, se deu a partir das equipes multiprofissionais que atuavam, no momento de execução do projeto, no Hospital, obedecendo as suas áreas de trabalho, com base nas especialidades ofertadas pela Instituição:

- a) Especialidades ambulatoriais
 1. Anestesiologia
 2. Cardiologia
 3. Cirurgia cabeça e pescoço
 4. Cirurgia cardiovascular
 5. Cirurgias do aparelho digestivo
 6. Cirurgia geral
 7. Cirurgia ginecológica
 8. Cirurgia plástica
 9. Cirurgia torácica

10. Cirurgia vascular
11. Dermatologia
12. Endocrinologia
13. Gastroenterologia
14. Geriatria
15. Ginecologia
16. Hematologia
17. Mastologia
18. Nefrologia
19. Neurocirurgia
20. Neurologia
21. Oftalmologia
22. Oncologia
23. Ortopedia
24. Otorrinolaringologia
25. Plástica ocular
26. Pneumologia
27. Proctologia
28. Psiquiatria
29. Reumatologia
30. Urologia

b) Especialidade cirúrgicas

1. Cirurgias do aparelho digestivo
2. Bucomaxilo
3. Cirurgia cabeça e pescoço
4. Cirurgias cardíacas
5. Cirurgia geral
6. Cirurgias vasculares
7. Ginecologia
8. Ortopedia
9. Cirurgia plástica
10. Proctologia
11. Cirurgia torácica

12. Urologia
13. Neurocirurgia

c) Especialidades multiprofissionais

1. Assistente social
2. Bucomaxilo
3. Enfermagem
4. Fonoaudiologia
5. Nutricionista
6. Psicologia
7. Terapeuta ocupacional
8. Fisioterapia
9. Educação Física

3) Contato com os profissionais para agendamento

Definidos os possíveis profissionais que poderiam participar do projeto, houve contato com os mesmos e, em caso de aceitação, se deu o agendamento de data e horário com para gravação dos vídeos, observando as recomendações das autoridades sanitárias e os informes nesse sentido divulgados pelo HU-UFPI.

4) Gravação dos vídeos

A gravação dos vídeos aconteceu em local que permitiu a captação de imagem e áudio sem ruídos para que houvesse qualidade técnica e mensagens que pudessem ser compreendidas pelos espectadores. Vale ressaltar que essas gravações foram feitas em aparelho celular, uma vez que o projeto não contou com financiamento para compra de equipamentos tidos como profissionais e possivelmente mais adequados a esse fim.

5) Edição do material

A edição do material, como já descrita, é a fase de finalização, que consiste na montagem do vídeo e na inserção de efeitos, recursos de arte ou legendas.

6) Veiculação no Instagram do HU-UFPI

O projeto estabeleceu que os vídeos seriam veiculados no Instagram do Hospital (@hu.ufpi). Além disso, o material produzido também foi postado no site do HU-UFPI e divulgado em grupos de whatsapp de colaboradores da Instituição.

7) Contatos com jornalistas da imprensa piauiense

Os contatos com jornalistas de veículos da imprensa piauiense se deram com o objetivo de fomentar a repercussão das informações constantes nos vídeos, a replicação dos mesmos e, assim, possibilitar a potencialização da disseminação de informações fornecidas por especialistas, fazendo com que as mesmas chegassem a um número maior de pessoas, para além dos seguidores do Instagram do HU-UFPI.

8) Acompanhamento no Instagram

O acompanhamento/monitoramento diário do Instagram do HU-UFPI permitiu avaliar e reajustar a atividade realizada, por meio da mensuração e análise de visualizações, curtidas e comentários.

9) Acompanhamento da imprensa local e geração de clipping

A partir dos contatos realizados com equipes de veículos da imprensa piauiense e de retorno dos mesmos em relação à oferta do material gravado e da possibilidade de veiculação dessas informações, foi feito o acompanhamento para identificar os casos de aproveitamento desse material. Esse monitoramento gerou um clipping, outro instrumento de mensuração e registro utilizado no referido projeto de extensão.

A escolha pelo Instagram

A escolha pelo Instagram como meio para postagem dos vídeos se justifica por se tratar de um dos aplicativos atuais mais importantes em termos de redes sociais (OSMAN, 2018). Além disso, também se observa a existência de perfis de profissionais da área da saúde, ambiente que vem sendo utilizado para disseminação de informações científicas e orientações relacionadas à qualidade de vida.

Embora possa ser questionado que o acesso à referida rede social não acontece, de forma homogênea, no caso de usuários do Serviço Único de Saúde (SUS), não

se pode ignorar, por outro lado, que o público seguidor do Instagram do HU-UFPI – atualmente cerca de 5 mil seguidores – pode repostar e replicar as informações nele veiculadas, ampliando o alcance das orientações na população piauiense.

O Instagram pode ser catalogado como uma plataforma que funciona como uma rede social *online* que possibilita aos seus usuários o compartilhamento de fotos e vídeos com outros usuários com interesses similares ou não (HU; MANIKONDA; KAMBHAMPATI, 2014). Permite, de forma gratuita, a utilização de filtros digitais, que trocam a cor, brilho, intensidade, velocidade e modo de transmissão das imagens, e o compartilhamento em uma variedade de serviços de outras redes sociais, a exemplo do Facebook e do Twitter.

Segundo Hu, Manikonda, Kambhampati (2014), o Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. O serviço ganhou popularidade com muita velocidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos em abril de 2012. Os autores destacam, ainda, que o Instagram permite aos usuários uma forma instantânea de capturar e compartilhar informações com amigos e familiares.

Outro dado interessante, é que, desde 2015, a presença de brasileiros na plataforma é maior do que a média global. Naquele ano, 55% dos usuários de internet estavam presentes na rede social de fotografias, mais do que a média global de 32%. Em 2016, esse número subiu para 75%, mais do que os 42% da média global do mesmo ano. Segundo especialistas, um dos motivos para a grande presença de brasileiros em redes sociais e aplicativos como o Instagram é a crescente penetração de *smartphones* no Brasil (OSMAN, 2018).

Acompanhamento e avaliação dos resultados

Ao longo da execução do projeto, o acompanhamento do alcance dos objetivos propostos foi realizado das seguintes formas:

- a) Acompanhamento e monitoramento do Instagram do HU-UFPI (visualizações comentários e/ou curtidas);
- b) Acompanhamento da imprensa local e geração de clipping, para avaliação da repercussão do material na imprensa local.

O monitoramento no Instagram do HU-UFPI, por meio de ação rotineira da equipe de sua Unidade de Comunicação Social (UCS), acontece diariamente, uma vez que a gestão desta rede social para a organização é valorizada enquanto estratégia comunicacional.

Os registros de acompanhamento foram feitos com anotações que englobaram números semanais de visualização, comentários e curtidas, o que foi feito a partir da data de publicação de cada vídeo no Instagram. Desta forma, foi possível ter indicadores significativos.

Além disso, houve o acompanhamento, na imprensa local, acerca do aproveitamento dos conteúdos dos vídeos gravados pelo projeto, resultando em registro por meio de clipping.

DESCRIÇÃO DO CASO

As mais diversas pandemias já registradas deixaram marcas na história com um número significativo de óbitos e de pessoas enfermas, além de outras questões de significativa preocupação. Essa experiência é capaz de mostrar a necessidade de elaboração de planos e projetos que possam contribuir para gerar, pelas esferas pública e privada, ações de enfrentamento dessa natureza.

Nesse contexto, o Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí, filiado à Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh), se tornou referência na assistência de média e alta complexidade em casos suspeitos ou confirmados de Covid-19, com a estruturação de uma ala específica para atendimento a esses pacientes, bem como contratação e treinamento de pessoal para essa finalidade.

O Hospital dispõe de equipe multiprofissional, composta por especialistas em diferentes áreas, o que tornou possível a concretização da proposta aqui explorada. A esses profissionais coube, na execução do projeto, a abordagem, ancorada em aspectos científicos e princípios éticos, de assuntos que contribuíram para orientar a população piauiense na adoção de condutas e medidas em prol de sua saúde no contexto da pandemia.

Em 2020, ano que marcou o início da pandemia, o HU-UFPI contava com uma equipe formada por 1039 empregados (celetistas) e 26 servidores (Regime Jurídico Único – RJU) que atuavam na área assistencial.

Além disso, é importante ressaltar que, no primeiro semestre daquele ano, quando se deu a proposição do projeto de extensão, o Hospital já utilizava o Instagram como ferramenta de comunicação, que pode ser acessado pelo endereço www.instagram.com/hu.ufpi ou diretamente no aplicativo do celular buscando @hu.ufpi. Em

maio daquele ano, o perfil registrava 2792 seguidores, havendo, então, a definição deste meio para veiculação dos vídeos do projeto.

O Instagram do HU-UFPI é gerenciado pela Unidade de Comunicação Social, que, durante o ano de 2020, tinha como chefe a coordenadora do projeto de extensão em foco. Atuava, ainda, na referida Unidade, mais um jornalista, Rudson Pinheiro.

Desta forma, foi possível assegurar as condições institucionais para execução do projeto de extensão no âmbito do HU-UFPI, contando-se, inclusive com o apoio da Superintendência do Hospital e da Gerência de Atenção à Saúde do Hospital, à época ocupada por Jônatas Melo Neto, também integrante do projeto.

É mister ressaltar, para melhor compreensão do panorama em que se deu a realização do projeto, que, de acordo com o painel epidemiológico da Covid-19, elaborado pela Secretaria de Estado da Saúde do Piauí (Sesapi) e atualizado até a data de 14 de maio de 2020, o total de casos de Covid-19 confirmados no Piauí era de 1.905 e o número de mortos chegava a 60 pessoas. A doença já estava presente em 100 municípios piauienses, sendo o município de Teresina o de maior incidência no estado, com 1089 casos confirmados e 26 óbitos.

A pesquisa realizada pelo Instituto Amostragem, a pedido do Governo do Estado sobre o índice de contaminação da Covid-19, estimava, à época, que havia mais de 17 mil pessoas infectadas com a doença no Piauí.

No estado, 37 municípios cumpriam normas de isolamento social da população, mas o índice de adesão da população estava caindo mês a mês. Como aponta o painel epidemiológico da Covid-19 da Prefeitura Municipal de Teresina, no dia 22 de março de 2020, o isolamento social era de 62,2% e um mês depois, no dia 22 de abril, a média era de apenas 45,1%. Em 11 de maio de 2020, apontava a média de 46,6% de isolamento social.

Diante dessas estatísticas e da previsão de que o quadro de pandemia avançaria certamente para o ano seguinte, o sentimento de solidariedade humana e consciência do papel social do comunicador se somaram como impulsionadores dos objetivos do projeto de extensão, que se inseriu entre o rol de ações de enfrentamento da Covid-19, com a devida importância e impacto na sociedade piauiense.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As ações de Extensão Universitária materializam-se por meio de atividades acadêmicas que intencionem promover a troca ou difusão de saberes e que efetiva a relação dialógica da Universidade com a sociedade.

Essas práticas extensionistas, que se voltam ao público externo, têm como objetivo provocar as transformações no contexto social de modo a contribuir, no caso específico deste projeto, para a melhoria da qualidade de vida e da saúde da população.

Além disso, essas ações possibilitam à equipe executora aproximação junto à realidade social, bem como um aprendizado teórico-prático contextualizado, proporcionando contribuições sólidas do ponto de vista profissional, humanístico e cidadão.

Neste sentido, entre os resultados alcançados com o projeto de pesquisa, destaca-se, inicialmente, a produção, gravação, edição e publicação de 10 vídeos no Instagram do HU-UFPI, conforme dados a seguir:

Tabela 1 – Lista de Vídeos

Vídeos	Nome	Especialidade	Tema	Data
https://www.instagram.com/p/CFZqs6xDW6O/	Mariana Carvalho	Médica residente em Geriatria do HU	Setembro Roxo – mês de conscientização da doença de Alzheimer.	21/09
https://www.instagram.com/p/CFrzfFeDxff/	Victor Campelo	Médico - Chefe da Unidade de Telessaúde	Serviço de tele-eletrocardiograma ofertado pelo Projeto Telessaúde a municípios do Piauí.	28/09
https://www.instagram.com/tv/CFyOsr1D0Dw/?igshid=vif1dpsdjs3j	Renatha de Sena	Médica residente em Geriatria do HU	No Dia Internacional da Terceira Idade, a médica fala de atitudes que podem contribuir para o envelhecimento saudável.	30/09
https://www.instagram.com/p/CGZ4Y9gjxK/	Ana Lina de Carvalho Cunha Sales	Nutricionista	Dia Mundial da Alimentação - orientações sobre como alcançar uma alimentação saudável.	16/10
https://www.instagram.com/p/CGxdQl3DKYB/	Marcos Giannini	Cirurgião-dentista	Dia Nacional da Saúde Bucal e do Cirurgião-Dentista	25/10
https://www.instagram.com/p/CG-B08mjY3C/	Bruna Rufino	Médica residente de Reumatologia do HU	Dia Nacional de Luta Contra o Reumatismo	30/10
https://www.instagram.com/p/CHxoHiHDrac/	Roxana Mesquita	Enfermeira - Chefe do Setor de Vigilância em Saúde e Segurança do Paciente do HU	Dia Mundial da Prevenção da Lesão por Pressão.	19/11
https://www.instagram.com/p/CH_TGhZDLrN/	André Sobral	Oncologista	Novembro Azul - Mês Mundial de Conscientização a respeito do Câncer de Próstata	24/11
https://www.instagram.com/p/CIBt1B6jAEZ/	Pollyana Cardoso Val	Cancerologia Clínica	Dia Nacional de Combate ao Câncer	25/11
https://www.instagram.com/p/CIk5_ZfjKi_/	Marta Lira	Fonoaudióloga	Dia Nacional do Fonoaudiólogo	09/12

É importante pontuar que os vídeos obtiveram, em geral, um número significativo de visualizações. No caso da temática “Terceira idade e envelhecimento saudável” (publicação de 30 de setembro de 2020), registrou-se quase 1300 visualizações em menos de 48 horas.

Em igual sentido, como material de apoio e de reforço aos vídeos publicados no Instagram, foram criadas / elaboradas artes igualmente publicadas também no Facebook e site do HU-UFPI, e enviadas em grupos de Whatsapp de colaboradores do Hospital, com ênfase nos assuntos pré-selecionados para abordagem no projeto. São exemplos desta estratégia:

Figura 1 – Setembro Roxo



Figura 2 – Dia internacional da terceira idade



Figura 3 – Dia mundial de prevenção de lesão por pressão



Como assinala Bertol (2002, p. 229), as estratégias acima executadas se tornam essenciais dentro do processo educativo que favorece a saúde pública, por compartilhar conhecimentos e práticas que podem contribuir para a conquista de melhores condições de vida.

Extraí-se, daí, um significativo resultado do projeto, que reside no fomento à divulgação de informações sobre temáticas importantes, como câncer de próstata e reumatismo, contribuindo para a conscientização da população e estimulando a adoção de hábitos relacionados a saúde, qualidade de vida e bem estar.

Outro resultado alcançado pode ser visualizado a partir de clipping que demonstra a inserção, na imprensa piauiense, das temáticas abordadas nos vídeos publicados no Instagram do HU-UFPI. A partir de contatos com jornalistas da mídia e posterior envio de informações, matérias e material fotográfico e/ou audiovisual, obteve-se a publicação de notícias sobre as ações realizadas, os vídeos gravados e os assuntos pré-selecionados no projeto. Um exemplo que comprova este resultado está na matéria publicada no Jornal O Dia, com o título “Setembro Roxo: HU da Ufpi promove campanha para marcar o Dia Mundial de Conscientização”, em 21 de setembro de 2020.

Figura 4 – Matéria sobre campanha do Setembro Roxo



Da mesma forma, houve publicação, no Jornal Meio Norte, da notícia “HU presta serviços de telessaúde a hospitais”, em setembro de 2020, com texto redigido a partir das informações prestadas em vídeo gravado para o projeto pelo médico Victor Campelo, Chefe da Unidade de Telessaúde do HU-UFPI.

Figura 5



Outro exemplo está na notícia veiculada pelo Portal O Dia, no dia 01/10/2020 – Dia mundial de conscientização sobre a garantia de direitos à pessoa idosa / Dia Internacional da Terceira Idade: <https://www.portalodia.com/noticias/piaui/dia-do-idoso-campanha-incentiva-praticas-saudaveis-na-terceira-idade-379816.html>.

Além disso, matérias jornalísticas foram publicadas no site do HU-UFPI e da própria UFPI a partir das temáticas abordadas pelos especialistas que gravaram vídeos para o projeto. São exemplos disso:

- Matéria publicada sobre o Setembro Roxo – Alzheimer (21/09/2020): http://www2.ebserh.gov.br/web/hu-ufpi/noticias/-/asset_publisher/JYdUOrTtibKl/content/id/5702358/2020-09-hu-ufpi-promove-campanha-para-marcar-o-dia-mundial-de-conscientizacao-sobre-o-alzheimer

- Matéria publicada sobre o serviço de telessaúde (setembro 2020): <http://ufpi.br/noticias-coronavirus/37550-projeto-hu-ufpi-presta-servico-de-teles-saude-a-hospitais-do-sul-do-piau>

Desta forma, é possível afirmar que o projeto de extensão em destaque alcançou os objetivos propostos, contribuindo com o processo de informação da população piauiense, especialmente dos usuários do SUS, seguidores do Instagram do HU-UFPI, acerca de condutas e medidas a serem adotadas em prol da saúde física e mental e da qualidade de vida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a confirmação da pandemia provocada pelo novo coronavírus, ainda em janeiro de 2020, a Governança do HU-UFPI deu início a um planejamento que abarcava ações de diferentes naturezas voltadas ao enfrentamento da Covid-19. A partir da compreensão de que as estratégias de comunicação poderiam contribuir significativamente nesse contexto, emerge e sustenta-se o projeto de extensão “Projeto Covid-19: Saúde e qualidade de vida em tempos de pandemia – orientações à população piauiense”, por meio do qual a equipe executora intencionou, com o uso das tecnologias e dos meios comunicacionais, como veículos midiáticos e redes sociais, contribuir para a promoção do bem-estar da população piauiense, em especial dos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), usuários dos serviços do Hospital Universitário da UFPI.

A necessidade de prezar pela saúde da população piauiense justificou e amparou a proposta do projeto de extensão, que se voltou a disseminar informações de especialistas sobre variados temas durante a pandemia, cumprindo o papel social de uma instituição de ensino superior (Universidade Federal do Piauí) e de um hospital escola (Hospital Universitário da UFPI), além de externar a solidariedade humana e a consciência da responsabilidade social do jornalismo, sentimentos impulsionadores de ações no contexto da pandemia.

É importante ressaltar que o projeto buscou articular ensino - pesquisa - extensão, envolvendo, na gravação dos vídeos, profissionais que atuam como docentes na UFPI, a exemplo da fonoaudióloga Marta Maria da Silva Lira Batista e do médico Victor Eulálio Sousa Campeloe, ainda, de pós-graduandos dos Programas de

Residência Médica e Multiprofissional da Universidade, como Bruna Rufino (médica residente de Reumatologia – HU-UFPI) e Mariana Carvalho (médica residente de Geriatria – HU-UFPI).

Além desse diálogo, os resultados expostos ao longo deste capítulo abrangem a inter-relação entre comunicação e saúde como um espaço frutífero para a execução de atividades extensionistas, por meio das quais se promove a aproximação entre universidade e sociedade / comunidade.

Essa experiência, entre os ganhos visualizados, também se firmou como contribuição para o processo de educação e conscientização no sentido de propiciar, ao público pretendido pelas ações propostas, o acesso a informações e o estímulo à busca por saúde e qualidade de vida, mitigando os riscos de contaminação e ampliando as possibilidades de alcance da saúde integral nesse delicado momento de pandemia vivenciada pela população mundial.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de Telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BERTOL, Sonia Regina Schena. **Gravidez de adolescentes na mídia impressa**. Organicom. São Paulo, n. 16/17, v. 9, 2012.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília: Presidência da República, 1988.

BRASIL. **Lei n. 8.080**, de 19 de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Presidência da República/ Casa Civil/ Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18080.htm. Acesso em 23 mar. 2018.

CARVALHO, Alexandre *et al.* **Reportagem na TV**: como fazer, como produzir, como editar. São Paulo: Contexto, 2010.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução: Luciana de Oliveira da Rocha. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999, p. 43.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

HU, Y.; Manikonda, L.: Kambhampati, S. (2014) **What we Instagram**: A first analysis of Instagram photo content and user types. Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014, Ann Arbor, The AAAI Press.

KUCINSKI, Bernardo. **A nova era da comunicação: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 9, n. 1, p. 4-17, jan.-jun. 2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2009.

MARTINS, Nelson. **Fotografia: da analógica a digital**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2010.

OSMAN, M. **18 Stagram Stats Every Marketer Should Know for 2018**. Spoutsocial. 2018. Disponível em: <http://sproudsocial.com/insights/Instagram-stats/>. Acesso em: 5 abr. 2018.

PIAUÍ apresenta o menor índice de uso da internet no país, diz dados do IBGE. **180 Graus**, 29 abr. 2020. Disponível em: <https://180graus.com/geral/piaui-apresenta-o-menor-indice-de-uso-da-internet-no-pais-diz-dados-do-ibge>. Acesso em: 12 maio 2020.

PIAUÍ. **Painel Epidemiológico Covid-19 Piauí**. 2020. Disponível em: http://portal.saude.pi.gov.br/2020/inf_saude/epidemiologia/covid-19/covid-19.asp. Acesso em: 15 maio 2020.

PITTA, Áurea M. da Rocha. **Saúde & Comunicação - visibilidades e silêncios**. Editora HucitecAbrasco. São Paulo, 1995, 293 p.

QUEDA no isolamento aumenta em mais de 4 vezes a taxa da infecção da Covid-19 no Piauí. **Portal da Saúde**, 11 maio 2020. Disponível em: <http://www.saude.pi.gov.br/noticias/2020-05-11/9760/>

queda-no-isolamento-aumenta-em-mais-de-4-vezes-a-taxa-da-infeccao-da-covid-19-no-piaui.html . Acesso em: 12 maio 2020.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

ROTHBERG, Danilo; VALENÇA, Amanda da Silva. **Comunicação pública para cidadania no avanço das redes sociais oficiais**. Revista Interamericana de Comunicação Midiática (ANIMUS). Santa Maria, n.26, v.13, 2014.

SÁ, José de. Ética, Informação e Saúde. **II COMSAÚDE - Comunicação e Saúde Comunitária**. Adamantina, São Paulo. 1999, 307 p.

SILVA, Vivian Costa da; ROCHA, Cristianne Famer. **A Comunicação em Saúde no Sistema Único de Saúde: uma revisão de literatura**. 2013. 08f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Saúde Coletiva da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

TERESINA. **Painel Covid-19 Teresina**. 2020. Disponível em: <http://www.painelcovid19teresina.pmt.pi.gov.br/>. Acesso em: 15 maio 2020.

PERFIL DA AUTORA

Samantha Castelo Branco

Jornalista e advogada. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora Titular da Universidade Federal do Piauí (UFPI), exercendo atividades no Departamento de Comunicação Social (DCS) e no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM). Superintendente de Comunicação Social da UFPI.

COMUNICAÇÃO DE RISCO E DESINFODEMIA: A EXPERIÊNCIA DE JOVENS COMUNICADORES QUILOMBOLAS DE SANTARÉM — PA

Mariana Ferreira Lopes
Veridiana Barreto Nascimento
Luciana Gonçalves de Carvalho
Marcela Lopes Santos
Marluce Coêlho
Eduardo Stramandinoli Moreno

INTRODUÇÃO

Infodemia é um conceito relativamente recente, criado no início do século XXI, para identificar práticas já historicamente referenciadas de uma superabundância informacional, nem sempre precisa e verdadeira, durante uma epidemia. O fato é que com as novas tecnologias de informação e comunicação, em um contexto midiaticizado (HJARVARD, 2014), a infodemia ganha novos contornos, os quais vivenciamos ao longo da pandemia de Covid-19: a disseminação, proposital ou não, de orientações equivocadas entrelaçadas às narrativas políticas sem evidências científicas sobre a doença em si, sua prevenção e tratamentos, incluindo falsas curas, que impacta na percepção de risco da população e, por consequência, na adoção de medidas de proteção necessárias para a garantia de seu bem-estar (TANGCHAROENSATHIEN, et al., 2020).

A desinformação neste cenário infodêmico se apresenta como mais um desafio à comunicação de risco (CR) cuja premissa está em garantir fluxos de informações entre diferentes atores sejam eles especialistas, gestores, profissionais de saúde, comunicadores, reeditores, comunidades em risco ou população em geral, para a compreensão dos riscos e a adoção de comportamentos e atitudes para mitigá-lo em emergências em saúde pública e também em períodos não-epidêmicos (WHO, 2018). Um processo que reforça a importância do direito à comunicação para que decisões sejam tomadas com base em informações de qualidade, tanto por serem baseadas em evidências científicas, como pela sua tradução a diferentes contextos. Isto pois, é recomendado

que a CR se baseie na participação das comunidades e em seus ecossistemas comunicacionais adaptando abordagens, fluxos e mensagens (WHO, 2018).

O direito à comunicação é aqui entendido em uma perspectiva mais ampla que a liberdade de expressão e o acesso à informação, pautando-se igualmente pelo acesso ao poder de comunicar (PERUZZO, 2007). E, ao ser compreendido como aspecto fundante da comunicação de risco, o mesmo fomenta as possibilidades de engajamento comunitário e mobilização social que são essenciais para a eficácia das ações comunicacionais. Destaca-se, no Brasil, o protagonismo de coletivos, movimentos sociais e organizações populares na CR por meio de atividades que levam em conta as especificidades locais quanto ao seu ecossistema comunicativo, as mediações, preocupações e demandas, ocupando, assim, o papel negligenciado pelo Estado¹¹⁸ na implementação da comunicação de risco para a resposta à covid-19.

Tem-se como exemplo a coalizão nacional de coletivos brasileiros de comunicação popular e periférica #CoronaNasPeriferias organizada ainda em março de 2020 com proposta de produzir e compartilhar conteúdos informativos, combater a desinformação e promover ações para o enfrentamento à pandemia. O manifesto¹¹⁹ destaca a importância do fortalecimento de tais atividades junto e a partir da realidade de territórios e grupos historicamente marginalizados: “favelas, periferias, guetos, quilombos, sertões” que se sintetiza nas linhas finais do documento:

Diante de tantas recomendações, a periferia – mesmo sendo a mais afetada –, ainda não está conseguindo participar e se informar como realmente precisa. Precisamos saber apontar caminhos que realmente levem as nossas realidades em consideração. É aí que entramos. Nós, comunicadores periféricos e periféricas de várias partes do país, estamos juntando esforços para colaborar com informações precisas e que

118 Em abril de 2021, o Ministério Público Federal elaborou uma ação civil exigindo a elaboração e implementação de um plano de comunicação para o enfrentamento ao novo coronavírus pela União, conforme recomendações do Regulamento Sanitário Internacional (RSI) e de outros documentos técnicos. Como exemplo, tem-se o fato de que as coletivas de imprensa diárias realizadas pelo Ministério da Saúde, importante estratégia de CR, foram primeiramente centralizadas no Palácio do Planalto e depois descontinuadas ainda em 2020, reforçando uma postura de redução da transparência de dados. Em contraponto à omissão do Governo Federal no tocante à comunicação na pandemia enquanto projeto político, reitera-se a importância de ações nos níveis estaduais e municipais, da capilaridade do Sistema Único de Saúde, do papel de instituições de ensino e pesquisa, das múltiplas atividades de meios de comunicação e do protagonismo de organizações da sociedade civil para garantir o fluxo de informações de qualidade em saúde nesse período. Ver mais em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/04/05/mpf-acao-governo-covid-comunicacao.htm>

119 Ver mais em: <https://favelaempauta.com/coalizacao-coronanasperiferias/>

realmente consigam alcançar os nossos. Precisamos saber informar nossas crianças, nossos jovens, nossos idosos, nossos pais, mães e familiares. De nós para os nossos!

Com o objetivo de registrar experiências promovidas pela Federação das Organizações Quilombolas de Santarém-PA (FOQS) e que dialogam com esta perspectiva “de nós para os nossos” no tocante ao direito à comunicação, à comunicação de risco e à desinfodemia, é que são construídas as reflexões aqui apresentadas. Em especial, as oficinas com jovens quilombolas realizadas entre outubro de 2021 e fevereiro de 2022 em parceria com a Associação de Profissionais de Epidemiologia de Campo (ProEpi)¹²⁰.

A FOQS foi criada em 10 de março de 2006 para articular as lutas empreendidas pelas diferentes associações que representam as 10 comunidades de remanescentes de quilombos existentes no município paraense¹²¹. Como uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos, a FOQS tem a missão de lutar pela regularização fundiária dos territórios e pela implementação de políticas públicas para as comunidades quilombolas santarenas. No plano estadual, a FOQS é membro da Coordenação das Associações das Comunidades de Remanescentes de Quilombos do Pará (Malungu) e, no plano nacional, participa da Coordenação Nacional de Articulação de Quilombos (Conaq) (FOQS, 2022).

COMUNIDADES QUILOMBOLAS PARAENSES NO ENFRENTAMENTO À PANDEMIA

Historicamente marginalizadas e desprotegidas pelo Estado, as comunidades quilombolas estão entre as mais vulneráveis aos impactos da Covid-19 no Brasil, pois têm sido regularmente expostas a situações de “emergência permanente” (CUTTER, 2006; 2010). Embora essa expressão possa parecer imprópria, uma vez que o primeiro termo se refere a uma situação imprevista, extraordinária, na qual a vida e o bem-estar

120 As oficinas foram realizadas por meio do projeto Força-tarefa TiLS Covid-19 coordenado pela ProEpi em parceria com a Sala de Situação de Saúde da Universidade de Brasília e com apoio da Skoll Foundation.

121 Fazem parte da FOQS: Associação Comunitária de Remanescentes de Quilombo de Arapemã, Associação de Remanescentes de Quilombo de Bom Jardim, Associação de Remanescentes de Quilombo de Murumuru, Associação Quilombola de Murumurutuba, Associação de Remanescentes de Quilombo de Nova Vista do Ituí, Associação de Moradores Remanescentes de Quilombo do Arapemã Residentes no Maicá, Associação de Remanescentes de Quilombo de São José do Ituí, Associação Comunitária de Remanescentes de Quilombo de Saracura, Associação de Remanescentes de Quilombo de Pastos do Ituí, Associação de Remanescentes de Quilombo de Tiningu, Associação de Remanescentes de Quilombo de Surubiú Açu.

podem ser ameaçados por diferentes fatores de privação de necessidades básicas, a vulnerabilidade da população quilombola é tão acentuada que as ameaças à sua vida e ao seu bem-estar são constantes e caracterizam uma “emergência” contínua.

Na área da saúde, a vulnerabilidade é uma condição temporária ou duradoura que compromete a capacidade de decisão e ação de indivíduos ou grupos, expondo-os a doenças e outros danos (GUERRERO, 2010; OVIEDO; CZERESNIA, 2015). Ela se expressa nos planos individual, social e programático, abrangendo, além de escolhas e comportamentos, sistemas morais, tradições culturais e políticas públicas. Portanto, está intimamente ligada às condições de vida de uma população e reflete as desigualdades sociais existentes em seu interior (OLIVEIRA et al., 2015; GARCIA et al., 2008).

Nas comunidades quilombolas do Pará, especificamente as de Santarém, os fatores estruturantes de sua carência material envolvem: a localização em áreas rurais, periféricas e de difícil acesso; a privação de água potável, saneamento, eletrificação, telefonia e internet; a insegurança fundiária; a insegurança alimentar e a pobreza material, entre outros. Tais fatores são acentuados pela ausência ou insuficiência da oferta de serviços básicos nos territórios que essas comunidades ocupam. Logo, continuamente expostas a uma série de agravos à saúde e a moléstias controladas em outros ambientes, essas comunidades quilombolas viram o advento da pandemia causada pelo novo coronavírus como mais um entre diversos fatores de adoecimento e preocupação (ALMEIDA; MARIN; MELO, 2020; CARVALHO; NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2021; CARVALHO; NASCIMENTO; CHÊNE, 2020; GUERRERO, 2010; SILVA, 2020).

A título de exemplo, Carvalho et. al. (2020) informam que nos quilombos do Pará não foram raros os casos de covid-19 combinados com parasitoses, tuberculose e doenças tropicais negligenciadas como mal de Chagas, leishmaniose e malária, que aumentam os riscos de complicações e óbitos (SANT’ANNA; MANHÃES; NORBERG, 2020). Ademais, ultrapassando a dimensão da saúde individual e coletiva, a pandemia deflagrou impactos severos na economia, política, organização social, cultura e educação nas comunidades quilombolas do estado (CARVALHO; NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2021). Paradoxalmente, foi a experiência de viver em situações de “emergência permanente” que lhes conferiu a possibilidade de responder à pandemia, mobilizando recursos próprios para a implantação de sistemas comunitários de vigilância em saúde e medidas de autoproteção, sem qualquer apoio das instituições oficiais de saúde. De fato, a disseminação do novo coronavírus a partir de março de 2020

exigiu dos quilombolas paraenses protagonismo na elaboração de respostas à nova emergência de saúde pública (CARVALHO; NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2021).

No plano estadual, a Coordenação das Associações das Comunidades Quilombolas do Pará (Malungu) liderou esforços coletivos para enfrentar a pandemia, a partir da mobilização de uma rede de colaboradores voluntários – quilombolas e não quilombolas, de diversas áreas de atuação. Nos planos locais, diversas comunidades e organizações quilombolas criaram protocolos para lidar com a pandemia e desenvolveram ações como: implantação de barreiras sanitárias; arrecadação de fundos e doações de alimentos e itens de higiene; monitoramento autônomo de casos da doença; e campanhas para informar, orientar e auxiliar a população na prevenção e no tratamento da covid-19, realizadas *in loco* e por meio de redes sociais como *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*.

A principal iniciativa da Federação das Organizações Quilombolas de Santarém para prevenir o avanço do novo coronavírus nos territórios foi o projeto *Omulu – cuidando de vidas ancestrais*, que leva o nome do orixá que representa a cura. Motivado por um pedido de ajuda apresentado à FOQS por uma quilombola preocupada com a segurança alimentar das comunidades, o projeto foi idealizado entre maio e julho de 2020 por um grupo de jovens quilombolas e um colaborador voluntário, sob a coordenação de Marluce Coelho, quilombola da comunidade Nova Vista do Ituí e estudante de Ciências Agrárias na Universidade Federal do Oeste do Pará.

O PROJETO OMULUE A ATUAÇÃO DA FOQS

As ações do projeto *Omulu* foram desenvolvidas de acordo com as especificidades das comunidades, considerando que elas foram afetadas de maneiras diferentes pela pandemia. Nas seis comunidades localizadas na área do planalto santareno e ligadas por via terrestre ao centro urbano de Santarém, os casos de Covid-19 apareceram primeiro, segundo Miriane Coelho, secretária da FOQS. Já nas seis comunidades localizadas nas áreas de várzea do Rio Amazonas, o impacto inicial da pandemia foi econômico, diretamente associado às medidas de distanciamento social que fecharam feiras livres e mercados populares na cidade. Miriane relembra que

[...] quando a pandemia chegou, ainda passamos um bom tempo escondidos e calados, e, quando chegou, tivemos que criar estratégias para conter o avanço. Os territórios

começaram a adoecer. Somos 12 quilombos na região de Santarém, seis na várzea e seis na área do planalto. Os primeiros a adoecerem foram os da área do planalto, e os da várzea tiveram mais um impacto econômico, por conta de não poderem trazer seus produtos para vender na cidade (COELHO, 2022).

A primeira linha de ação teve caráter humanitário e emergencial, e contou com a parceria de diversas organizações e fundos¹²². De agosto a dezembro de 2020, essa linha de ação envolveu: a doação de cestas básicas, máscaras e kits de higiene em sacolas ecológicas; a entrega de placas de identificação para os territórios quilombolas; e a disseminação de informações sobre a doença e formas de prevenção.

Em seguida, tendo em vista a necessidade de elaborar um Plano de Vacinação Quilombola, a equipe do projeto, com o apoio de Agentes Comunitários de Saúde (ACS), lideranças comunitárias e voluntários, realizou uma busca ativa nas 12 comunidades quilombolas de Santarém, identificando indivíduos da faixa etária indicada pelo Ministério da Saúde para início do esquema de vacinação. Até agosto de 2021, o projeto também levou às comunidades atividades de educação em saúde comunitária e combate à desinformação sobre a vacinação por meio de uma peça de teatro em parceria com os franciscanos¹²³. Nesse período, a importância da vacinação foi reforçada por meio do slogan *Quilombola vacinado, território humanizado*, que destaca a importância da ação individual para a proteção coletiva.

A terceira frente de trabalho¹²⁴ do projeto *Omulu*, iniciada em setembro de 2021, consiste na promoção de Ações Itinerantes de Saúde, que ofertam assistência básica de saúde para a população quilombola de Santarém, com ênfase em atividades educativas individuais e coletivas, dentre elas a formação dos jovens comunicadores quilombolas que atendeu à demanda dos colaboradores da FOQS para o combate à desinformação, a produção e disseminação adequadas de informações de qualidade para a população quilombola.

122 Foram parceiros nesta etapa: a Custódia São Benedito da Amazônia, a ARQTININGU, o Fundo Casa Socioambiental, a Ordem Francisca Secular, o Fundo Casa Brasil de Direitos Humanos, a Terra de Direitos, o projeto Saúde Alegria e o Instituto de Biodiversidade e Florestas da Universidade Federal do Oeste do Pará.

123 A Custódia São Benedito da Amazônia, a ARQTININGU, a Artigo 19, a Juventude Franciscana, o Grupo de Teatro KabiKaxi, a Terra de Direitos e o Grupo de Mulheres na Raça e na Cor apoiaram esta fase do projeto.

124 Com apoio da Custódia São Benedito da Amazônia, ARQTININGU, Artigo 19, Juventude Franciscana, Grupo de Teatro KabiKaxi, Terra de Direitos, Grupo de Mulheres na Raça e na Cor, Universidade Estado do Pará, Centro Universitário da Amazônia (Unama), Ponto de Cultura Kizomba, Trupe do Direito e Associação Brasileira de Profissionais de Epidemiologia de Campo (Proepi).

OFICINAS JOVENS COMUNICADORES DA FOQS

Estratégias de comunicação de risco, engajamento comunitário e combate à desinformação estão incorporadas às atividades do projeto *Omulu*. Nesse sentido, destaca-se a importância dada às questões que envolvem as formas de comunicar levando em conta as características das comunidades. Não cabem, nesse contexto, trabalhar apenas com recomendações generalizantes. Pelo contrário, o entendimento das crenças, conhecimentos, atitudes e práticas nos territórios quilombolas é pressuposto fundamental para as ações comunicativas. Uma das contextualizações trabalhadas advém das observações em torno da tradução do conhecimento técnico-científico que circulou tão fortemente nos meios de comunicação para termos advindos do linguajar nas comunidades.

Durante a produção dos boletins sobre a covid-19 nos territórios, por exemplo, observou-se a importância de utilizar expressões como “se for ao banco fica a um *parmo* de distância”, “te quieta, fica em casa”, e até a metonímia da “água sanitária” pela marca *Q-boa*, como é mais comumente conhecida. Essa prática se estendeu para a produção em áudio sobre a higienização das mãos, o distanciamento físico e aglomerações, que circulou pelas comunidades em carros de som e aplicativos de conversa. Também foram impressas mensagens e os colaboradores fizeram campanhas de sensibilização nos territórios. As fotografias postadas nas redes sociais da Federação estão acompanhadas pela *hashtag* *vidas ancestrais importam*.

Procurou-se, assim, promover a adaptação de campanhas aos públicos do *Omulu* e, assim, facilitar a compreensão das informações sobre covid-19. A comunicação direta com as comunidades se tornou um aspecto fundamental do projeto porque “a informação que eles [quilombolas] viam no território era o que tinha na TV, na rádio, e que muitas das vezes era criação de *fake news*, e tivemos que ir para o território fazer campanha de informação”, narrou Miriane Coelho. Para a secretária da FOQS, a atenção à comunicação nas campanhas foi a “melhor parte” do projeto.

A melhor parte do processo foi nossa comunicação. A informação foi levada para que pudéssemos abranger todos os quilombolas e para que a gente pudesse se sentir parte daquilo e trazer todos os elementos para essas atividades como forma de informação. Colocamos nosso rosto e nossos ancestrais nas informações, e esse foi um dos pontos que achamos que fizemos certo, levando essa informação numa linguagem nossa (COELHO, 2022).

A formação de comunicadores para atuação mais próxima nas comunidades foi uma das estratégias adotadas pela FOQS. Por meio de uma parceria com o projeto Força-tarefa TiLS Covid-19, coordenado pela Associação Brasileira de Profissionais de Epidemiologia de Campo (ProEpi), a Federação organizou oficinas para o desenvolvimento de competências em comunicação de risco com jovens quilombolas¹²⁵. A proposta foi construída em torno das experiências do *Omulu* e orientações do guia desenvolvido pela Organização Panamericana de Saúde sobre medidas de saúde pública não farmacológicas para o enfrentamento à pandemia a grupos populacionais em situações de vulnerabilidade (OPAS, 2021).

O desenho dos conteúdos e dinâmicas partiu da importância do combate à desinformação e de trabalhar recomendações para a adoção de medidas de prevenção com uma abordagem mais próxima dos contextos das comunidades. O planejamento foi realizado de maneira colaborativa com representante da FOQS e pesquisadores¹²⁶ da ProEpi e Ufopa em reuniões online. Foi então definido que seriam promovidas oito oficinas, entre outubro e dezembro de 2021, com duração inicial de duas horas a serem realizadas semanalmente com a participação de 10 jovens das comunidades quilombolas de Santarém e Prainha. Por conta da infraestrutura para a realização dos encontros, foi viabilizada a ida dos jovens até a sede da FOQS onde participaram tanto das discussões online como da tutoria realizadas por duas colaboradoras da Federação para as atividades de campo.

A mobilização dos jovens foi protagonizada pela coordenação da FOQS, que promoveu uma roda de conversa presencial ainda em outubro. A primeira oficina foi realizada no dia 26 deste mês com o objetivo de integrar os participantes, apresentar e validar os objetivos e dinâmicas. Já a segunda ocorreu apenas no final de novembro, por conta de feriados, ações na FOQS que já estavam agendadas e pelo período de chuvas, que dificultou tanto o transporte dos jovens até a sede quanto o acesso à internet para a realização de alguns encontros. Tais intercorrências alteraram o cronograma original, que foi estendido até início de fevereiro. Por outro lado, ampliou-se a duração das oficinas para três horas a fim de que a ida do grupo até a Federação fosse melhor aproveitada.

125 Entre fevereiro e dezembro de 2021, a ProEpi desenvolveu uma série de ações junto à Federação para o fortalecimento da inteligência epidemiológica local, dentre elas a revisão intra-ação e capacitações.

126 Participaram do planejamento e realização das oficinas: Eduardo Stramandinoli Moreno, Luciana Gonçalves de Carvalho, Marcela Lopes Santos, Mariana Ferreira Lopes, MarluceCoelho e Veridiana Barreto Nascimento.

As oficinas foram organizadas em dois pilares: reconhecimento e ação. Primeiramente, foram discutidas as recomendações trazidas pelo guia da OPAS (2021) cujo objetivo consiste em estabelecer estratégias para a resposta às necessidades dos grupos em situação de vulnerabilidade no enfrentamento à pandemia. São adaptações de 15 medidas de saúde pública não farmacológicas – quarentena individual de casos e contatos, confinamento domiciliar, fechamento de locais de trabalho e de negócios não essenciais, fechamento de escolas, espaços fechados, limitação de aglomerações e eventos de massa, restrição de transporte, lavagem de mãos com água e sabão, gestão territorial das medidas de saúde pública, considerações especiais para a continuidade dos serviços essenciais –, incluindo como recomendações transversais a todas as medidas a comunicação de risco, a participação social e comunitária, os direitos humanos e o monitoramento e a avaliação.

A apresentação partiu da consideração de que as medidas em saúde pública não podem ser executadas com a mesma facilidade por todas as comunidades. Sendo assim, foram apresentadas potenciais limitações à implementação de cada uma delas, a fim de que os jovens compartilhassem suas impressões com base nas vivências em seus territórios. Ao fim, foi solicitado que registrassem experiências para responder a três questionamentos: Quais medidas foram implementadas em sua comunidade? Quais limitações foram observadas para implementação destas medidas? Quais alternativas e estratégias foram realizadas para contornar tais limitações?

Na oficina seguinte, os jovens compartilharam suas respostas que foram debatidas na busca por identificar pontos comuns e particularidades das vivências em cada território. Nesse sentido, discutiu-se as formas de comunicação das orientações nas comunidades, das quais se destacaram as panfletagens realizadas nos espaços comuns, como os barracões, além dos trabalhos realizados pelo projeto *Omulu* e pelos agentes comunitários de saúde. Foi comentado que alguns materiais elaborados, a exemplo de cartazes e panfletos, funcionavam mais no âmbito coletivo do que no individual junto às famílias.

No reconhecimento das limitações, os participantes abordaram a circulação de *fake news* como um fator que fomenta a recusa às recomendações que devem ser adotadas, incluindo a vacinação. Questionou-se, assim, qual o papel que eles, enquanto jovens comunicadores, poderiam assumir no combate à desinformação. A resposta construída colaborativamente foi a de contrapor os achismos com conteúdos baseados em evidências científicas com uma abordagem mais próxima aos contextos locais.

Com base nas respostas dos participantes, encaminhou-se para a segunda atividade de campo: a coleta de depoimentos de lideranças dos quilombos sobre os três questionamentos iniciais. Os materiais apresentados no encontro subsequente reforçaram as impressões compartilhadas pelos jovens sobre medidas e limitações e possibilitaram reflexões iniciais para as atividades da segunda etapa das oficinas: a ação focada na comunicação de risco e na desinfodemia.

A desinfodemia, neologismo adotado pela Unesco (POSETTI; BONTCHEVA, 2020), engloba estratégias para o combate à desinformação sobre a Covid-19 podendo ser estendida para outras situações infodêmicas. Cabe observar a diferenciação feita entre desinformação e informação incorreta, sendo esta última entendida como aquela compartilhada inocentemente com a intenção de ajudar. Neste caso, é a intencionalidade que marca o limiar entre ambas, sendo a desinformação “[...] instrumentalizada com fins políticos, racistas, xenofóbicos, sexista e outros” (POSETTI; BONTCHEVA, 2020, p.03), culminando na polarização, em discursos de ódio e podem ter consequências fatais em um contexto pandêmico ou epidêmico. A alfabetização midiática e informacional, como processo que visa ao desenvolvimento de competências para o acesso e avaliação da informação bem como avaliação das funções das mídias e as possibilidades de auto-expressão por meio delas, é uma das possíveis abordagens da desinfodemia, especialmente quando alinhada à comunicação de risco na formação de lideranças locais que atuam como reeditores.

Nesse sentido, a abordagem comunicacional das oficinas partiu da proposta de Mario Kaplún sobre a comunicação educativa, ou seja, uma comunicação dialógica que busca um ponto de encontro entre emissores e receptores, isto pois “a verdadeira comunicação não começa pela fala, mas sim pela escuta. A principal condição de um bom comunicador é saber escutar” (KAPLÚN, 2002). Esta perspectiva torna-se essencial ao considerar que comunicadores devem sempre questionar-se sobre como produzir mensagens com as quais os seus interlocutores se reconheçam e se identifiquem de forma a fomentar a participação e mobilização social. Esse olhar mais amplo da produção de sentido, que deriva tanto das condições comunicacionais dialógicas consideradas por Paulo Freire, como pelos estudos latino-americanos de comunicação de recepção, já é percebido nas preocupações da FOQS sobre a necessidade de regionalização de conteúdos e encontrado em orientações sobre comunicação de risco e engajamento comunitário.

A primeira atividade realizada com os jovens nesta etapa foi a explicação do que é a comunicação de risco em diálogo com práticas já reconhecidas nos territórios por meio dos exercícios realizados anteriormente. Os jovens compartilharam imagens que identificaram como exemplificadoras da CR em seus territórios e a discussão foi encaminhada para a percepção dos atores que trabalham a comunicação, para quem se destina e qual o seu objetivo: cartazes, placas, outdoor peças de teatro, postagens feitas no perfil do Instagram do *Omulu* e representação de um jovem tomando a vacina contra a Covid-19. Lideranças comunitárias, incluindo a FOQS, e os agentes comunitários de saúde foram mais uma vez citados como protagonistas na comunicação e mobilização local para que as medidas fossem implementadas e comportamentos fossem aderidos nas comunidades quilombolas.

Às observações seguiram-se dinâmicas de apropriação de estratégias para a construção de campanhas de comunicação de risco mais assertivas, perpassando pela definição do resultado global da comunicação e identificação dos públicos. Temas como a dificuldade em diferenciar os sintomas de covid-19 e gripe, a mobilização para a vacinação infantil, as doses de reforço e o cuidado com tratamentos caseiros foram abordados. Esboços de cartazes, cards para circularem por aplicativos de conversa e até propostas de abordagens em conversas foram produzidos, voltados ao papel de mobilizadores que os jovens comunicadores fortaleceriam em seus territórios. Ao fim, foi elaborada a proposta de uma cartilha a ser distribuída nas comunidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O relato apresentado exemplifica tanto as potencialidades de ações formativas na desinfodemia, como também a importância de que tais ações reflitam sobre e com as comunidades locais por meio da comunicação de risco e do direito à comunicação. A infodemia, evidenciada de forma tão marcante durante a pandemia da covid-19, impõe condições para a construção comunitária de atitudes, principalmente com populações vulneráveis, como o caso dos quilombolas. Considerar tais especificidades é uma das premissas da áreas da saúde e isso se reflete de forma direta nas ações comunicativas, especialmente em contexto de pandemia ou epidemia.

Tanto na comunicação como na saúde, o processo de escuta qualificada é essencial para identificar as necessidades locais e poder desenvolver soluções específicas. A produção de materiais de comunicação de risco adaptados às condições locais, tanto

em se tratando de conteúdo como do veículo para difusão da mesma, é requisito para que comportamentos, atitudes e práticas possam ser revistos e modificados visando ao bem-estar coletivo.

As oficinas vieram como uma forma de potencializar a atuação dos jovens comunicadores locais em suas atividades na comunidade que residem. O pensar a comunicação diante de situações inusitadas, como a pandemia, é pressuposto básico para o controle da situação de risco imposta à comunidade. Construir colaborativamente ferramentas para que as comunidades entendam seus riscos e possam agir diante deles é o marco principal da comunicação de risco.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. W.; MARIN, R. E.; MELO, E. **Pandemia e território**. São Luís: UEMA Edições/ PNCSA, 2020.

CARVALHO, L. G. et. al. Direito ao Território Quilombola na Amazônia e a Pandemia: As experiências da Malungu na vigilância comunitária em saúde para defesa da vida e do território. **InSURgência: revista de direitos e movimentos sociais**, v. 7, n. 1, p. 102-124, 2021.

CARVALHO, L. G.; NASCIMENTO, R. M.; CHÊNE, S. B. Cem dias de “virose braba” no quilombo. **Boletim Cientistas Sociais e o Coronavírus**. A questão étnico-racial em tempos de crise. São Paulo, n. 46, 2021.

CARVALHO, L. G.; NASCIMENTO, R. M.; NASCIMENTO, V. B. (Orgs.). **Vulnerabilidade histórica e futuro das comunidades quilombolas do Pará em tempos de pandemia**. Belém: NUMA, 2021.

COELHO, M. **Projeto Omulu** [24 fev. 2022]. Entrevistadora: V. Nascimento. Santarém: FOQS, 2022.

CUTTER, S. Moral Hazard, Social Catastrophe: The changing face of vulnerability along the hurricane coasts. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 604, n. 1, p. 102-112, 2006.

CUTTER, S. The Social Sciences Perspectives on Hazards and Vulnerability Science. **Geophysical Hazards**, v. 1, p. 17-30, 2010.

GUERRERO, A. F. H. **Situação nutricional de populações remanescentes de quilombos do município de**

Santarém - Pará, Brasil. 2010. Tese (Doutorado em Ciências) - Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Rio de Janeiro, 2010.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES, [S. l.]**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>. Acesso em: 8 set. 2022.

KAPLÚN, M. **Una Pedagogía de la comunicación** (el comunicador popular). La Habana: Editorial Caminos, 2002.

OVIEDO, R. A. M.; CZERESNIA, D. O conceito de vulnerabilidade e seu caráter biossocial. **Interface ComunSaudeEduc**, v. 19, n. 53, p. 237-249, 2015.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: decifrar a desinformação sobre a COVID-19. [recurso eletrônico]. Unesco: 2020. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por. Acesso em 8 set. 2022.

PERUZZO, C. M. K. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina, [S. l.]**, v. 1, n. 1, 2007. DOI: 10.34019/1981-4070.2007.v1.20989. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20989>. Acesso em: 8 set. 2022.

SANT’ANNA, Nadir Francisca; MANHÃES, Fernanda Castro; NORBERG, Antônio Neres. O que sabemos sobre a COVID-19: uma revisão interdisciplinar da

gripe que se transformou na maior pandemia de todos os tempos. In: NORBERG, Antônio Neres et. al. **COVID-19: saúde e interdisciplinaridade**. Campos dos Goytacazes: Encontrografia, 2020. p. 10-24.

SILVA, H. P. A Covid-19 e as populações quilombolas na Amazônia: impactos do racismo estatal. **Boletim Cientistas Sociais e o Coronavírus**. A questão étnico-racial em tempos de crise. São Paulo, n. 1, 2020.

TANGCHAROENSATHIEN, V. et al. Framework for managing the COVID-19 infodemic: methods and results of an online, crowdsourced WHO technical consultation.

Journal of Medical Internet Research, v. 22, n. 6, p. e19659, 2020. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/6/e19659/>. Acesso em: 08/09/2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública**: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. [Communicating risk in public health emergencies: a WHO guideline for emergency risk communication policy and practice]. WHO, Genebra: 2018. [Acessado em 17 Julho 2021]. Disponível em: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201-por.pdf?ua=1>.

PERFIL DOS AUTORES

Mariana Ferreira Lopes

Jornalista formada pela Universidade Federal de Viçosa, Especialista em Comunicação Comunitária e Mestre em Comunicação pela Universidade de Londrina, Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. É docente externa da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, atuando no Programa de Extensão Ação Contínua Comunicação Comunitária. É pesquisadora da Sala de Situação de Saúde da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade de Brasília participando de projetos na interface entre comunicação, mobilização social e vigilância em saúde. É membro da diretoria da Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã - ABPCom (gestão 2019-2023).

Veridiana Barreto Nascimento

Enfermeira, mestre em ciências de saúde pelo Programa de Enfermagem da Universidade de São Paulo-USP, especialista em Saúde e Segurança no trabalho. Docente da Universidade Federal do Amapá. Doutoranda em ciências ambientais na Universidade Federal do Oeste do Pará. Linhas de atuação: atenção primária, populações tradicionais-quilombolas, saúde do trabalhador, vulnerabilidades com eixo na atenção primária. E-mail: veridianaiespes@gmail.com

Luciana Gonçalves de Carvalho

Doutora em Antropologia. Professora associada da Universidade Federal do Oeste do Pará, atuando nos cursos de graduação em Antropologia, mestrado em Ciências da

Sociedade e doutorado em Sociedade, Natureza e Desenvolvimento. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da UFPA. Atualmente projetos para mitigar os efeitos da pandemia de covid-19 nos quilombolas do Pará, em parceria com a Coordenação das Associações das Comunidades Remanescentes de Quilombo (Malungu) e a Federação das Organizações Quilombolas de Santarém, além de projetos de pesquisa e extensão sobre direitos coletivos dessas comunidades. E-mail: luciana.carvalho@ufopa.edu.br

Marcela Lopes Santos

Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Pernambuco, Mestre e Doutora em Saúde Pública pelo Instituto Aggeu Magalhães/Fiocruz-PE. Atualmente atua como Consultora Técnica na Coordenação Geral de Arboviroses do Ministério da Saúde. Atuou como analista de epidemiologia do projeto Arbocontrol da Universidade de Brasília. Tem experiência na área de Saúde Pública, com ênfase em Epidemiologia, Bioestatística, Vigilância Sanitária e Avaliação de Programas e Tecnologias em Saúde. E-mail: lopessantosmarcela@gmail.com

Marluce Coêlho

Mulher quilombola, Técnica em Pesca pelo Instituto Federal do Pará Campus Santarém, Técnica em Segurança do trabalho pelo Centro de Formação Esperança, graduanda em Ciências Agrárias pela Universidade Federal do Oeste do Pará, Assessora de Projetos da Federação das Organizações Quilombolas de Santarém, Coordenadora do Projeto *Omulu*, Vice-coordenadora do Ponto de Cultura e produtora cultural. E-mail: marluce.coelho@yahoo.com.br

Eduardo Stramandinoli Moreno

Médico Veterinário pela Universidade Estadual de Londrina. Realizou Mestrado Profissionalizante em Saúde Coletiva pela Faculdade de Ciência Médicas da Santa Casa de São Paulo, onde também é egresso do EPISUS. Doutor em Ciências Ambientais pela Universidade Federal do Oeste do Pará. Atua como consultor epidemiologista para Organização Mundial de Saúde, junto à Associação Brasileira de Profissionais de Epidemiologia de Campo (ProEpi) e como consultor em saúde e nutrição em emergências no UNICEF-Brasil. E-mail: eduardo_smoreno@yahoo.com.br

CIDADANIA NO FUTEBOL FEMININO BRASILEIRO?

UMA ANÁLISE DA REPORTAGEM DO PORTAL GLOBOESPORTE.COM SOBRE A MODALIDADE NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19

Érika Alfaro de Araújo

INTRODUÇÃO

Embora existam registros de mulheres jogando futebol no Brasil desde a década de 1920 e, até o início da década de 1940, alguns times tenham se formado pelo território nacional, a história da modalidade feminina no país contou com uma interrupção marcante no episódio da proibição por lei em 1941¹²⁷ e pela posterior resolução do Conselho de Desportos em 1965¹²⁸. Foram quase quatro décadas até que essas determinações fossem revogadas em 1979 e apenas em 1983 o futebol feminino foi regulamentado – com regras que, entre outros aspectos, vedaram o profissionalismo e definiram partidas de apenas 70 minutos.

Em termos de competições, a nível mundial, o futebol de mulheres foi incluído nos Jogos Olímpicos em 1996, e a primeira Copa do Mundo da Fifa foi organizada em 1991 – ambos os eventos contaram com o time brasileiro em suas primeiras edições. Os dois torneios, que se tornaram os principais dos calendários das seleções do mundo, contribuem para evidenciar que o desenvolvimento do futebol feminino é um fenômeno recente. O que fica ainda mais notório no cenário nacional: o Campeonato Brasileiro teve início em 2013; em 2017, a competição nacional passou a ser organizada em duas divisões; e campeonatos de base (sub-18 e o sub-16) passaram a existir em 2019.

Levando em conta esse contexto de desenvolvimento e busca por estruturação, visibilidade e profissionalização, este artigo se situa no ano de 2020, em um momento

127 Decreto-Lei de 14 de abril de 1941: “Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país”.

128 Deliberação número 7 de 1965 do Conselho Nacional de Desportos (CND): “Não é permitida a prática de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, polo-aquático, pólo, rugby, halterofilismo e baseball”.

em que as competições esportivas foram paralisadas em decorrência da pandemia global causada pelo novo coronavírus. Para estudar esse período, selecionamos uma reportagem veiculada pelo Portal GloboEsporte.com: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino”¹²⁹. Ao analisarmos o material que tem como foco a situação do futebol de mulheres no Brasil no contexto da pandemia, buscaremos responder algumas perguntas, tais como: Qual foi a abordagem da reportagem? O que ela revela sobre a modalidade no país? O que ela evidencia sobre o futebol feminino no contexto da pandemia? Qual a abrangência desse conteúdo? Com isso, buscaremos entender de que forma a divulgação sobre acontecimentos envolvendo o futebol de mulheres foi realizada, com base em quais critérios, como esse retrato jornalístico de uma realidade foi construído e que tipo de mensagem foi fornecida pela reportagem.

FUTEBOL FEMININO BRASILEIRO NA CONTEMPORANEIDADE

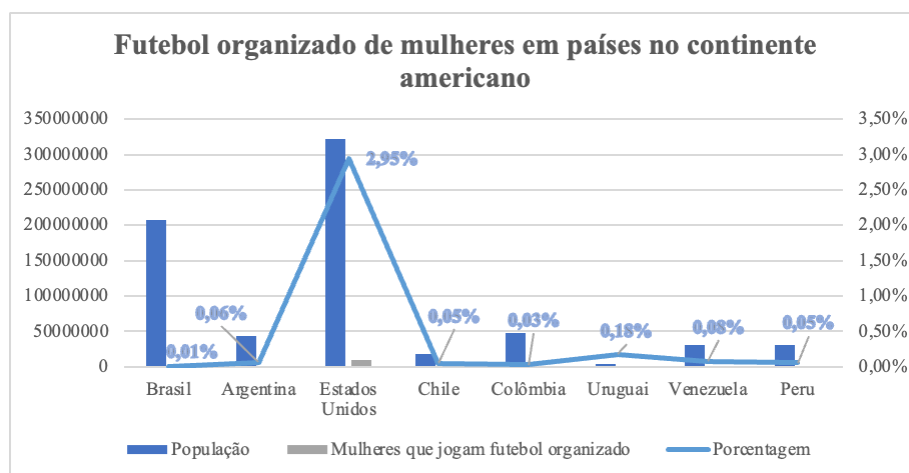
Em 2019, a Fifa divulgou um relatório que ofereceu um panorama do futebol feminino em âmbito mundial. Os dados do levantamento reiteraram a ideia de que a modalidade, no Brasil, possui uma história recente de desenvolvimento após as décadas de proibição, assim como pode ser observado em diversos países. Uma informação destacada fornecida pelo *Women's football – Member Associations Survey Report 2019* revela que 15 mil mulheres jogam um futebol organizado no Brasil. Para uma base de comparação, nos Estados Unidos, seleção tetracampeã do mundo e quatro vezes ouro olímpico, esse número chega a 9,5 milhões. Na Argentina, o número chega a quase 28 mil – a população da Argentina é de mais de 43 milhões, o que representa menos de um quarto da brasileira, com mais de 207 milhões de habitantes conforme o documento.

Os Estados Unidos e a Argentina foram selecionados como referências por se tratarem de países localizado na América, mas também pelo fato de que as americanas formam a seleção mais vencedora do futebol feminino no âmbito do esporte-competição. Já a Argentina é uma nação sul-americana, que faz fronteira com o Brasil, e possui índices, apesar de baixos, mais altos do que o brasileiro com relação

129 Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-feminino/noticia/das-ameacas-a-atletas-a-verba-da-cbf-retida-pandemia-escancara-amadorismo-do-futebol-feminino.ghml>.

às jogadoras. Há países da América Latina com números variados, por exemplo: o Chile com 9 mil mulheres que jogam futebol organizado (em uma população de quase 18 milhões); a Colômbia, com 12.732 (mais de 48 milhões de população); o Uruguai, com 6.300 (mais de 3 milhões de população); a Venezuela, com 24.427 (mais de 31 milhões de população); e o Peru, com 17.159 (mais de 31 milhões de população). Em termos percentuais, colocando o número de mulheres que jogam um futebol organizado com relação à população total estimada pelo relatório, temos, em ordem decrescente: Estados Unidos com 2,95%; Uruguai com 0,18%; Venezuela com 0,078%; Argentina com 0,064%; Peru com 0,054%; Chile com 0,050%; Colômbia com 0,026%; e Brasil com 0,0072%.

Gráfico 1 – Número de mulheres que jogam futebol organizado em países pelo continente americano com relação à população total das nações



Elaborado pela autora, 2021.

Fonte dos dados: *Women's football – Member Associations Survey Report 2019*

No Brasil, o número de jogadoras adultas registradas é de 2.974. Com menos de 18 anos, são apenas 475. Nos Estados Unidos, são 80 mil adultas e mais de um milhão e meio de jovens, e na Argentina os números chegam a mais de 21 mil maiores de 18 anos e 6,5 mil jovens. Conforme os índices divulgados pela Fifa, três seleções são mantidas pela CBF: sub-17, sub-20 e sênior. Já representando as americanas, são nove categorias, começando pelo sub-14. Na Argentina, são cinco, sendo o sub-15 a categoria inicial.

O documento ainda expõe questões referentes ao cargo de comando dos times e à situação no setor de arbitragem. No território nacional, dos 1.368 treinadores licenciados, 15 são mulheres. E dos 566 árbitros licenciados, 94 são mulheres. Na

Argentina, são sete técnicas entre 7.940, e 26 árbitras do total de 550. Nos Estados Unidos, são 172 mil treinadores licenciados, com mais de 21 mil mulheres; dos 139 mil árbitros, quase 33 mil são mulheres.

No cenário brasileiro, mesmo com a organização de campeonatos pela CBF, a maioria dos times das duas divisões é basicamente amadora. Para que se configure o profissionalismo, as atletas necessitam de um registro pelos clubes na CBF, o que é viabilizado por meio de um contrato no sistema CBF/Fifa e acontece quando a atleta se encaixa no regime CLT, isto é, de leis trabalhistas. Haag (2018) analisa o cenário da profissionalização do futebol de mulheres na década de 1980 – após a queda de proibição. Para a autora, uma das dificuldades nesse caminho foi por conta do período de desregulamentação do trabalho e esfacelamento das leis trabalhistas com as políticas neoliberais e um crescente aumento da informalidade nos anos 1990 no cenário brasileiro.

Nesse sentido, o primeiro clube brasileiro a profissionalizar as relações de trabalho com as jogadoras foi o Santos, o que aconteceu 2015. A partir de então, outras instituições acompanharam a decisão. No ano de 2019, dos 16 clubes da divisão de elite do Brasileirão, sete eram profissionais, em um percentual de quase 44%. Em 2020, esse número aumentou para dez, ou seja, 62,5% dos times. Os dados foram disponibilizados pelo site Dibradoras¹³⁰ e revelaram que Ferroviária, Internacional, Iranduba, Santos, Flamengo, Cruzeiro, Grêmio, São Paulo, Corinthians e Vitória (que ainda mantém vínculos de amadorismo) eram os clubes profissionais na série A do futebol feminino brasileiro. Embora a primeira divisão apresente um número recorde, a segunda ainda exibe um panorama amador: dos 36 clubes que competem no torneio, são cinco profissionais: América-MG, Atlético-MG, Ceará, Fortaleza e Tiradentes-PI – cerca de 14% segundo a pesquisa do site Dibradoras¹³¹.

Essas mudanças aconteceram em um contexto em que federações e confederações interviram junto aos clubes para colaborar com o desenvolvimento do futebol feminino. A Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) determinou em seu estatuto e regulamento, aprovado no final de 2016, a manutenção de uma equipe feminina em todos os clubes que disputassem a Copa Libertadores da América e a Copa

130 Brasileiro feminino de 2020 terá número recorde de times profissionais. Disponível em: <https://bit.ly/2PYhqB7>. Acesso em 7 de maio de 2021.

131 Idem 6.

Sul-Americana – os principais torneios continentais no calendário dos times brasileiros. Com prazo de adequação de dois anos, a decisão passou a valer em 2019.

A determinação foi acompanhada pelo Licenciamento de Clubes da Confederação Brasileira de Futebol, em que a CBF definiu como obrigatória a existência de equipes femininas adultas e de base para todos os vinte clubes da série A do Campeonato Brasileiro em 2019. Ambas as medidas estavam em conformidade com o Estatuto¹³² da Federação Internacional de Futebol (Fifa) de 2018, que, em seu vigésimo terceiro artigo, colocou como dever das confederações a inclusão de princípios de governança com disposições relativas, entre outros temas, à igualdade de gênero.

Para Almeida (2019), cuja análise tem como foco as mudanças no futebol de mulheres no Brasil com a introdução da igualdade de gênero no estatuto da Fifa, a CBF deu sinais de mudanças com relação ao cumprimento das regras da Federação, mas, na hora de colocá-las em prática, demonstrou que a intenção era preencher as formalidades impostas pela instituição internacional.

Para Vieira e Rodrigues (2021), as discussões sobre a profissionalização do futebol feminino no Brasil são relevantes para entendermos o que as autoras chamam de “condição crônica de abandono da modalidade”. Além disso, em um cenário mais amplo, fora do futebol, esse debate é capaz de evidenciar a importância das relações de trabalho em uma análise sobre cidadania. Isso porque, para Silva (2015, p. 90), as reconfigurações do mundo do trabalho em face da dinâmica do capital em escala global tem sido uma das variáveis que ajudam a entender a vida na sociedade contemporânea. Com isso, os elos frágeis de trabalho de mulheres no mundo do futebol colocam em questionamento a posição delas enquanto indivíduos componentes da sociedade. O que, como veremos a seguir, tornou-se um grande ponto de insegurança e preocupação para as atletas no contexto da pandemia.

CENÁRIO ESPORTIVO NA PANDEMIA

No ano de 2020, o mundo foi atingido pela pandemia de Covid-19. Por conta do isolamento social, eventos dos mais diversos setores foram cancelados ou remarcados. Logo, as competições esportivas também foram afetadas. O Comitê Olímpico

132 Estatuto da Fifa. Disponível em: <https://resources.fifa.com/image/upload/the-fifa-statutes-2018.pdf?cloudid=azwxwekfmx0nfdixwv1m>. Acesso em 5 de maio de 2021.

Internacional (COI) precisou tomar uma decisão sem precedentes e adiar os Jogos Olímpicos daquele ano, que aconteceriam em Tóquio, no Japão. No Brasil, tratando-se de futebol, a CBF paralisou todos os campeonatos nacionais por tempo indeterminado a partir do dia 16 de março de 2020¹³³. Na posterior retomada, ficou proibida a presença do público nos estádios e um grande número de medidas de segurança foi implementado.

No período em que as competições estavam paralisadas, a confederação organizou ações de apoio financeiro aos clubes¹³⁴, que estavam impedidos de seguirem suas atividades rotineiras e tiveram prejuízos por conta da diminuição da receita – a ausência de público foi um dos fatores de grande impacto na queda de arrecadação das instituições.

No futebol feminino, 3,7 milhões de reais foram destinados ao auxílio dos clubes na primeira quinzena de abril, sendo 120 mil reais direcionados a cada um dos 16 clubes da primeira divisão e 50 mil a cada um dos 36 clubes da série B.

A Federação Internacional de Jogadores de Futebol (FIFPro) divulgou, em abril de 2020, um relatório intitulado *Covid-19: Implications for professional women's football* com o intuito de oferecer informações sobre a situação, além de chamar a atenção para as implicações da crise global de saúde com relação ao futebol feminino profissional e também trazer recomendações para a saúde e o bem-estar das jogadoras.

O relatório destaca que a falta de contratos por escrito, vínculos de trabalho de curto prazo, a falta de seguro saúde e de assistência médica, além da ausência de medidas de proteção básica dos direitos trabalhistas colocam muitas mulheres em uma situação de alto risco por terem seus meios de sustento ameaçados. A pesquisa ouviu atletas e indicou que, embora muitas preocupações tenham sido relatadas, algumas delas foram mais frequentes: as questões que estão em aberto sobre economia, calendário de competições e segurança no emprego.

Assim, o documento elenca os pontos abordados pelas jogadoras que se destacaram com relação ao futebol feminino na pandemia. De forma resumida, o relatório apontou os seguintes tópicos: Comunicação inconsistente – disparidade na forma

133 CBF suspende competições de âmbito nacional por tempo indeterminado. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-suspende-competicoes-de-ambito-nacional-por-tempo-indeterminado>. Acesso em 10 de maio de 2021.

134 CBF anuncia novas medidas de apoio aos clubes. Disponível em: <https://bit.ly/3exf2uH>. Acesso em 10 de maio de 2021.

como jogadoras recebem informações sobre as mudanças em seus países e nos locais onde jogam; Bem-estar mental – insegurança com relação às carreiras curtas e esporádicas no futebol feminino; Dificuldades diante de cortes de salário e para a manutenção dos empregos; Isolamento em países estrangeiros, longe de sistemas de apoio; Incerteza – salários, reconhecimento e visibilidade em risco; Peso da expectativa – pressão mental e física para a manutenção da performance competitiva mesmo sem instalações adequadas; Saúde fisiológica – mudanças nos ciclos menstruais, com aparecimento de sintomas mais frequentes e graves, e alterações na duração e no padrão do ciclo; relatos de estresse, mudanças nos treinamentos, na dieta e distúrbios do sono.

Por meio dos aspectos levantados, situamos o estudo. Aqui, compartilhamos o pressuposto de Vieira e Rodrigues (2021) de que a pandemia funciona como um analisador social do futebol de mulheres. “Isso porque a realidade pandêmica pode ser capaz de produzir uma percepção diferenciada sobre tal contexto, rompendo com a neutralidade e naturalidade aparentes da situação das mulheres na instituição futebolística” (VIEIRA E RODRIGUES, P. 113).

OBJETO, OBJETIVOS E METODOLOGIA

Criado em 2005, o GloboEsporte.com é um portal do Grupo Globo cujos conteúdos englobam desde notícias e reportagens até transmissões em tempo real, colunas e *podcasts* sobre as mais diversas modalidades esportivas praticadas no Brasil e no mundo. Tratando-se de um projeto de expansão do jornalismo esportivo da Globo para o webjornalismo, um ano após seu lançamento, já havia alcançado a marca de mais de um milhão de visitantes únicos¹³⁵ e, em 2018, chegou a manter uma média de 7 milhões de usuários únicos por dia¹³⁶. A versão mobile foi lançada em 2012 e, em 2014, um aplicativo foi desenvolvido. Em 2015, 63% da audiência do GE vinha dos acessos por celulares e tablets¹³⁷.

135 Uma década de globoesporte.com. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/globoesporte10anos/uma-decada-de-globoesporte.com/index.html>. Acesso em 11 de maio de 2021.

136 Grupo Globo bate recorde de acessos no digital e passa de 100 milhões de usuários únicos. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2018/11/26/grupo-globo-bate-recorde-de-acessos-no-digital-e-passa-de-100-milhoes-de-usuarios-unicos.ghtml>. Acesso em 11 de maio de 2021.

137 Idem 11.

Com um menu repleto de opções de acesso, uma das seções do GloboEsporte.com é dedicada ao futebol feminino, e é justamente nesta que se encontra nosso objeto, uma reportagem publicada em maio de 2020: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino”. A matéria se propõe a apresentar informações sobre o cenário dos clubes com relação aos seus times femininos durante o período de paralisação dos campeonatos por conta da pandemia.

Por meio da análise qualitativa do material selecionado, o propósito deste artigo é entender e discutir quais foram os aspectos trabalhados na reportagem e o que eles revelam sobre o futebol de mulheres no Brasil, especialmente no cenário pandêmico. Para Barbosa Filho (2003), a reportagem é “considerada uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento” e consegue “oportunizar aos ouvintes, leitores, telespectadores ou internautas uma noção mais aprofundada a respeito do fato”. Dessa maneira, buscaremos verificar também se a construção narrativa da reportagem de fato trouxe uma noção aprofundada acerca dos acontecimentos. Para isso, desenvolvemos categorias que possibilitarão a organização da análise:

Tabela 1 – Categorias para análise da reportagem

Categorias de análise	Objetivo
Enfoque	Entender qual a proposta da reportagem
Estrutura da reportagem	Conhecer a construção textual e as opções narrativas
Uso das fontes	Identificar os tipos de fonte utilizadas, o uso das informações oferecidas e as contribuições das entrevistas
Levantamento documental	Especificar os materiais utilizados e o papel dos mesmos para o conteúdo
Abrangência	Determinar quais e quantos clubes foram incluídos na reportagem
Hiperlinks	Revelar as conexões e atualizações do texto
Marcas de análise	Verificar a existência ou não de opiniões e análises

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Para a realização desta análise da reportagem, recorre-se a uma abordagem qualitativa focada na mensagem e apoiada nos procedimentos metodológicos da Análise de Conteúdo de Bardin (2011), que permitem inferências críticas e interpretações capazes de oferecer uma leitura além da convencional ao atingir um novo aspecto de significação da mensagem.

ANÁLISE QUALITATIVA DA REPORTAGEM

Nesta etapa do artigo, analisamos a reportagem veiculada pelo GloboEsporte.com, um dos principais portais de jornalismo esportivo do país, com a proposta de retratar o cenário do futebol de mulheres no Brasil durante o período de paralisação dos campeonatos em 2020 por conta da pandemia de Covid-19.

Reportagem: “Das ameaças a atletas à verba da CBF retida: pandemia escancara amadorismo do futebol feminino”

Enfoque

Publicada no dia 14 de maio de 2020, cerca de dois meses depois da interrupção do futebol brasileiro, a matéria traz revelações, dá pistas dos assuntos tratados e apresenta uma espécie de resumo de sua análise logo no título. Ao avaliar que a pandemia “escancara o amadorismo do futebol feminino”, sugere que esta leitura envolve a revelação de que jogadoras foram ameaçadas e que há uma questão envolvendo o não repasse de verbas da confederação. Na linha-fina, há o esclarecimento sobre os apontamentos do título: “CBF distribuiu R\$ 3,7 milhões aos 52 times do Brasileiro feminino, mas a maioria dos dirigentes não transfere o pagamento para as jogadoras – e quem reclama ainda é dispensada”. Com essa sentença, quantifica a questão da ajuda financeira, define a responsabilidade pelo não repasse como sendo dos “dirigentes” e completa com a informação sobre a dispensa das atletas – relacionada às ameaças mencionadas no título.

Essas informações orientam a abertura do texto, que afirma que a pandemia “escancarou ainda mais o amadorismo” do futebol de mulheres no país. Aqui, temos uma análise da situação no início da reportagem – para a posterior apresentação de argumentos. Além disso, podemos perceber pela forma como a frase foi construída que há o reconhecimento de que, antes da pandemia, havia a consciência dessa condição amadora, e que o momento de crise aprofundou a questão. Segundo a matéria, o dinheiro da CBF não foi suficiente “para amenizar os problemas das atletas, nem evitaram o desamparo durante a paralisação dos campeonatos”.

Em seguida, os valores de repasse para clubes das séries A e B são especificados, além da informação de que, na distribuição da verba, a CBF não exigiu contrapartidas, e o resultado foi que, em diversos clubes, houve muitos problemas no repasse de dinheiro às atletas.

A seguir, o GloboEsporte.com afirma ter apurado a situação de clubes pelo Brasil para traçar um panorama, o que indica que a reportagem não se compromete em apenas repercutir um acontecimento que já ganhou notoriedade no organismo social¹³⁸, mas também trazer informações novas que são resultados de apurações, situando-as em um cenário nacional.

Diante dessas informações, é possível apontar que, com o tema futebol feminino na pandemia, a reportagem tem como enfoque a utilização da verba oferecida pela CBF pelos clubes e a situação das jogadoras, muitas das quais não receberam o dinheiro e foram ameaçadas quando expuseram suas experiências, demonstrando que, além de desamparadas, as atletas tiveram sua liberdade de expressão cerceada.

Estrutura da reportagem

Depois da abertura do texto, que revelou os aspectos principais da reportagem, temos a seguinte disposição de intertítulos: dispensas, calotes e problemas; ameaças e medo; dinheiro para outro rumo; CBF tenta contornar; oásis na modalidade; e futuro incerto.

No primeiro, o GloboEsporte.com apresenta a situação de cinco clubes da série A2, trazendo à tona as denúncias das jogadoras, a dispensa e ameaças a algumas delas – além do descaso com relação ao grupo de mulheres –, documentos que comprovaram informações e a contrapartida de advogado e presidentes dos clubes envolvidos. Já o segundo intertítulo é inteiramente dedicado ao Atlético-GO, clube em que as atletas recebiam apenas vaga no alojamento e alimentação, sem salário ou ajuda de custo. Assim, diante da cobrança de uma das jogadoras ao tomar conhecimento sobre o valor cedido pela CBF, ela foi dispensada. A resposta da dirigente do clube confirmou que o vínculo do Atlético com as jogadoras não é profissional, e que o projeto foi montado às pressas por conta da exigência da CBF, mas que todo o valor da confederação será destinado ao departamento feminino.

Em “dinheiro para outro rumo”, a reportagem falou sobre Sport e Botafogo, ambos casos em que a equipe masculina disputava a série A do Brasileirão, e a feminina a série B. A questão que envolveu o time de Recife foi que, dos 50 mil reais recebidos, 10 mil foram para as atletas, e os outros 40 para “despesas de lavanderia, escritório e

138 MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 1994.

pagamento de outros funcionários”. No Botafogo, havia salários atrasados desde antes da paralisação do campeonato, e a diretoria admitiu a situação.

Em seguida, temos a reação da CBF diante dos fatos. A reportagem informa que a confederação ligou para os clubes para exigir que o dinheiro fosse usado para pagar as atletas, reforçando que recomendação oficial era essa desde o princípio. História que foi contestada por um dirigente do Audax, clube da primeira divisão, que recebeu 120 mil reais e tinha uma folha salarial mensal de 25 mil reais no feminino. Segundo o representante do clube, não foi especificado pela CBF que o valor deveria ser destinado às mulheres, por isso foi usado para despesas do próprio clube. O supervisor da CBF afirmou, via assessoria de imprensa, que o dinheiro foi destinado para que os clubes cumprissem suas obrigações junto à modalidade, especialmente com relação às atletas, mas que a “entidade não tem ingerência na administração interna dos clubes”. Com isso, uma série de 11 perguntas e 11 respostas foram esquizematizadas para evidenciar os pontos apurados pelo GloboEsporte.com a respeito do assunto.

O intertítulo “oásis na modalidade” apresenta um contraponto ao cenário traçado até aquele momento. Ceará, Bahia e Fortaleza foram os times que a reportagem afirma terem profissionalizado o futebol feminino e registrado as jogadoras. Dessa maneira, um relato de uma das atletas do Ceará conta que o clube é uma exceção no Brasil por dar boas condições às jogadoras. No estado de São Paulo, o texto afirma que Corinthians e Ferroviária são dois bons exemplos, mesmo passando por dificuldades na pandemia. Além disso, afirmam que um levantamento detalhado sobre os times da elite seria publicado no portal nos dias seguintes.

A última parte da reportagem, “futuro incerto”, apresenta a instabilidade dos clubes, citando que alguns cogitaram pedir desligamento das competições em 2020 por conta da incerteza sobre a retomada das atividades e a ausência de previsão do fim da pandemia. Apesar disso, o encerramento evidencia que nenhum clube fez o pedido até aquele momento.

Diante dessas informações, podemos concluir que a estrutura da reportagem foi pensada para incluir diversos clubes, agrupando em intertítulos os casos mais similares. Com isso, conseguiram trazer acusações de atletas e as represálias dos clubes, assim como a resposta da CBF, o contraponto com casos positivos e uma finalização com a projeção de um futuro incerto para as equipes.

Uso das fontes

É possível afirmar que as fontes tiveram um papel significativo na reportagem. Isso porque a história principal do texto, que é o não repasse dos clubes da verba da CBF para as atletas, foi construída, principalmente, por meio das declarações das jogadoras e as respostas dos responsáveis pelas instituições.

Lage (2008) corrobora com a ideia de que são poucos os textos jornalísticos que “originam-se integralmente da observação direta”, e a reportagem analisada aqui se junta à maioria das matérias que “contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público”, isto é, os conteúdos são construídos com a contribuição das fontes envolvidas nas situações. “É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas” (LAGE, 2008, p. 49), processo que pode ser verificado no material do GE.

É importante pontuar que muitas das atletas entrevistadas não tiveram seus nomes citados: “A maioria das atletas não quer se identificar porque teme ser dispensada e, além de não receber pagamento, ter de sair do alojamento do clube”. Dessa forma, notamos que o sigilo foi praticado na proteção das fontes, um fator essencial na ética jornalística.

Foram 23 fontes no total. São elas: Atleta do Brasil de Farroupilha não identificada; Elenir Luiz Bonetto, presidente do Brasil-FA; Jorge Simplicio, presidente do Juventude Timonense; Ysrayane Nogueira Alves e Emily Pedrosa Bastos, jogadoras do Auto Esporte; Jogadora não identificada do Auto Esporte; Léo Baiano, auxiliar-técnico do Auto Esporte; Helamã Nascimento, presidente do Auto Esporte; Karen Gabriely, jogadora do UDA; Adeilson Palmeira, presidente do UDA; Lígia Montalvão, jogadora do Santos Dumont; Genisson Silva, advogado do Santos Dumont; Célio França, empresário ligado ao Santos Dumont; Samara Dias, jogadora do Atlético-GO; Isabela Borges, coordenadora do departamento de futebol feminino do Atlético-GO; Jogadora do Sport não identificada; Direção do Sport; André Andrade, membro da diretoria do Sport; Atleta do Botafogo não identificada; Diretoria do Botafogo; Gustavo Teixeira, dirigente do Audax; Assessoria de imprensa de Romeu Castro, supervisor de futebol feminino da CBF; Edna Maria, jogadora do Ceará.

Com isso, podemos observar que os tipos de fontes, segundo a classificação proposta por Lage (2008), estão divididos entre oficiosas e primárias. As oficiosas são aquelas, segundo o autor, reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo. No

caso da reportagem, temos os representantes dos clubes, como presidentes, dirigentes ou advogados, e da CBF. Já as primárias são aquelas, conforme Lage (2008), em que o jornalista se baseia para colher aspectos fundamentais de uma matéria, já que elas fornecem fatos, versões e números, como são os casos das atletas, identificadas ou não, que contaram suas experiências, evidenciaram valores oferecidos pelas instituições e divulgaram a forma como foram tratadas pelos clubes.

Levantamento documental

Além das fontes entrevistadas, documentos foram utilizados para verificar informações e comprovar fatos e versões, como a mensagem enviada pelo presidente Jorge Simplicio às jogadoras em um grupo de WhatsApp, a mensagem do presidente do UDA para atletas, a ata da reunião do Santos Dumont (documento assinado pelo presidente Jogival Melo Passos) e o recibo do Audax com relação ao valor recebido da CBF. Uma captura da tela do site da CBF exibiu o registro de dispensa das jogadoras do Auto Esporte ouvidas pela reportagem, e o texto oficial divulgado pela confederação no dia seis de abril com o anúncio da ajuda financeira também foi utilizado – além da reprodução de um trecho, o hiperlink foi adicionado para levar o leitor à página mencionada. Ademais, na parte em que há um esquema de perguntas e respostas, há um trecho de um texto informado pela CBF em seu canal de ética destinado a receber reclamações de atletas, clubes ou federações.

Os materiais foram principalmente utilizados para apuração jornalística, tanto no sentido de a reportagem examinar as declarações das fontes quanto para elaborar questionamentos na busca por respostas de outras fontes, como os representantes dos clubes ou da CBF.

Abrangência

Haja vista o enfoque da reportagem, que era retratar o cenário do futebol feminino durante a pandemia com atenção especial às denúncias com relação à verba da CBF, os clubes protagonistas foram aqueles envolvidos na questão da falta de repasse às atletas, com exceção para os citados como bons exemplos de gestão no contexto de crise.

Foram 14 times mencionados pela reportagem, muitos dos quais tiveram dirigentes e atletas ouvidos. São eles: Brasil de Farroupilha, Juventude Timonense, Auto

Esporte, União Desportiva Alagoana (UDA), Santos Dumont de Sergipe, Atlético-GO, Sport, Botafogo, Audax, Bahia, Fortaleza, Ceará, Corinthians e Ferroviária. No texto, foi indicado que outra matéria do GloboEsporte.com traria com detalhes um panorama das equipes da divisão de elite.

Os clubes são de diversos estados, representando quatro regiões do Brasil: Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste – apenas o Norte ficou de fora.

Hiperlinks

A reportagem tem, no total, quatro hiperlinks. O primeiro deles leva até a tabela do Brasileirão Feminino mantida pelo GloboEsporte.com no termo “Campeonato Brasileiro”. O objetivo de tal inserção poderia ser para que o interessado pelo assunto pudesse ter mais informações sobre a competição, além de aumentar o engajamento do site.

No seguinte, o hiperlink foi colocado na construção “a relação com o time feminino é ‘saúdável’” e leva até uma matéria do próprio GloboEsporte.com na página do Auto Esporte: “Presidente do Auto Esporte rebate ex-auxiliar técnico e diz ter diálogo saúdável com o time feminino”. Com isso, temos o aprofundamento da informação com a retomada de uma notícia previamente publicada (do dia 6 de maio).

Um caso similar aconteceu quando se falava sobre o Corinthians. Em “Assim, as atletas recebem 40% do salário como direito de imagem. Este valor não foi pago em abril” há o hiperlink para uma matéria do GloboEsporte.com: “Jogadoras do Corinthians têm direitos de imagem atrasados; clube cita acordo e promete quitar”, publicada na página do time paulista no dia 8 de maio (antes da reportagem). Ou seja, o recurso levava o leitor a se aprofundar no caso específico do clube.

Por fim, um hiperlink foi utilizado como verificação e comprovação. A página da CBF com o comunicado oficial sobre a ajuda financeira foi colocada na frase “como dizia o texto divulgado no site da entidade no dia 6 de abril”.

Sendo assim, os hiperlinks foram adicionados na reportagem com funções de acréscimo e aprofundamento das temáticas, além da confirmação de informação fornecida.

Marcas de análise

A maior parte do texto é construída por meio do que as fontes alegaram e o que as partes envolvidas responderam, sem construções que expressassem opiniões no

decorrer da montagem do cenário. No entanto, a já citada abertura do texto cumpre esse papel de análise, uma vez que afirma que “A pandemia do novo coronavírus escancarou ainda mais o amadorismo do futebol feminino no Brasil” e que o dinheiro da CBF não foi suficiente “para amenizar os problemas das atletas, nem evitaram o desamparo durante a paralisação dos campeonatos”.

Ao expor esse cenário de denúncias a respeito de pagamentos, a falta de vínculos profissionais, as ameaças, os destratos e os desligamentos de atletas, a reportagem avaliou que se tratavam de situações capazes de escancarar esse amadorismo e evidenciar a condição de desamparo das jogadoras.

O próprio recurso de indicar que existem profissionais registradas e clubes em que não há reclamações de atrasos, ressaltando que “nem tudo é problema”, pode significar que a reportagem considera que a conjuntura majoritária do futebol de mulheres no país é problemática. No próprio depoimento da jogadora do Ceará, que descreve as boas condições que tem no clube, há a ressalva de que o time “é uma das raras exceções do futebol feminino no Brasil”.

Com isso, observamos que não há construções nitidamente opinativas no texto, mas há momentos, como os citados, marcados por uma análise da situação retratada – o que, muitas vezes, apenas uma leitura mais atenta é capaz de detectar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a construção do cenário histórico do futebol de mulheres no Brasil e da contextualização do momento retratado pela reportagem selecionada para a análise, em que a pandemia de Covid-19 paralisou as competições esportivas no país, foi possível chegar a algumas conclusões sobre o material e a realidade exposta por ele.

Dentro do universo do futebol feminino durante a pandemia, o enfoque da reportagem estava nas denúncias sobre a verba repassada pela CBF para os clubes, muitos dos quais não utilizaram o dinheiro para cumprir os compromissos com as atletas. Dessa forma, pode-se afirmar que a matéria do GloboEsporte.com, que foi elaborada após o conhecimento das primeiras reclamações de jogadoras ao Conselho de Ética da CBF, se propôs a apurar essas informações, expandir e aprofundar o conteúdo por meio de uma investigação que trouxe à tona a situação de outros clubes, tanto da série A quanto da série B do Campeonato Brasileiro. Dessa forma, podemos dizer que as características de uma reportagem são encontradas neste material, que foi capaz de

fornecer novas informações e levar aos leitores/usuários uma noção mais completa do tema abordado.

Nesse sentido, é válido ressaltar o importante papel das fontes na apuração. Por um lado, as jogadoras relataram os problemas com os pagamentos e as ameaças. Por outro, os dirigentes, advogados ou dirigentes trouxeram as respostas dos clubes, além da voz da CBF como “mediadora” da situação. Assim sendo, pode-se afirmar que os principais “personagens” envolvidos foram ouvidos na construção do conteúdo.

Além de evidenciar as questões dos clubes com relação às finanças, a reportagem trouxe à tona a relação dos presidentes, dirigentes e demais responsáveis pelas instituições com suas jogadoras. Isso porque muitas das atletas que reivindicaram seus direitos, questionaram valores baixos ou o não pagamento de seus salários/ajuda de custo foram dispensadas de suas funções. E essas represálias aumentaram a sensação de insegurança de jogadoras até mesmo de outros clubes, como foi possível perceber pela quantidade de fontes não identificadas na matéria por medo.

No entanto, um ponto crucial da reportagem, destacado até mesmo no título, é a condição amadora das atletas no futebol feminino brasileiro – condição esta que possibilita, por exemplo, que o trato dos clubes com relação a suas jogadoras seja tão negligenciado –, uma realidade presente antes da pandemia que foi agravada pela situação excepcional. O conteúdo do GloboEsporte.com corrobora com a ideia de Vieira e Rodrigues (2021, p. 115) de que “as jogadoras, que já não possuem contrato, renda fixa, trabalho garantido para além dos campeonatos, assistência médica ou previdenciária, não são uma prioridade dos cartolas num momento de crise socioeconômica e sanitária”.

As autoras também analisam o papel da própria CBF, pois, embora a ação emergencial tenha sido uma “tentativa de socorro a algumas equipes femininas do país”, não escondeu o “descaso histórico da entidade com a modalidade”:

As poucas ações da entidade para encaminhar o processo de profissionalização do futebol de mulheres deixam a desejar em itens que podem ser considerados fundamentais, como tornar obrigatório o estabelecimento de contrato formal de trabalho, planejar calendário anual diversificado e bem distribuído e captar recursos para tornar a modalidade mais autônoma em relação aos programas e investimentos do poder público (VIEIRA E RODRIGUES, 2021, p. 115).

A falta de direitos trabalhistas e a restrição de liberdade, por exemplo, de expressão, nos faz questionar a condição de cidadania dessas jogadoras. Isso porque Pinsky (2013)

afirma que ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é, em resumo, ter direitos civis. Assim, para o autor, os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aqueles que garantem a participação do indivíduo na riqueza coletiva: o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, a uma velhice tranquila. Levando em consideração tal definição e o retrato realizado pela reportagem do GloboEsporte.com, podemos afirmar que não há condição de cidadania para muitas das mulheres que possuem o futebol como ofício no Brasil.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Caroline Soares. **O Estatuto da FIFA de igualdade de gênero no futebol**: histórias e contextos do Futebol Feminino no Brasil. FuLiA, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, edição especial – Dossiê Futebol e Mulheres, p. 72-87, 2019.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo. Paulinas, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

HAAG, Fernanda Ribeiro. **“O futebol pode não ter sido profissional comigo, mas eu fui com ele”**: trabalho e relações de sexo no futebol feminino brasileiro. Mosaico, v. 9, n. 14, p. 141-160, 2018.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 7ª ed, Rio de Janeiro: Record, 2008.

PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi (Orgs). **A História da Cidadania**. 6. ed. - São Paulo: Contexto, 2013.

SILVA, Sidinei Pithan. Trabalho e Cidadania na Sociedade Contemporânea. **Revista Pegada** – vol. 16, n. 2, dezembro de 2015.

VIEIRA, Talita Machado.; RODRIGUES, Joyce Cristina. Fora de jogo?. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 20, p. 112-122, 1 fev. 2021.

Women's football – Member Associations Survey Report 2019. Disponível em: <https://img.fifa.com/image/upload/nq3ensohyxpuxovcovj0.pdf>. Acesso em 10 de maio de 2021.

PERFIL DA AUTORA

Érika Alfaro de Araújo

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp), com pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Mestra em Comunicação pelo mesmo Programa de Pós-Graduação e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Jornalista formada pela Unesp, no campus de Bauru. Realiza pesquisa na linha de Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais com foco no jornalismo esportivo e suas relações com a questão de gênero.

BAIXADA FLUMINENSE E DUQUE DE CAXIAS: A (RE)SIGNIFICAÇÃO DOS TERRITÓRIOS PELA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

Larissa Souza da Silva Farinazzo

Adilson Vaz Cabral Filho

INTRODUÇÃO

A comunicação comunitária permite que populações do subúrbio criem seus espaços para articular, debater, criar e produzir conteúdos referentes às necessidades dessas localidades. Nesse contexto, no atual cenário dos avanços tecnológicos e da plataformização, houve o surgimento de múltiplos perfis nas redes sociais que objetivam, dentre as muitas características, utilizar as mídias digitais como espaço para construir a identidade desses territórios que são massivamente estigmatizados e marginalizados pela mídia hegemônica.

Busca-se, com esse artigo, por meio da pesquisa bibliográfica e documental, contextualizar o cenário da comunicação comunitária na Baixada Fluminense e em Duque de Caxias, apresentar os coletivos presentes na região e compreender a capacidade de alcance e envolvimento da população com a qual dialogam, de que forma contribuem para a legitimação desses espaços, como efetivam a consolidação de vozes de referência, tal como se propõem a ser.

Com a plataformização, ocorreram transformações na Comunicação Comunitária que impactaram na produção de conteúdo. Falaremos, na primeira parte, de Comunicação Comunitária a partir dos estudos de Paiva (2003) e do cenário que os moradores da região da Baixada Fluminense e Duque de Caxias criaram nas redes sociais com objetivo de encontrar soluções para a ausência de representação, bem como de denunciar as situações que carecem de atenção e/ou que não possuem as características comunicacionais locais nas mídias hegemônicas.

Esses territórios, que por sua formação já possuem um histórico de luta por reconhecimento, atualmente encontram nas mídias digitais um espaço para (res)significar o que é ser morador periférico do Rio de Janeiro. Diversos coletivos se aproveitam

dessas mídias para informar e estabelecer um diálogo próximo com a população sobre os acontecimentos do território, utilizando a cultura local, memes, resgatando vestígios históricos, promovendo diálogos e ressaltando as características que esses coletivos possuem, de forma que essas vozes têm contribuído para a desconstrução de uma imagem de violência, que estabelece barreiras identitárias para os habitantes da região.

Na segunda parte do presente artigo, falaremos sobre o histórico de lutas dos coletivos da comunicação na Baixada e o aproveitamento dos espaços nas mídias digitais para solidificar seus direitos no fazer comunicacional. Para tanto, utilizaremos como base Domingues (2017) e seu estudo sobre mídias digitais e algoritmos para falar sobre a relação dos moradores com as plataformas.

Sabe-se que a população, por se sentir representada por esses espaços de comunicação, contribui com fotografias e vídeos e contribuem para um rápido mapeamento das situações. No entanto, falta um maior fortalecimento da identidade local e falta ação participativa dos grupos que se propõem a representar essas vozes nas redes sociotécnicas que distribuem os conteúdos audiovisuais produzidos por eles.

Por sua vez, a Voz da Baixada, por meio da colaboração e participação ativa de jovens voluntários, vem ganhando visibilidade na Baixada Fluminense, por divulgar notícias da periferia, por falar sobre os direitos da população, por promover o debate sobre violência e descaso político com a população nas redes sociais e por incentivar a cultura da região por meio das redes sociais e revistas online. Apesar da comunicação comunitária ainda carecer de leis que contribuam para que haja um maior desenvolvimento e incentivo desses perfis, a presença desses coletivos demonstra essa resistência em querer ressignificar esses territórios. Com esse propósito, busca-se na terceira parte explicitar sobre o reconhecimento de representatividade, através dos estudos de Enne (2002), por parte da população em contraste com o maior fortalecimento da identidade local, que terá como base os escritos de Barbero (1997). O papel do Voz da Baixada será versado no presente artigo como espaço de dissenso das mídias hegemônicas.

A partir disso, tomamos como referência as perspectivas da Comunicação para o Desenvolvimento e da Comunicação para a Mudança Social para compreender suas limitações de acordo com os estudos de Paiva (2008), diante da necessidade de afirmar uma cultura participativa que depende de algoritmos e é guiada por interferências externas desconectadas do cotidiano de seus territórios, propondo soluções para que a comunicação comunitária, através de uma regulamentação comprometida com

o fortalecimento dessas iniciativas, continue promulgando vozes e rompendo as barreiras do subúrbio.

A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NA BAIXADA FLUMINENSE E EM DUQUE DE CAXIAS

Quando falamos do território da Baixada Fluminense, é possível identificar que as mídias hegemônicas não contribuem para uma comunicação que implique em mudanças efetivas nesta região. Por consequência, é possível perceber a falta de representação, o estigma de território violento e outros grandes impasses enfrentados pelos habitantes da Baixada Fluminense e de Duque de Caxias ao serem representados nesses espaços midiáticos. Nesse sentido, em relação à construção da violência nas periferias e no subúrbio, os estudos de Ramos e Paiva (2007, p. 77) evidenciam a corroboração da mídia hegemônica que contribui significativamente para o reforço desses estereótipos:

O mea culpa da imprensa pela cobertura estigmatizante que realiza sobre favelas e periferias é um dos poucos consensos encontrados na pesquisa do CESeC. A maioria dos profissionais ouvidos reconhece que os seus veículos têm grande responsabilidade na caracterização dos territórios populares como espaços exclusivos da violência. Ao mesmo tempo, admite que a população dessas comunidades raramente conta com a cobertura de assuntos não relacionados ao tráfico de drogas e à criminalidade. A cultura, o esporte, a economia e as dificuldades cotidianas enfrentadas pelos moradores desses locais aparecem muito pouco em jornais e revistas, especialmente quando se considera o imenso número de reportagens e notas sobre operações policiais, tiroteios, invasões, execuções etc.

Nesse contexto, surge a necessidade por parte da população local de comunicar outras vozes e se sentir representada de alguma forma. Para tanto, num cenário reforçado pela mídia hegemônica, em que Duque de Caxias e a Baixada Fluminense são retratadas como locais de violência frequente, a comunicação comunitária dessa região surge para ressignificar e lutar contra-hegemonia das grandes mídias.

Para melhor compreensão, é importante destacar qual conceito de comunidade tomamos como orientação e, consequentemente, qual conceito entendemos como comunicação comunitária. A partir dos escritos de Muniz Sodré (2003, p. 17) sobre as contribuições de Raquel Paiva para a compreensão da comunicação comunitária, é possível entender o conceito de comunidade como:

(...) um instrumento cultural - logo, como uma significação transformadora - voltado para a compreensão de variados e fragmentários projetos de autonomia social por parte de grupos emergentes no quadro das complexas relações entre globalização financeira do mundo e da sociedade. Comunidade não é, para ela, simples conceito sociológico, descritivo de uma forma de estruturação social classicamente oposta a sociedade, mas significação (ideia, imagem) mobilizadora de mudança social. Isso implica dizer que sua abordagem culturalista (por vias da problemática dos meios de comunicação) da questão comunitária tem foros políticos, não na acepção partidária do termo, e sim no sentido de *criação política* com vistas à instituição global da sociedade.

Nessa conjuntura, o conceito de comunidade rompe as barreiras da sociologia e da estrutura social para constituir um processo de mudança social e que, a partir da popularização da Internet, utilizaram-se deste meio tecnológico para promover de forma extensa o dissenso do estigma construído pelas mídias hegemônicas, que reflete no cotidiano da população do subúrbio e das periferias.

Ainda segundo Muniz Sodré (2008, p. 7), que situa a comunicação comunitária em relação à mídia hegemônica, podemos compreender que “a comunicação comunitária não é entendida como uma alternatividade “não-tecnológica” à mídia hegemônica, mas como uma outra perspectiva, um outro viés, para incorporar a tecnologia, sem que se perca o enraizamento local ou comunitário”. No que tange a comunicação comunitária, é possível dizer que, por meio de tais mídias digitais, tem sido viável que as reais emergências do subúrbio recebam visibilidade. Dessa forma, os perfis criados por esses coletivos têm se transformado em uma “potência realizadora de pulsões coletivas” (PAIVA, 2003, p. 17).

É nesse cenário que os moradores da região da Baixada Fluminense e Duque de Caxias criaram espaços nas redes sociais para comunicar com a população os acontecimentos do território, utilizando a cultura local, o diálogo e as características que esses coletivos possuem, de forma que essas vozes têm contribuído para a desconstrução de uma imagem de violência, que estabelece barreiras identitárias para os habitantes da região. Nesse contexto, segundo as contribuições de Ramos e Paiva sobre como é construída essa identidade pela mídia hegemônica, as autoras explicitam que “verificam-se tanto uma constante ligação entre os moradores de favelas e o crime, quanto a dificuldade de enxergar essas comunidades na sua variedade e complexidade” (RAMOS; PAIVA, p. 78).

Com o objetivo de solucionar essa ausência de representação e com o advento e popularização da Internet, surgiram diversos coletivos nas redes sociais que buscavam divulgar e informar a população sobre notícias da Baixada Fluminense e Duque de Caxias, sendo esses relacionados com produções artísticas, cultura, notícias, memes, comércio e entre outros coletivos que surgiram nas redes sociais. Entretanto, esses coletivos ainda carecem de leis que contribuam para o seu próprio desenvolvimento e para incentivar alcances para a comunicação comunitária equivalentes às mídias hegemônicas.

AS MÍDIAS SOCIAIS COMO VITRINE DO COTIDIANO

Para contextualizar o cenário da comunicação comunitária na Baixada Fluminense é preciso, primeiramente, falar sobre esse cenário no território nacional. Há poucas políticas públicas que contribuam para a existência e permanência da comunicação popular. Existem legislações que destacam como ponto principal a comunicação pública, como é o caso da Constituição de 1988 e a Lei de Radiodifusão Comunitária (Lei 9612/98), entretanto, essas são consideradas limitadas. A justificativa para considerá-las limitadas é a ausência, por exemplo, de leis que garantam direitos à comunicação comunitária nas mídias sociais, ou até mesmo às limitações de difusão da comunicação comunitária que estão impostas nas próprias leis.

Nessa conjuntura, a necessidade de denunciar problemas de infraestrutura conduziram os desassistidos pelo governo na Baixada Fluminense e Duque de Caxias a transformarem esses coletivos presentes nas redes em uma espécie de vitrine dos acontecimentos pela perspectiva dos habitantes da região e, ao mesmo tempo, em uma contribuição para a (res)significação territorial.

O uso da comunicação como ferramenta que denuncia e explicita situações do cotidiano dos bairros não é recente, mas ganha um novo fôlego e autenticidade a partir da popularização do “Facebook” e do “Instagram”. Sendo que, nessa pesquisa, será dada ênfase ao que é produzido no Instagram. Nessa conjuntura, tais comunidades virtuais, presentes nesses espaços, geralmente se comunicam utilizando elementos típicos da cultura do local a qual pertencem, com linguagem e referências próprias, diferente da comunicação das mídias hegemônicas, que costuma ser formal e padronizada. Para o antropólogo Laraia (2001, p. 21), “o determinismo geográfico considera que as diferenças do ambiente físico condicionam a diversidade cultural”. Ele

defende que até mesmo habitantes de uma pequena região podem apresentar diferenças nos costumes e percepção cotidiana. Essas comunidades virtuais então passam a ser não apenas um espaço de produção e difusão de informação, mas também parte constituinte do próprio processo de participação nos contextos sociais, culturais e identitários.

O surgimento de coletivos nas mídias digitais é resultante do fato de que alguns grupos da sociedade estariam sentindo a necessidade de uma maior representatividade midiática que emergiu nestes coletivos, resultando na presença destes nas plataformas digitais. As mídias hegemônicas oferecem uma interpretação dos fatos acontecidos nesses territórios, que descaracterizam a potência cultural e territorial desses territórios. Em meio a uma comunicação massivamente impactada pela mídia hegemônica, o espaço ocupado por estes coletivos se tornou um local onde poderia ser dada visibilidade para as causas e a cultura dos grupos representados por eles. Nas palavras de Maffesoli (1988, p.55), “(...) a reatualização de seu discurso específico, à qual cada sociedade se viu obrigada, sempre se fez contra uma ideologia dominante, contra um pensamento instituído” e, ainda, “não há realidade única, mas maneiras diferentes de concebê-la” (1988, p. 31).

Isto posto, cabe salientar que política e economia são duas faces da mesma moeda onde Estado, mercado e sociedade (DUARTE, 2009) atuam como atores inseridos na construção do tecido social. E as práticas sociais rotineiras adquirem dimensões diferenciadas com a convergência e o uso de sites de redes sociais. Esse tipo de coletivo comunitário de comunicação se distingue das mídias hegemônicas no fato de que as mídias hegemônicas são capazes de sufocar as outras iniciativas de comunicação, enquanto os coletivos comunitários, mesmo no caso dos grupos de maior destaque, não sufocam as outras iniciativas. Do mesmo modo, a presença do “Voz da Baixada” não é única e sua singularidade de expor as emergências do subúrbio e das periferias não reprime os outros coletivos existentes na comunicação comunitária, pois é comum que esses coletivos se divulguem entre si com o objetivo de expandir o alcance da comunicação comunitária.

Para Muniz Sodré (2008, p.10):

(...) verifica-se que o Rio de Janeiro, como uma megalópole que é, tem se consolidado como ambiente propício e nascedouro de diversas iniciativas voltadas para a produção nos meios de comunicação, no segmento das manifestações midiáticas e culturais da cidade (...)

Nesse contexto em que o autor disserta sobre o surgimento de iniciativas por parte da comunicação comunitária, podemos dizer que o “Voz da Baixada” surge para integrar o fazer comunicacional emergente nos subúrbios, caracterizando os acontecimentos à luz da interpretação dos próprios moradores, e agregar com a representação emergente da periferia e do subúrbio nas mídias sociais sem descaracterizar outros coletivos periféricos.

A pandemia causada pelo novo coronavírus fez surgir, nesse contexto, a necessidade da comunicação comunitária de se aproximar da população periférica para além do intuito de entreter, como antes acontecia, mas também de informar sobre os acontecimentos pandêmicos regionais. Em contraponto à lenta adaptação das mídias hegemônicas, uma vez que esses se encontraram perdidos pela falta de informações suficientes sobre as periferias e subúrbios, a comunicação comunitária esteve diariamente informando e entretendo a população ao adaptar seus conteúdos com a cooperação dos moradores das regiões periféricas que enviaram conteúdos audiovisuais, proporcionando um rápido mapeamento dos acontecimentos. É o caso das páginas “Caxias Depressão” e “Voz da Baixada” que, com a ajuda de moradores da região da Baixada Fluminense, atualizam as redes sociais com informações sobre a pandemia e sobre a cidade diariamente.

Na região da Baixada Fluminense e Duque de Caxias, cujo foco das páginas supracitada é noticiar sobre esses territórios, a crise sanitária foi agravante não só pela precoce reabertura dos comércios, mas pela falta de infraestrutura, do descaso do governo local e da falta de saneamento básico dentro de comunidades dessa região. Esses fatores proporcionaram um agravamento da doença que não foi controlado pelos governantes locais. Entretanto, mesmo com os muitos problemas que levaram ao elevado número de óbitos no território, a comunicação comunitária se mostrou eficiente no que diz respeito à denúncia e cobrança do governante para tomar medidas de fechamento de comércios e rápida distribuição de doses da vacina e, de outro lado, teve a sua importância na divulgação de informações para a população sobre os locais disponíveis para obter as doses de vacinação gratuitamente. Não só isso, mas desde o início da pandemia até os dias atuais, também tem sido um espaço para a resistência cultural que sofreu um grande impacto negativo com a disseminação do vírus. Foi possível perceber a presença de atrações musicais por meio de lives e também da adaptação da exibição de vídeos de mostras audiovisuais para ambientes virtuais.

ASPECTOS RESULTANTES DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NA BAIXADA FLUMINENSE

A comunicação comunitária, mesmo diante de suas limitações por falta de investimento público, denuncia necessidades e situações vivenciadas pela população periférica, se diferenciando das mídias hegemônicas que mostram de forma generalizada os acontecimentos, sem desdobrar os fatos de forma crítica, para cobrar melhorias dos órgãos públicos. Já a comunicação comunitária apresenta de forma bem detalhada o que precisa de atenção, com o ponto de vista de quem convive na região que precisa de políticas públicas. A comunicação comunitária detalha as emergências do subúrbio por meio de uma comunicação séria ou até mesmo se utilizando de memes e ironias.

Essas características existentes fazem parte da identidade desses coletivos que, mesmo com um linguajar descontraído, recebem credibilidade da população não somente por serem detentores do conhecimento territorial, mas também porque a generalização das mídias hegemônicas não possui a mesma credibilidade de quem mora nessas regiões e vive a realidade de falta de infraestrutura. Nessa conjuntura, podemos dizer que essa hegemonia que generaliza o subúrbio e as periferias foi concebida a partir da noção de Antonio Gramsci, que compreende como a dominação pelo consenso. Para o autor italiano, a manutenção do poder da burguesia não depende só da violência, mas também da geração de consenso. A construção de hegemonia, segundo Dênis de Moraes (2016, p.4), “cada vez mais se baseia em disputas ideológicas e culturais que influenciam e condicionam o imaginário social, a opinião pública, os sentidos de compreensão da realidade e as decisões eleitorais”.

Dessa forma, os moradores do subúrbio passam a consumir conteúdos de coletivos como o “Voz da Baixada” e o “Caxias Depressão” por se identificarem com as características e com a facilidade que esses têm em interagir com os moradores, que contribuem com fotos e vídeos para o crescimento desses canais de comunicação.

Em relação a existência desses canais no Instagram, é possível entender que esses aderiram à plataforma por essa ser composta de imagens e por esse ser o objetivo principal desses canais: denunciar e possibilitar que imagens de acontecimentos da Baixada Fluminense e Duque de Caxias circule de forma ampla pelas redes sociais. O midiativismo, que consiste na prática exercida pelos moradores dessas duas regiões, diz respeito à utilização da comunicação comunitária como espaço de disputa, visando mudanças na estrutura social. Dessa forma, pensa-se os espaços das redes

como forma de se opor aos tradicionais grandes veículos da comunicação. Ademais, os vídeos e fotografias compartilhados nessa plataforma com temáticas do subúrbio tornam as informações mais acessíveis, e até mesmo os “memes” criados para ironizar alguma situação territorial contribuem para alegrar o cotidiano dos cidadãos e ao mesmo tempo divulgar as necessidades dessas regiões.

Em relação à pandemia causada pela COVID-19, é possível dizer que, a partir do momento que a comunicação comunitária realizou feitos no período pandêmico, tornando as informações acessíveis, foi possível flexibilizar as fronteiras do domínio e credibilizar a produção audiovisual desenvolvidas por celular. Nas periferias, a comunicação independente ganhou potência no combate à pandemia causada pelo vírus da COVID-19.

Com a população em casa, excedendo-se os que não tinham o privilégio de exercer seus trabalhos no regime de “home office”, os coletivos propiciaram a divulgação dos calendários de vacinação com qualidade e eficiência, além de contribuírem para a divulgação e coleta de alimentos para a população necessitada. Esses utilizaram notícias de hospitais locais para incentivar fortemente a população a continuar em casa, além de mapear situações cotidianas do subúrbio, que nenhuma outra mídia hegemônica seria capaz de fazer com tanta precisão por falta de conhecimento territorial.

Essa característica foi evidenciada no período pandêmico não somente pela existência da comunicação comunitária na Baixada Fluminense - que por si só já demonstra a potencialidade do que pode ser produzido nas periferias e no subúrbio -, mas também pela questão de identidade e ressignificação territorial. Essa (res)significação, que vem sendo feita pelos habitantes da Baixada Fluminense e de Duque de Caxias nos coletivos “Voz da Baixada” e “Caxias Depressão”, contribuiu de forma essencial para a rápida produção de conteúdo durante o primeiro ano crítico da pandemia causada pela COVID-19 no Brasil.

A partir dessas reflexões, é importante salientar que a cultura das periferias, exibida pela comunicação comunitária, demonstra as características diversas do fazer comunicacional desses coletivos, que diferem da comunicação hegemônica que possui um molde para comunicar. Outrossim, a comunicação presente nos pequenos coletivos periféricos presentes nas redes sociais pode ser tão qualificada quanto as dos que trabalham nas mídias tradicionais e que também estão presentes nas redes sociais.

Um ponto importante que deve ser analisado na comunicação comunitária são as imagens e vídeos que, muitas das vezes, resgatam cenas culturais e partes desses

territórios como forma de preservar a história presente nessas regiões. Além disso, os moradores se utilizam das fotografias e dos vídeos para promover a singularidade do território suburbano, exibindo nas redes sociais as peculiaridades ao mesmo tempo que fazem comunicação. A página Caxias da Depressão, presente no Instagram, diariamente divulga informações sobre a região de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense, com o auxílio de imagens e vídeos da região. Dessa forma, o que acontece na página supracitada e em muitas outras ganha sua singularidade por ser produzida de forma espontânea, com características territoriais e culturais de quem habita essas regiões.

O surgimento do “Voz da Baixada” é outro processo de suma importância que necessita ser analisado. Além das reuniões presenciais para debates promovidos desde o início de sua formação, o coletivo está presente nas redes sociais, tendo seus trabalhos iniciados no Facebook e se expandindo para o Twitter e Instagram. Seu primeiro jornal impresso foi publicado em 2013, expandindo sua voz dentro do território da Baixada Fluminense, localizada no subúrbio do Rio de Janeiro. Entretanto, pela ausência de recursos financeiros que favorecessem o crescimento do jornal, os representantes do coletivo encontraram nas mídias sociais um meio economicamente mais favorável de ter publicações assíduas e de alcançar a população local de maneira mais eficiente. O trabalho com o jornal não teve tanto vigor quanto com as mídias sociais por essas possuírem um baixo custo para produção e divulgação de conteúdo nas redes.

Durante a pandemia causada pela COVID-19, o coletivo foi essencial para combater à fome, para denunciar as necessidades do subúrbio e para promover discussões a respeito das fake news, colaborando para que a população empobrecida pudesse ser assistida com a distribuição de cestas básicas e informações verídicas sobre a COVID-19.

Considerando isso, é possível dizer que o “Voz da Baixada” encontrou “soluções democráticas assentes na democracia participativa ao nível dos bairros e das comunidades e na educação cívica orientada para a solidariedade e cooperação, e não para o empreendedorismo e competitividade a todo o custo” (SANTOS, 2020, p. 8).

O “Voz da Baixada” possui constância nas suas publicações nas mídias sociais desde o início de sua presença nas redes, dada a necessidade de denunciar e cooperar para a melhoria das questões socioeconômicas massivamente presentes nos espaços públicos do subúrbio. Enquanto os grandes veículos de comunicação que sofreram

convergência midiática “priorizam os aspectos negativos da realidade social desses grupos e concedem maior visibilidade aos acontecimentos, produzindo um discurso sobre os moradores dessas regiões como seres ameaçadores (...)” (SODRÉ, 2008, p. 22), a comunicação comunitária opta por promover debates e denunciar o que os órgãos públicos precisam promover de melhorias nesses territórios do subúrbio e da periferia.

Além de divulgar informações que auxiliam a população, também pode ser encontrado um trabalho de resgate da história de Duque de Caxias. Outrossim, é comum ver a página sendo utilizada como espaço de denúncia sobre os problemas de infraestrutura que cercam a cidade e impedem, muitas das vezes, a transitabilidade dos moradores da região do subúrbio do Rio de Janeiro.

É importante ressaltar que a qualidade dos conteúdos produzidos por esse coletivos e encontrado nas redes sociais pode ser exponencialmente maior se houvesse, por parte do Governo, ações que incentivassem a democratização da comunicação nas redes, de forma que a comunicação comunitária ampliaria sua presença no cotidiano não só de quem mora nessas regiões do subúrbio e das periferias, mas para além disso, de forma que muitos outros indivíduos de outras zonas e outros estados conheçam o que se faz e o que se produz nessas regiões periféricas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A observação da atuação dos coletivos “Caxias Depressão” e “Voz da Baixada” durante o período da chegada da pandemia da COVID-19 no Brasil se propõe a revelar sua contribuição essencial para o desenvolvimento de pensamento crítico local. Por meio da análise das imagens e das legendas publicadas durante o primeiro ano da pandemia, foi possível observar as críticas e as ações desses coletivos durante um período em que a população periférica se encontrava desamparada pelos órgãos governamentais. Nesse sentido, essa pesquisa trouxe a investigação de vídeos e imagens, bem como legendas, que ampliaram a credibilidade desses coletivos junto à população.

Essas publicações analisadas possibilitaram um amparo e solidariedade desses coletivos para com a população de Duque de Caxias e da Baixada Fluminense. E o caso da disseminação da COVID-19 parece tornar esse entendimento mais latente frente ao descaso dos governantes com a população do subúrbio. Ademais, é inegável que as ações do “Caxias Depressão” e do “Voz da Baixada” contribuíram para a distribuição

de alimentos de higiene pessoal e cestas básicas. No momento crítico da pandemia, vivido no ano de 2020, esses coletivos, diferente de outras mídias, não tiveram atraso para divulgar notícias sobre a pandemia da COVID-19 e evidenciaram sua grande importância para a notícia local dos moradores da periferia e do subúrbio.

Essa necessidade de existência de uma comunicação local culminou em uma mobilização da sociedade de envio de vídeos e fotos dos acontecimentos dos bairros que compõem essas regiões. Dessa forma, um rápido mapeamento dos acontecimentos pode ser feito, com a ajuda dos moradores, para que uma comunicação mais eficiente pudesse acontecer. A presença de vídeos e fotografias que mapearam situações locais relacionadas à COVID-19 reforçam a supremacia desses pequenos coletivos em face à lenta adaptação das mídias hegemônicas para a veiculação dos acontecimentos no subúrbio e na periferia. Em relação à publicação de vídeos nos stories como forma de manter a população informada a cada dia, é possível perceber que esses foram frequentes e destacavam as características da comunicação comunitária da Baixada Fluminense.

De forma mais ampla, é possível dizer que esses veículos têm contribuído, de forma ambiciosa e astuta, para a transformação social na comunidade local, mesmo frente às circunstâncias onde existe a manutenção da hegemonia e o capital predominante na Internet.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República**. Presidência da República. Casa Civil. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 02 Abril de 2022.

CAMARA MUNICIPAL DE DUQUE DE CAXIAS. Duque de Caxias. Disponível em: https://www.cmdc.rj.gov.br/?page_id=1155. Acesso em 18 Maio 2022.

CAXIAS DEPRESSÃO. Instagram: @caxias.depressao. Disponível em: <https://www.instagram.com/caxias.depressao/>. Acesso em 02 Março. 2022.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 59-71.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Zahar, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia e hegemonia cultural**. Rio de Janeiro: Mauad / FAPERJ, 2016.

PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo**. Rio de Janeiro, UFRJ, 2009.

RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e Violência - Novas Tendências na Cobertura da Criminalidade e Segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A cruel pedagogia do vírus**. Coimbra: Grupo Almedina, 2020.

SODRÉ, Muniz. Prefácio. In PAIVA, Raquel; **O Espírito Comum**: Comunidade, Mídia e Globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SODRÉ, Muniz. Prefácio. In PAIVA, Raquel; DOS SANTOS, Cristiano Henrique Ribeiro (orgs.) et al. **Comunidade e Contra-Hegemonia**: Rotas de Comunicação Alternativa. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

Voz da Baixada. Instagram: @vozdaaixada Disponível em: <https://www.instagram.com/vozdaaixadaoficial/>. Acesso em 23 Maio. 2022.

PERFIL DOS AUTORES

Larissa Souza da Silva Farinazzo

Mestranda no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano pela UFF – Universidade Federal Fluminense. Bacharel em Estudos de Mídia pela UFF – Universidade Federal Fluminense. Bacharel em Artes pela UFF – Universidade Federal Fluminense. Email: larissasouzadasilva@gmail.com. Número ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3999-6162> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7454307207863305>.

Adilson Vaz Cabral Filho

Professor Titular da Universidade Federal Fluminense, com atuação no Departamento de Comunicação Social e no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC). Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – UESP, com pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE (Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência). Email: acabral@comunicacao.pro.br. Número ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-6675>. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1787526384833274>.

PROCESSOS FOLKCOMUNICACIONAIS E O FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO COMO BEM PÚBLICO

Cristina Schmidt

INTRODUÇÃO

A última década tem se caracterizado por uma acentuada tensão entre grupos sociais identitários, de gênero e de classe que vêm num crescente posicionamento crítico de reconhecimento e direitos; em oposição a grupos econômicos e religiosos hegemônicos no cenário político, ideologicamente comprometidos com o neoliberalismo extremo. E, com esses, vem ocorrendo um retrocesso político institucional que avança na desconstrução de políticas públicas sociais, na desqualificação de meios educacionais, científicos, comunicacionais e jurídicos. Como consequência, uma sociedade cada vez mais excludente e opressora.

Essa tensão tem gerado uma polarização social que não ocorre somente em níveis ideológicos, mas agrava as contradições sociais e acirrado os embates. Inclusive, as informações geradas para elucidar esses desdobramentos têm sofrido deturpações, desconstruções, contrainformações e falsas informações. Nesse sentido, até o direito a uma comunicação plena e ampla fica instável e desequilibrada, pelo fato de os grupos assentados nas estruturas de poder “apresentarem posturas autoritárias e adotarem medidas que transgridem as constituições de seus países e demais poderes constituídos, por estimularem e praticarem a violência entre grupos divergentes, e utilizarem sistematicamente a desinformação ou a falsa informação” (Schmidt, 2022, p.89).

E, de acordo com Levitsky e Ziblatt (2018, p.69), chega como ultimato e característica desses grupos “uma tendência a restringir liberdades civis de rivais e críticos. Uma coisa que distingue autocratas de líderes democráticos contemporâneos é sua intolerância à crítica e a disposição de usar seu poder para punir aqueles que – na oposição, na mídia ou na sociedade civil – venham a criticá-los”.

O direito humano à informação e à comunicação é um requisito imprescindível das sociedades democráticas e está previsto em documentos internacionais como a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, e também em diferentes marcos legais para o acesso e uso da comunicação e produção midiática. Mas, nesse contexto de instabilidade democrática, o direito à informação fica comprometido, os preceitos constitucionais são rompidos e a responsabilidade social do jornalismo e das produções midiáticas fica submetida às determinações empresariais, inclusive como conglomerado de comunicação massiva.

Nesse embate surge a problemática da comunicação como um direito público global em que se discutem três aspectos primordiais: como se configura a comunicação enquanto processo intrínseco às relações sociais; como se definem as legislações no que concerne às práticas de comunicação midiáticas e governamentais; e, como os atores sociais garantem políticas públicas de direito à comunicação?

Nessa linha, os objetivos deste artigo estão em refletir sobre os processos de folkcomunicação e dos ativistas midiáticos; levantar as normas constitucionais brasileiras e algumas referências internacionais, no que concerne a importância e o direito à comunicação e informação; e, trazer elementos que demonstrem o papel dos líderes de folk como atores nos processos garantidores de uma comunicação comprometida com a sociedade democrática, com as identidades específicas e promovendo amplo debate sobre o futuro global. Para isso, recorreremos a uma abordagem qualitativa, descritiva, por meio de pesquisa bibliográfica para o emprego de obras de referência na área, e também documental com levantamento de legislações e normas nacionais e internacionais.

MOVIMENTOS SOCIAIS E A COMUNICAÇÃO DOS MARGINALIZADOS

Os movimentos sociais estão diretamente relacionados com a comunicação. Para Downing (2004), a esfera pública materializa a *ágora* grega e nela é possível observar diferentes teias de comunicação, em círculos que se inter-relacionam e que possibilitam mútuas comunicações, que favorecem o debate em diferentes níveis. E para Beltrão esses movimentos são decorrentes de relações interpessoais em diferentes níveis, com vários mediadores que decodificam e valorizam as mensagens e canais que viabilizam a fala, a forma, o lugar dos grupos marginalizados no cenário público. E, no

contexto polarizado do presente momento, as manifestações vão além das reivindicações políticas ou econômicas, elas voltam-se para o desenvolvimento pessoal ou para a identidade coletiva. Cada grupo social se manifesta de modo a criar referências, estabelecer diálogos e conquistar espaços sociais que lhe proporcione uma vida melhor.

Schmidt (2021 e 2022) traz uma caracterização dos grupos marginalizados que se colocam na arena política por meio de movimentos sociais. Para ela, esses grupos trazem em suas expressões muitas características de seu processo histórico e cultural que, na maioria das vezes se refere a um percurso de lutas por direitos de reconhecimento e inclusão social. Conforme explica, as circunstâncias levam à formação de diferentes tipos de manifestações que podem gerar “movimentos sociais” pontuais ou de grandes proporções.

Downing (2004) também coloca isso em suas reflexões; para ele desde o século IX é possível identificar variadas práticas sociais que resultam em mobilizações e ações coletivas de reivindicações e posicionamentos políticos. Para o autor, o termo “movimentos sociais” abarca uma compreensão ativa de grupos massivos da sociedade insurgindo, seja por motivação política ou contracultural, para se posicionar mediante a ordem estabelecida se revertiam em manifestações espontâneas de protestos e rebeldia. No passar dos séculos, os movimentos foram se configurando para reivindicar questões de cada época como pelo feminismo, pela igualdade racial, étnica, de gênero; movimentos classistas ou de categorias profissionais por melhores condições de trabalho e salário; luta contra a carestia, contra regimes políticos opressores, ditatoriais. Movimentos sociais em defesa de terra, trabalho e liberdade.

Esses movimentos sempre foram compostos por grandes grupos marginalizados, grupos que foram colocados historicamente às margens dos centros hegemônicos de decisão. Esses grupos marginalizados, conforme define Beltrão (1980, p.3), são aqueles que, em suas singularidades, interesses particulares, e necessidades específicas, estão inseridos em um grupo no qual têm identidade de modo a estarem vinculados a valores, posturas e propósitos comuns de “adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade”. São grupos folkcomuncacionais que se expressam usando mecanismos próprios e acessíveis ao receptor – folkmídias, que são artesanais e muitas vezes improvisados como panfletos, cartazes, pichações, pinturas corporais.

Tais “mídias” são utilizadas para colocar suas informações/mensagens nas infovias físicas e públicas – praças, avenidas, estádios; em espaços governamentais dos

poderes executivos e legislativos – por meio de passeatas, greves, performances culturais. Processo este, segundo Beltrão, adquirido por meio da comunicação interpessoal que compreende vários formatos “como processo mímico, oral, gráfico, tátil, e plástico, pelo qual os seres humanos intercambiam ideias, informações e sentimentos, através de signos simbólicos” – ou seja, por meio da Folkcomunicação.

E, o terceiro tipo de movimento social, diferente dos anteriores mais relacionados às reivindicações políticas ou econômicas, é o “novo movimento social”, voltado para o desenvolvimento pessoal ou para a identidade coletiva, em que os grupos sociais se mobilizam para realizar festividades, artes, artesanato e outras formas culturais e próprias ao grupo – o que Beltrão também define como processos folkcomunicacionais. Este também está diretamente relacionados com a comunicação e a expressão dos grupos marginalizados (BELTRÃO,1980).

Beltrão faz uma análise dos grupos marginalizados e seus processos de comunicação com um foco diferenciado do utilizado para os meios massivos. Toma como ponto de referência o mundo ao qual eles se vinculam e apresentam; ou seja, os estudos devem compreender os processos vinculados a um mundo. Esse mundo que estabelece relação estreita entre cultura subalterna e comunicação popular formando um tipo específico de transmissão de notícias e expressão do pensamento e das vinculações coletivas. Aí se localiza o campo de pesquisa dessa disciplina pois “folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (2001, p.79). Aí também está a apropriação da comunicação como um bem coletivo, público e de produção singular e própria a “um mundo”.

DIREITO À INFORMAÇÃO, DIREITOS HUMANOS E MARCOS LEGAIS

Como já falamos acima, o direito humano à informação e à comunicação é um imperativo das sociedades democráticas. Por se tratar de uma prioridade para que os povos possam expressar seus conhecimentos, anseios e sentimentos, está prevista em documentos internacionais como a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, e também em diferentes documentos da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco, e em marcos legais e constitucionais de cada país.

A Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, divulgada em 1789, na França, apresenta a questão da comunicação como um dos direitos mais importantes, o artigo 11º diz: “A livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos dessa liberdade nos termos previstos na lei”. Com a mesma intensidade de direito, na Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948, apresenta uma visão ampliada de comunicação e de uma sociedade em que todas as pessoas podem se expressar livremente e se engajar ativamente na vida pública sem medo ou discriminação. O artigo 19º diz que “todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão”.

O Relatório Global 2021/2022 da UNESCO “Tendências mundiais em matéria de Liberdade de Expressão e Desenvolvimento da Comunicação Social”, traz forte análise sobre o direito comum à “informação como bem público” valorizando incisivamente a informação de qualidade, ou seja, verificável e confiável. O documento também coloca o jornalismo como condutor principal nesse contexto de produção de informação responsável e livre.

No contexto da informação como bem público, o jornalismo é central. Enquanto notícias verificadas de acordo com o interesse público, o próprio jornalismo pode ser caracterizado como um bem público. Os bens públicos são geralmente definidos como serviços ou mercadorias essenciais – tais como escolas, estradas, iluminação pública e parques – disponíveis a todos na sociedade sem exclusão. [...] Como outros bens públicos, o jornalismo desempenha um papel fundamental na promoção de um espaço cívico saudável. Fá-lo fornecendo aos cidadãos informações fiáveis e baseadas em factos de que eles precisam para participar de uma sociedade livre e aberta. O jornalismo atua simultaneamente como um guardião independente e como um programador de agenda. Mas para que o jornalismo funcione como um bem público, ele precisa operar em condições política e economicamente viáveis, para poder produzir notícias e análises independentes, de alta qualidade e de confiança. (UNESCO, 2022, p.8)

Conforme Eugênio Bucci (2008, p.47) se referindo ao Brasil, o país ainda está muito aquém de considerar igualitariamente “o direito à informação no nível dos demais direitos, como da educação ou da saúde”, o que para ele é trágico pois “onde

esse direito não se faz respeitar integralmente, a liberdade necessária para bem informar a sociedade não pode ser exercida plenamente”. Além de garantias ao direito à informação, seja recebendo ou emitindo, o autor diz se tratar de um direito muito maior que os demais, que é o direito à liberdade de expressão. Para o autor:

O direito à informação e à comunicação vem sendo proclamado como fundamental, desde as primeiras declarações de direitos no século 18. [...] uma conquista que não é burguesa nem proletária, que não é liberal nem coletivista, que não é de direita nem de esquerda: é um valor de vocação universal. Ou não é nada. (BUCCI, 2008, p.47)

Além disso, o outro lado da questão está no acesso às informações de modo amplo e irrestrito, colocando em foco a comunicação pública. Assim como a UNESCO coloca o jornalismo como um guardião e agente de uma comunicação pública de alta qualidade, Bucci (2015, p.69) defende que “a comunicação pública só se justifica dentro do estado democrático de direito se ela realizar o dever do Estado de informar [...]” e que a mesma se efetiva “quando dados da gestão pública se tornam acessíveis aos cidadãos de modo fácil, compreensível, lógico e claro”. Comunicação essa que ocorre em espaço público, ou seja, “aquele espaço comum que é posto pela prática da comunicação entre os cidadãos em torno de temas de interesse público. Ele não é um espaço jurídico, institucional ou administrativo, mas um espaço comunicacional” (BUCCI, 2008, p.47).

Na Constituição Federal (BRASIL, 1988), o Inciso XIV do artigo 5º estipula que, no Brasil, é assegurado o direito de informar, de se informar e de ser informado, permitindo o livre acesso à informação e a dados públicos e privados que são de relevância popular (p.6), e no inciso XXXIII, que diz: “todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (p. 8).

Ainda na legislação brasileira, há a Lei de Acesso à Informação (LAI) nº 12.527/2011, que entrou em vigor em 2012 e regulamenta o direito constitucional de acesso às informações públicas, possibilitando a qualquer pessoa, física ou jurídica, receber informações dos órgãos e entidades sem a necessidade de apresentar motivo.

Além disso, o direito à comunicação, liberdade de expressão e qualidade da informação passam pela responsabilidade social de quem produz. Pois, de acordo com um levantamento feito pelo *Media Ownership Monitor Brasil* (MOM- Brasil) em parceria

com o Coletivo Intervenções no ano de 2017, no cenário nacional os 50 meios mais influentes do país estão nas mãos de 26 grupos empresariais. Isso significa que a comunicação de massa brasileira fica restrita a conglomerados de mídia que dominam em audiência; e, também impõem a manutenção de um *status quo* para as políticas de comunicação, limitando concessões de comunicações comunitárias e populares de informação.

De acordo com o Relatório Global 2021/2022 da UNESCO isso é resultado de um modelo de negócios de comunicação esgotado. A liberalização dos mercados de comunicação funcionou por mais de 30 anos tendo o “combustível da publicidade, das vendas e das assinaturas forneceu a muitas organizações noticiosas em todo o mundo os recursos e a independência de que necessitavam para trazer informações fiáveis ao público”. Atualmente, não mais. Esses aportes financeiros reduziram drasticamente, seja pela crise econômica, seja pelo deslocamento para o mercado da internet.

Essas normas a favor da liberdade, do pluralismo e da independência da comunicação social ainda são essenciais, mas por si só não enfrentam os desafios atuais da desinformação e da má informação, do modelo de negócios em declínio do jornalismo ou das crescentes táticas digitais que suprimem o jornalismo independente e a dissidência democrática na Internet. Sem viabilidade, a liberdade de imprensa é oca, a independência pode ser facilmente comprometida e o pluralismo torna-se uma sombra do que deveria ser. Sem transparência por parte dos guardiões da Internet, o papel destes na comunicação não pode ser avaliado e alinhado com os padrões internacionais de liberdade de expressão. E sem cidadãos com literacia informativa e mediática, que sabem discernir, valorizar e exigir jornalismo de qualidade, o risco de a comunicação social ser ultrapassada por outro tipo de conteúdos é alto. (UNESCO, 2021, p. 7)

Por isso, os movimentos sociais liderados por grupos marginalizados são de grande relevância na atualização das políticas públicas de democratização da comunicação e no que se refere à colocação do direito à comunicação como um bem público, de ter acesso à informação, e à liberdade de expressão. Pois, somente com grupos de pressão organizados é possível travar agendas políticas que observem nos direitos à comunicação todas as línguas, povos, etnias, gêneros, gerações, classes etc – a participação ampla de toda a sociedade.

PROCESSOS FOLKCOMUNICACIONAIS, ATIVISMOS E COMUNICAÇÃO COMO BEM PÚBLICO

Acercar-se de uma postura social participativa viabiliza a efetividade dos direitos fundamentais e, em desdobramento, o direito à comunicação como um bem público prioritário e global. Por isso, nesse momento de inconsistências políticas e informacionais, o envolvimento crítico da sociedade pode levar a garantias importantes como: liberdade de expressão com informações pluralistas e confiáveis, conhecimento mais sólido e qualificado, estruturação social mais equânime.

Nessa linha, tomando outro documento da UNESCO como referência, o relatório “Investir na Diversidade Cultural” (2009) traz uma reflexão sobre os principais vetores que contribuem para uma sociedade inclusiva e cidadã considerando a diversidade cultural. Ponderando que grande parte das atividades humanas incide sobre a diversidade cultural, alguns aspectos foram destacados como vetores prioritários para serem trabalhados em prol de uma sociedade plural e livre, são eles: das línguas, da educação, da comunicação e dos conteúdos culturais, e da criatividade e dos mercados.

Esses quatro domínios sustentam um mundo diverso, mas todos ficam fragilizados em um contexto de rupturas democráticas, em que as políticas públicas acabam não sendo amplas suficientemente para atenderem os direitos fundamentais dos diferentes grupos. Esses vetores, aqui particularmente o terceiro – da comunicação e dos conteúdos culturais –, determinam a sociedade que cada país almeja para seu povo e, também, determinam os movimentos sociais em defesa de seus direitos de modo “a rever as agendas políticas para que passem a considerar as realidades complexas do mundo de hoje” (UNESCO, 2009, p.13).

No que tange à promoção da diversidade cultural nos conteúdos culturais e comunicacionais, a Comissão da UNESCO entende que diferentes ações pelo Estado e pela sociedade civil devem ser direcionadas de modo a contribuir para incrementar “o pluralismo e a livre circulação das ideias. Assim, **a diversidade cultural torna-se essencial para que exista mídia de qualidade**” (UNESCO, 2009, p.20. Grifo Nosso).

O relatório traz como problema crítico, o que se constata quando inseridos no mercado das comunicações, ou seja, “setores inteiros da população, como os grupos marginalizados e as minorias étnicas, estão demasiado ausentes da mídia”. Essa ausência pode ocorrer por diferentes situações como: “não têm acesso aos cargos editoriais, de gestão ou de tomada de decisão quanto ao que é publicado ou não nos veículos de mídia (gate-keeping)”. Isso revela a importância de garantir representados

todos os segmentos sociais no processo comunicacional – da produção de conteúdo à gestão empresarial; e, desse modo a diversidade será contemplada.

Por isso, as oportunidades oferecidas pelas novas práticas midiáticas e os conteúdos criados pelos usuários deveriam também ser explorados. Práticas jornalísticas inovadoras surgem com vídeoreportagens realizadas com dispositivos móveis. Uma cobertura jornalística híbrida e transfronteiriça – sejam as fronteiras culturais ou nacionais – está sendo experimentada e promovida – no âmbito de projetos de coprodução e de produção coordenada, ou por meio de redes nacionais, regionais ou internacionais de profissionais de mídia. (UNESCO, 2009, p.22)

Com a Internet foi amplificada a possibilidade da inovação cultural, bem como criar diferentes tipos de linguagens que amplificam o alcance das informações e promovem uma espécie de democracia comunicacional. Com ela, vimos uma expansão das culturas minorizadas se colocando com voz nas redes sociais de todos os tipos, defendendo seus interesses, promovendo seu conhecimento e histórias, criando identidades. Nesses espaços, a presença marcante dos ativistas midiáticos na articulação de conteúdos e grupos com interesses comuns, formando redes comunicativas mobilizadoras.

Esses processos que percorrem as infovias digitais têm contribuído para uma diversidade cultural nos conteúdos produzidos mas, para garantir que isso se configure como uma comunicação diversa e um bem público, três desafios se apresentam: 1. Imprescindível manter uma produção de conteúdo inovadora; 2. Ampliar o acesso a essas informações, ampliando o acesso à internet das camadas sociais minorizadas; 3. Conseguir um equilíbrio nas representações da diversidade em todo o processo da comunicação.

A produção de conteúdos inovadores deve garantir a integração da diversidade cultural à mídia e às indústrias culturais, privilegiando os conteúdos locais. A ampliação do acesso supõe, dentre outras, medidas coerentes para reduzir a exclusão digital, o acesso à produção e distribuição de conteúdos inovadores e o fomento de novas estratégias de informação e de comunicação que possam garantir a representação de pontos de vista contrários nos debates sobre todos os temas. A diversidade cultural requer também uma representação equilibrada das diversas comunidades que convivem num determinado país, em conformidade com os princípios da liberdade de expressão e da livre circulação de ideias. (UNESCO, 2009, p.22)

A diversidade cultural que conjuga os grupos marginalizados vão justamente transmitir suas ideias e conhecimentos em processos de folkcomunicação, têm presença significativa de agentes de folk, isso acaba dispensando os meios hegemônicos como suportes midiáticos para suas estratégias de informação. Os agentes de folk ou líderes de opinião emergem da diversidade marginalizada e discorrem sua prática como sujeitos ativos se desdobrando para o ativismo midiático. Enquanto ativista midiático é um motivador, que parte da margem e vai para o centro de um processo inovador, ou seja, traz para a visibilidade o diverso cultural, o diverso ponto de vista, a diversa representação. (SCHMIDT PORTÉRO, 2021).

Nos sistemas folkcomunicacionais o papel dos ativistas midiáticos está ligado diretamente com sua atuação “nos movimentos participativos de cidadania, como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais que utilizam estratégias, que legitimam a sua participação como cidadãos conscientes do seu papel na organização da sociedade civil” (TRIGUEIRO, 2006 p. 10).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da concepção política de que, no Estado Democrático de Direito, todo poder emana do povo, a cidadania só pode ser exercida pelos cidadãos na medida em que o acesso à informação compõe uma governança participativa do Estado que reflete nas culturas das organizações midiáticas. Isso significa que, não basta apenas informar, tem que informar com qualidade, e implica ter clareza, linguagem acessível a todos os públicos, canais de comunicação disponíveis à maioria da população e também transparência na forma de transmitir os dados. Além disso, para garantir um processo de comunicação amplo, é necessário disponibilizar canais de interlocução com os cidadãos, de modo a ouvir suas opiniões e abrir espaço para a diversidade. Esse processo é político e implica em retomar regras e leis constitucionais, e normas internacionais que preveem o funcionamento democrático dos órgãos públicos e das empresas de comunicação perante a sociedade (SILVA e SCHMIDT, 2018).

Tal estratégia cria um movimento participativo aglutinador da visão de mundo e das demandas dos diferentes grupos sociais. Formam redes comunicativas interpessoais (SCHMIDT, 2015), ou seja, processos folkcomunicacionais com referências em princípios comuns e universais como as definidas pela UNESCO sobre Políticas Culturais e de Comunicação, como as Constituições Cidadãs ou ainda os Direitos

Humanos. Com essas bases as redes folkcomunicacionais e as políticas públicas voltadas à comunicação se desenvolvem num contexto coletivo somando as ações sociais (ativistas) às atividades relativas à diversidade cultural; todos se manifestam em territórios de interação, no qual a ação coletiva, independentemente do número de sujeitos, se articula num movimento dinâmico (SCHMIDT; SANTOS, 2017).

Para Schmidt e Santos (2018), isso quer dizer que, os movimentos sociais operam como atores fundamentais na arena política e não manifestam apenas os aspectos ligados a uma situação, apresentam características decorrentes do contexto social em que estão inseridos, dando-lhes forma e significado. E, para a compreensão da comunicação como um bem público global, os ativistas midiáticos em distintas manifestações assumem diferentes status: de resistência, de divergência e oposição, de convergência e acomodação, de decisão.

A Folkcomunicação, portanto, “preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções da comunicação: educação, promoção, diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório [...]” (BELTRÃO, 1980, p.26). Isso quer dizer que, os processos folkcomunicacionais adequam suas expressões de modo a constituírem importantes instrumentos para a informação, para atender a diversidade, para garantir a comunicação como bem público.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre/ RS: EDIPUCRS, 2001. BELTRÃO, Luiz. A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 2001.

BELTRÃO, Luiz. **A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BRASIL. **Constituição (1988)**: República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico, 1988.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BUCCI, Eugênio. A imprensa e o dever da liberdade: a responsabilidade social do jornalismo em nossos

dias. In: CANELA, Guilherme (org). **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o jornalismo**. São Paulo: Cortez Editora/ANDI, 2008.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

LEVITSKY, Steven e ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

SCHMIDT, Cristina; SANTOS, Daniel M. Redes Folkcomunicacionais e Políticas Públicas: A Escola de Cidadania e Espaço Político e de Ativismo Midiático. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa/ PR Volume 15, Número 34, p.103-118, Janeiro/ Junho 2017.

SCHMIDT, Cristina . **Folkcomunicação, ativismo e políticas públicas:** aproximações disciplinares para a atuação na arena política. Disponível em: <https://doity.com.br/anais/folkcom2018/trabalho/54631>. Acesso em 28 de maio 2022.

SCHMIDT PORTÉRO, Cristina. **Grupos marginalizados na arena política em tempos de pandemia e de-sestruturação democrática.** Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/755>. Acesso em 28 de maio 2022.

SILVA, Gustavo; SCHMIDT, Cristina. **A comunicação pública enquanto conceito e política para a efetivação da cidadania:** um estudo sobre o Diário Oficial da Prefeitura de Suzano-SP. ANAIS XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Belo Horizonte - MG – 7 a 9/6/2018. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/>. Acesso em 28 de maio 2022.

SILVA, Gustavo; SCHMID, Cristina. Políticas Públicas de Comunicação no Brasil: reflexões sobre a (não)

regulação democrática da mídia. In GERALDES, Elen; SILVA, Juliano Domingues; OLIVEIRA, Gisele Pimenta de (Orgs). **Resistências e Inovações: Políticas de Comunicação em Tempos de Crise.** Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2019.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático.** João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2008.

UNESCO. **O jornalismo é um bem público:** tendências mundiais em matéria de liberdade de expressão e desenvolvimento da comunicação social. Relatório global 2021/2022. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379826_por. Acesso em 28 de julho de 2022.

UNESCO. **Investir na Diversidade Cultural.** Relatório Unesco Cultura 2009. Disponível em: http://www.dh-net.org.br/dados/relatorios/r_edh/relatorio_unesco_cultura.pdf. Acesso em 28 de julho de 2022.

PERFIL DA AUTORA

Cristina Schmidt

Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC-SP. Mestre em Comunicação, teoria e ensino; e Jornalista pela – UESP-SP. Fez estágio pós-doutoral em Comunicação Regional pela Cátedra UNESCO/Umesp. Diretora Científica da Rede FOLKCOM (2019-atual). Diretora Administrativa SOCICOM (2019-2020). Coordena o grupo de pesquisa Comunicação, Diversidade e Cidadania CNPq/UMC. Colaboradora no PPG em Políticas Públicas – UMC, onde foi professora titular, pesquisadora e coordenadora do programa; é professora nos cursos de Pedagogia e Negócios da Faculdade Bertioga. E-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

EXPERIÊNCIA DE MIDIATIZAÇÃO REGIONAL DA FESTA DE SANT JORDI PELA EMISSORA BETEVÉ (BTV) EM BARCELONA

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

INTRODUÇÃO

Os eventos festivos tradicionais têm se mostrado como um ótimo cenário para reprodução imagética e documental pelos meios de comunicação de massa na atualidade. Com o intuito de fazer uma reflexão a respeito desse constante processo de midiatização, tomamos como interesse principal nesse âmbito, a experiência da midiatização regional a partir de uma emissora de televisão pública espanhola, a Barcelona TV (Betevé), a respeito de uma manifestação cultural de uma região de grande importância da Espanha, a Catalunha. Trata-se do evento comemorativo ao padroeiro da região, Sant Jordi, realizado todo dia 23 de abril, festejado juntamente com o que mais recentemente passou a ser conhecido como o festival dos livros e das rosas.

O artigo se realiza a partir de pesquisa bibliográfica sobre a temática cultural, festiva e comunicacional; sob o qual tomamos como ponto de partida a leitura do artigo “A festa de Sant Jordi no jornal La Vanguardia” das autoras Isabel Travancas e Marta Scherer, que contém a análise que fizeram na edição do festival do ano de 2017, a qual tomamos como referência para análise da repercussão midiática do evento, a partir do olhar de uma emissora de televisão pública regional, a fim de perceber o quanto a emissora esteve presente durante a sua realização em termos de cobertura, matérias, reportagens e envolvimento com o público e telespectadores do festival. Para tal compreensão, realizou-se levantamento, através de sua página¹³⁹ oficial na web, dos conteúdos abordados pela emissora Betevé sobre a Festa de Sant Jordi nos dias de véspera e na própria data do evento do ano de 2017.

139 Disponível em: <https://beteve.cat/>. Acesso em: 14 de abril 2021.

A MIDIATIZAÇÃO COMO CONCEITO

A midiatização é um conceito amplo presente no campo da Comunicação que está cada vez mais disseminado desde o aprofundamento do fenômeno da globalização no mundo contemporâneo. O avanço das economias capitalistas e das tecnologias vem repercutindo nos últimos anos e penetra no cotidiano social e nas relações humanas. Os meios de comunicação tradicionais na atualidade disputam espaço com as denominadas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) como novos meios e formas de comunicação, o que contribui para complexificar ainda mais o espaço midiático dessa nova era digital.

Segundo estudiosos do fenômeno, a midiatização acontece quando o uso das técnicas, mecanismos e demais estratégias do campo oficial da comunicação midiática saem de seu domínio laboral exclusivo e passam a ser praticamente de domínio público, fazendo parte da rotina diária e das formas de interação dos agentes sociais em suas práticas cotidianas, de modo que os atores sociais podem assumir variadas posições em determinados momentos, oferecendo maior flexibilidade ao campo midiático. Sobre o assunto, a jornalista e estudiosa de comunicação midiática Fabiane Sgorla (2009) esclarece:

Os atores sociais individuais e coletivos (originários de campo sociais não midiáticos) passaram a utilizar as tecnologias midiáticas como mediadoras de suas práticas diárias e até das relações particulares, as quais agora estão coligadas à lógica midiática. (SGORLA, 2009, p. 62).

Nesse sentido, o conceito de midiatização ultrapassa o simples ato de fazer propagar e divulgar determinada informação por meio da imprensa e mídia convencional (jornais, revistas, rádio, televisão) e atinge o tecido social em suas mais diversas atividades desempenhadas na vida diária.

A "midiatização" estimula uma espécie de "processo de afetação" em que as tecnologias midiáticas, os meios de comunicação social tradicionais e os atores sociais individuais e coletivos acabam por implicar-se mutuamente e de modo não-linear, diluindo as fronteiras de quem é quem. Assim, as alterações surgidas pelos "processos de midiatização", tanto podem afetar e reconfigurar as práticas e relações sociais dos atores individuais e coletivos, como repercutir nos fenômenos recorrentes no próprio campo protagonista da midiatização – o campo das mídias – pelos meios de comunicação social mais tradicionais. (SGORLA, 2009, p. 64).

Ocorre que o processo de midiatização não acontece sem que se tenha algum tipo de planejamento com objetivos e finalidades bem definidos por trás, já que sempre que se torna algo público há o intuito de garantir visibilidade e também relevância a determinado conteúdo. Dentro desse cenário extremamente visibilizado e midiatisado pelas tecnologias em curso, o ritmo da sociedade se movimenta de acordo com a velocidade dos novos meios. Assim explica o professor e pesquisador Fausto Neto (2006):

A sociedade na qual se engendra e se desenvolve a midiatização é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de descontinuidades, onde noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades. (FAUSTO NETO, 2006, p. 3)

Para a midiatização acontecer é necessário um suporte (não necessariamente, mas cada vez mais tecnológico) que garante a manutenção da cultura midiática. Segundo o sociólogo argentino Eliseo Verón, que foi um dos primeiros a estudar o conceito ainda na década de 1980, a internet é uma das grandes responsáveis pelo processo digital em curso através do uso de plataformas ou dispositivos eletrônicos que promovem uma possibilidade maior de acesso um pouco menos desigual às instituições, à cultura e ao conhecimento. Sob esse olhar, o sociólogo brasileiro Muniz Sodré é capaz de definir o conceito da seguinte forma:

Uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação a que poderíamos chamar de 'tecnointeração' –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. (SODRÉ, 2002, p. 21).

É, então, dentro de um território global que acontece o processo de midiatização em que estão em constante fluxo de atividades e interação diversos segmentos; comparados a uma espécie de jogo de tabuleiro, que dentre os participantes, estão os meios de comunicação tradicional, a sociedade, as tecnologias midiáticas e os agentes sociais dentro de suas esferas de atuação.

Por fim, entendemos que o processo de midiatização está muito atrelado à produção de sentidos das relações humanas que acontecem através de um modelo de

uso das relações técnicas disponíveis na realidade presente, tendo consciência de que o apressado desenvolvimento tecnológico promovido pela ação humana também condiciona ao próprio ser humano e afeta a toda uma massa coletiva no sentido de reorganização de costumes e hábitos como um amplo sistema de intercessões dentro da esfera social.

A REGIÃO: BARCELONA – CATALUNHA

A Espanha é um país extenso e significativo do continente europeu, possui uma história marcada por disputas, conquistas e reinados. Possui grande riqueza natural e cultural. Sua maior cidade é Madri, que também é a capital do Reino da Espanha e atualmente possui importantes espaços urbanos espalhados pelo país, como Sevilha, Barcelona, Valência e Granada, com um total de dezessete comunidades autônomas com variações linguísticas.

Para o estudo de caso de interesse deste trabalho, destacamos a região da Catalunha, situada a leste do país e que possui dois idiomas oficiais, o Castelhana (ou Espanhol) e o Catalão. A região da Catalunha dispõe de quatro províncias principais: Lérida, Girona, Barcelona e Tarragona, sendo Barcelona a sua principal cidade e também a sede capital da referida comunidade autônoma.

Imagem 1– Localização geográfica da região da Catalunha



Fonte: <http://www.adelsonmeira.com.br/2017/10/10/mundo-catalunha-declara-independencia-em-relacao-espanha-mas-suspende-efeitos/>. Acesso em 05/07/21.

A Catalunha desfruta de uma grande beleza natural; observada, sobretudo, a partir de sua extensa faixa litorânea a ser explorada pelas praias banhadas pelo oceano mediterrâneo. Entretanto a capital da região se destaca ainda mais pela sua riqueza arquitetônica e cultural encontrada em diferentes edificações antigas e modernas, além de inúmeros museus e da valorização dos artistas locais e das artes em geral. Em razão disso, inúmeras construções passaram a ser consideradas Patrimônios da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco).

A FESTA DE SANT JORDI EM 2017

A festa de Sant Jordi, também conhecida como “o festival das rosas e dos livros”, tal como acontece nos dias de hoje, é uma tradição catalã muito popularizada desde, pelo menos, o ano de 1931, quando passou-se a considerar a data de 23 de abril oficialmente pela Unesco como o dia internacional do livro em menção às datas de falecimento dos consagrados escritores Shakespeare e Miguel de Cervantes. Adiciona-se a isso o fato de acontecer neste mesmo dia a conhecida feira das rosas na cidade, sob a organização do governo, desde os tempos medievais. Um terceiro elemento de grande relevância para esta data é a celebração de São Jorge (Sant Jordi, em catalão), o padroeiro da Catalunha.

Ressalta-se que apesar de todos esses fatores, o dia da festa não é oficialmente um feriado na cidade e todos os estabelecimentos seguem funcionando normalmente; obtendo destaque as livrarias, que trabalham sob um ritmo intenso neste momento e nos dias que antecedem o evento; nota-se que “é estruturado um movimento de editores e livreiros que estimulam a população a ir para a rua e comprar livros. Ao longo do tempo, todos os municípios da Catalunha passaram a ter no dia de Sant Jordi uma festa de livros e rosas” (Travancas, Scherer; 2018, p. 2-3). Trata-se, portanto, de uma festividade bastante tradicional e representativa que movimenta a cidade inteira e já se estende também aos *pueblos* (povoados) próximos à capital Barcelona.

O mercado literário fica bastante aquecido neste período em que a população segue a tradição de presentear seus conhecidos, parentes e/ou amigos com títulos de livros e obras literárias disponíveis nos idiomas castelhano e catalão, levando em consideração que a Espanha em si já é um país que possui uma alta efervescência na sua indústria editorial.

A Espanha tem uma indústria editorial de peso que publicou em 2016 mais de 80 mil títulos, segundo dados da Agência ISBN. De acordo com a Federación de Gremios de

Editores em España (FGEE), os livros infantis, juvenis e didáticos representam 22,8% do total de livros editados. Madri e Barcelona são as duas cidades com maior presença de editoras: no ano passado a capital do país publicou 27.223 títulos e a cidade catalã 23.538. A indústria editorial espanhola movimenta anualmente cerca de três milhões de euros e emprega direta e indiretamente cerca de 30 mil pessoas nas 840 editoras que fazem parte da Federación de Gremios de Editores de España (FGEE). De acordo com a pesquisa *Hábitos de Lectura 2012*, realizada na Espanha pela já citada FGEE, com a colaboração da Dirección General de Libros, Archivos y Bibliotecas Del Ministerio de Cultura, 92% de toda a população com mais de 14 anos são leitores e afirmaram ter lido ao menos um livro no último trimestre. No país, a presença das bibliotecas está muito disseminada e aparecem frequentadas por 30% da população que lê principalmente em casa. (TRAVANCAS, SCHERER; 2018, p. 3 - 4).

Na chamada *diada* para os catalães, ou seja, a data específica do festival, são declamadas poesias nos coretos das praças. Além disso, os editores, escritores e demais personalidades do mercado literário distribuem autógrafos em longas filas de espera para o público que deseja obter um contato próximo com seu escritor favorito, que tanto pode ser da região ou até mesmo estrangeiros. Estes personagens transformam-se em uma espécie de celebridades ao longo da *diada* de Sant Jordi.

Outra tradição da festividade é o romantismo dos tempos medievais em que os rapazes costumavam entregar rosas para suas amadas e que o povo catalão carrega até hoje como uma tradição dos homens comprarem rosas nas barracas da feira para entregar às suas namoradas ou esposas, e que por isso, pode ser considerado também como uma espécie de dia dos namorados para a população local.

Imagem 2 – Diada de Sant Jordi em Barcelona



Fonte: <https://www.elperiodico.com/es/fotos/ocio-y-cultura/sant-jordi-vuelve-calle-11676464/11678765>. Acesso em 06/05/21.

Apesar da data da festa não ser considerada oficialmente como feriado; na edição específica de 2017, o dia 23 de abril aconteceu, coincidentemente, em um dia de domingo; o que contribuiu para movimentar ainda mais a *diada* do povo catalão. Desde as vésperas do festival, a cidade – praças, estabelecimentos e comércios – se revestiram de decoração nas cores da bandeira catalã, amarelo e vermelho, ornamentadas de acordo com as temáticas de livros e rosas, conforme se pode verificar na imagem acima situada na principal avenida do festival *Las Ramblas*.

Podemos notar que o evento cresceu em importância nestes últimos anos em muitos aspectos. A Festa ganhou visibilidade internacional, passou a ocupar mais áreas da cidade - e não apenas a parte central de Barcelona -, assim como aumentou a presença de escritores, inclusive estrangeiros, e teve sua agenda de palestras e lançamentos ampliada. (TRAVANCAS, SCHERER; 2018, p. 3).

Para concluir, um aspecto importante a ser mencionado sobre a edição de 2017, é que a cidade se candidatou à Unesco a fim de garantir que a festa seja reconhecida e protegida como patrimônio cultural e imaterial da humanidade e, portanto, a expectativa sobre essa candidatura, segundo as autoras, atraiu muitos turistas e refletiu em uma euforia mais notória entre os participantes desta edição do evento.

BARCELONA TV (BTV OU BETEVÉ)

A emissora de televisão *Barcelona TV* é conhecida pela pronúncia da sigla como *Betevé* (BTV). Trata-se de um meio de comunicação público existente há quase trinta anos, tendo sido fundada no ano de 1994, pertence ao Conselho de Informação da Catalunha e permanece se modernizando na atualidade e se adaptando aos novos formatos digitais e às exigências do mundo contemporâneo, estando presente em mais de setenta perfis nas redes sociais. Em seu portal¹⁴⁰ oficial disponível na internet, a emissora se define:

Somos criadores de conteúdo e estamos abertos à participação e inovação entendida em um sentido amplo. Não só ao nível da incorporação de novas tecnologias, mas também ao nível da adoção de novas abordagens que repensem os formatos e dinâmicas existentes. Nossa missão, como meio de comunicação pública, é enriquecer a

140 Disponível em: <https://betve.cat/>. Acesso em: 14 de abril 2021.

vida das pessoas com conteúdos de qualidade que informem e gerem pensamento crítico, reforçando o pluralismo e a diversidade.

Além de realizar o papel comunicativo na cobertura do evento de grande representatividade para a cidade, a emissora também costuma promover ações e atividades para os cidadãos conseguirem se envolver mais diretamente no evento, de acordo com o que consta na missão em sua página oficial disponibilizada na internet já mencionada. Na edição de 2017, a emissora realizou uma gincana para o povo catalão participar na busca de livros escondidos em partes da cidade. Dessa forma, percebe-se os efeitos e consequências do processo de midiaticização, que não se resume a simples atividade jornalística e/ou midiática e se estende à realização de atitudes humanas interativas.

Uma das missões da *Betevé* é ultrapassar os limites dos ecrãs onde oferecemos conteúdos e exercitamos a proximidade com a rua. É por isso que todos os dias você encontra times do *Betevé* gravando nas ruas, e também fazendo ações especiais em datas importantes como Sant Jordi, els Reis ou La Mercè e em eventos significativos para a cidade.

Refletindo sobre a presença regional de emissoras desse tipo percebe-se o compromisso com a população local, fortalecendo estruturas de criação de vínculos entre os cidadãos de forma amistosa, divertida e prazerosa. Aí se encontra uma forte marca da midiaticização dos tempos contemporâneos globalizados. A regionalidade é marca forte dentro do trabalho de midiaticização realizado pela *Betevé*, tendo em vista que nada do que se divulga escapa dos limites territoriais de abrangência da capital catalã. Vejamos:

Território é o começo e o fim de todo o conteúdo que criamos. Mas não é um elemento geográfico que se torna uma barreira, mas sim uma oportunidade. Uma oportunidade de dominá-lo com um olhar compartilhado sobre o aqui e agora. O território permite nos aproximarmos do mundo de uma certa forma, e Barcelona é um microcosmo global. Nesse sentido, é quando falamos de proximidade. Compartilhar o mesmo espaço nos faz ter um olhar específico para as coisas, para a realidade. O olhar se encheu.

Observamos neste trecho que a localização geográfica é fator que mais sustenta a manutenção desse instrumento público de comunicação de grande interesse para

o público residente na localidade, tendo em vista que é o que aproxima o sistema governamental com o conhecimento regional e a opinião pública.

A MUDIATIZAÇÃO DA FESTA DE SANT JORDI ATRAVÉS DA BTV

A emissora Barcelona TV, como vimos, funciona desde 1994 e desde já algum tempo costuma pautar em suas atividades televisivas; seja em reportagens longas ou curtas, em notícias jornalísticas, em *flashes* breves ou ao vivo, ou efetivamente na cobertura mais completa, a Festa de Sant Jordi como sendo parte oficial do calendário anual da região, por onde já observa a força e a representatividade que o festival significa para o povo catalão.

Para observar melhor como a emissora se comportou com relação ao festival dos livros e das rosas do ano de 2017, realizamos um balanço a respeito dos conteúdos exibidos pela Betevé durante o mês de abril. Na tabela a seguir constam as datas, os títulos das matérias e seu respectivo tempo de exibição. Justificamos que onde se registra “não se aplica” na tabela se deve ao fato de que se tratam de matérias que não foram exibidas no formato audiovisual convencional da televisão, mas são reportagens geralmente longas escritas e disponíveis para leitura dos internautas que acessem na *web* o site oficial da Betevé, de onde extraímos as informações da tabela abaixo.

Cobertura da Festa de Sant Jordi 2017 – Emissora Betevé

Data	Título da Matéria	Tempo de Exibição
18/03/2017	As livrarias esperam ter um bom dia de São Jorge graças à Páscoa.	1m 32s
18/03/2017	A Sant Jordi em termos de gênero	Não se aplica
19/04/2017	O Bairro e o livro, gincana de Betevé, esconde 146 novas publicações	Não se aplica
20/04/2017	Xavier Alberti e Yasmina Reza inauguram Sant Jordi 2017	37 s
20/04/2017	Entrevista com Aurora Massip e Josep Maria Civit sobre a Campanha “Dragon & Roses”	9m39s
21/04/2017	Rosas na fachada e Chuva de pétalas dentro da Casa Batlló para celebrar Sant Jordi	1m27s
21/04/2017	Luta política na prévia para reivindicar São Jorge como Patrimônio Mundial da Unesco	30 s
22/04/2017	O que você precisa saber para viver no dia de São Jorge 2017 em Barcelona?	Não se aplica

Data	Título da Matéria	Tempo de Exibição
22/04/2017	A Câmara Municipal avança Sant Jordi com a Noite do Dragão	51 s
23/04/2017	Os escritores enfrentam uma maratona de assinaturas	2m50s
23/04/2017	Monitoramento ao vivo da vizinhança e livro, o jogo das trilhas da Betevé	Não se aplica
23/04/2017	Betevé instala seu ponto de encontro para Sant Jordi na Praça da Catalunya	1m 13s
23/04/2017	Jogue com Betevé para encontrar os livros escondidos	Não se aplica
23/04/2017	O Fenômeno Casa Batlló transborda Passeig de Gràcia	41 s

Fonte: Elaborada pela autora.

Neste balanço notamos um total de 15 matérias sobre o festival desde a sua véspera, contabilizada a partir do dia 18 de março até a *diada* de 23 de abril de 2017, o que demonstra uma ampla visibilidade em torno do evento no período celebrativo. Destacamos que, além das matérias realizadas, a emissora promoveu uma gincana em que sua equipe de trabalho escondeu algumas obras literárias pela cidade para que os cidadãos pudessem se inscrever virtualmente e sair à procura dos livros durante a *diada* de Sant Jordi.

Essa atitude por parte da emissora apresenta uma forma de midiaticização regional estimulando a população local a acompanhar suas transmissões e a participar ativamente da proposta do festival. Desse modo, vê-se que a imprensa regional trabalha muito em favor do festival e reproduz um cenário participativo, que favorece a interação entre turistas e habitantes locais em torno da *diada* de Sant Jordi.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Identificamos que a festa de Sant Jordi ou festival dos livros e rosas representa um importante movimento celebrativo para a região da Catalunha e para sua capital Barcelona em razão do caráter tradicional do festival, que carrega mais de séculos de existência. O envolvimento do mercado literário e a presença marcante dos meios de comunicação social simbolizam o grau de representatividade e identidade que o povo catalão assume como traços culturais da sua formação histórica e social.

A questão da grande visibilidade por parte da imprensa pública dada às manifestações culturais e populares se evidencia como processo de midiaticização efetuada dentro de uma escala regional. Conforme visto, o fato da realização de uma gincana

promovida pela emissora na edição de 2017 demonstra o quanto os meios de comunicação e a disseminação dos suportes tecnológicos se estendem em atitudes socio-interativas entre os indivíduos, deixando claro o quanto a midiatização enquanto fenômeno contemporâneo condiciona posturas e atitudes individuais e/ou coletivas.

REFERÊNCIAS

CAL, Danila; HELLER, Bárbara; ROSA, Ana Paula da. **Midiatização,(in)tolerância e reconhecimento**. EDUFBA, Salvador, 2020.

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização, prática social: prática de sentido**. In: Encontro Aual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 15, 2006, Bauru/SP. Anais eletrônicos. CD- ROM.

FERREIRA, Jairo (org.). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?** FACOS – UFSM. Santa Maria, 2018.

SGORLA, Fabiane. Discutindo o “processo de midiatização”. In: **Mediação**. V. 9, n. 8, Belo Horizonte, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAVANCAS, Isabel; SCHERER, Marta. A Festa de Sant Jordi no Jornal La Vanguardia. In: **SBPC Intercom**, v.41, n.3, p.1-15, set./dez. São Paulo, 2018.

SITES CONSULTADOS

<https://beteve.cat/>

PERFIL DA AUTORA

Bruna Franco Castelo Branco Carvalho

Graduada em Licenciatura e Bacharelado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Comunicação pela UFC, com bolsa CAPES. Especialista em Telejornalismo. Doutoranda em Comunicação pela UFC, tendo sido bolsista da CAPES pelo Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) na Universidade de Vigo (Espanha). Possui experiência com locução em meios de radiodifusão. Avaliadora parecerista da Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social (Revista INICIACOM). Foi membro do corpo editorial, como editora-adjunta, da Revista Passagens do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFC).

O PERSONAGEM BARÃO DE ITARARÉ

Jairo Faria Mendes

APRESENTAÇÃO

Apparício Torelly foi um dos principais jornalistas e humoristas da história brasileira. Com o humor, criticou as elites e os governos autoritários. O seu principal instrumento foi o semanário *A Manhã*.

O jornalista acabou sendo conhecido como o Barão de Itararé, mas este era seu heterônimo, criado na Revolução de 30. Esperava-se que a batalha decisiva da revolução ocorresse em Itararé, mas ela acabou não acontecendo. Ironicamente, Apparício Torelly se autoneomeou Barão de Itararé, por ter “lutado bravamente” nesta batalha.

Apparício e o Barão de Itararé não eram a mesma pessoa. O Barão de Itararé não era um pseudônimo do jornalista. Tinham características bem diferentes. O Barão fazia a paródia das elites (apesar de defender o comunismo). Era arrogante, pretensioso, vaidoso e delirante. Era uma espécie de Don Quixote, cujo personagem tinha enlouquecido e tentava de forma mambembe reviver as glórias dos cavaleiros medievais.

Apparício Torelly fazia do personagem Barão de Itararé seu oposto. Como define Bergson (2018, p. 77), uma forma de fazer as pessoas rirem é trocar de papéis. Com isso, Apparício sai do papel de um trabalhador comunista e assume o de um nobre da monarquia. Mas o Barão de Itararé ficou tão famoso que ninguém mais conhecia o nome Apparício Torelly. Este só era conhecido pelo seu personagem, o Barão, por isso, era confundido como um pseudônimo.

Como explica Camargo (2018, p.204-205), o conceito de pseudônimo e heterônimo é bem diferente. O pseudônimo é apenas um novo nome adotado pelo autor. Já o heterônimo traz a criação de um personagem, com biografia e características próprias. O nome de registro é chamado de ortônimo.

Este artigo mostra quem era o heterônimo Barão de Itararé. Sua história, sua maneira de ser, suas ideias.

A FORÇA DO RISO

Havia muitos jornais humorísticos no século XIX e no início do século XX. O Barão teve suas influências. O que ele fez foi desenvolver o gênero e utilizá-lo de maneira mais radical na luta política.

Para entender a importância do trabalho de Apparício Torelly, é preciso discutir sobre o papel do humor na história, na cultura e na vida social.

O humor foi valorizado em alguns períodos históricos e condenado em outros, como mostra Minois (2003). O grande momento do humor vai ocorrer num dos principais fases da história da humanidade, em que a criatividade e vida ganharam espaço.

Foi no Renascimento, como defende Bakhtin (2010) e Minois (2003). Nesse período, o riso era visto como uma forma de exprimir a verdade do mundo tão importante quando o “sério”. Isso se refletiu na literatura com Cervantes, Boccaccio, Shakespeare e François Rabelais.

O riso é visto como algo curativo pela medicina. Na Faculdade de Montpellier, onde Rabelais se formou em medicina, o *Romance de Hipócrates* (também chamado de *O Riso de Demócrito*), que defendia o riso como remédio era muito estimado. Lembrava-se também da célebre frase de Aristóteles: “O homem é o único animal que ri”. Como conta Bakhtin (2010, p. 59): “Segundo Aristóteles, a criança só começa a rir no quadragésimo dia depois do nascimento, momento que se torna pela primeira vez um ser humano”.

O Renascimento, como mostra Bakhtin (2010), resgata a importância do riso. Diferente da Idade Média, em que o riso era visto como uma heresia, afinal o homem era um pecador e o responsável pela morte Cristo. Era como se estivessem num vale de lágrimas. Já o Renascimento é como uma grande gargalhada, segundo Minois (2003).

O riso, para Bakhtin (2010), representava uma vitória sobre o medo que oprimiu tanto as pessoas na Idade Média. “(...) o riso supõe que o medo foi dominado. O riso não impõe nenhuma interdição, nenhuma restrição. Jamais o poder, a violência, a autoridade empregam a linguagem do riso” (BAKHTIN, 2010, p. 78). O riso era como a descoberta do mundo, um mundo cheio de possibilidades.

No Renascimento, a cultura erudita e a cultura popular se aproximaram. A literatura cômica, que era vista como uma forma inferior de literatura passou a ser valorizada, como no *Don Quixote*, de Cervantes, ou no *Pantagruel e Gargantua*, de Rabelais. O riso que ficava restrito à cultura popular, naquele período ganhou destaque.

Sigmund Freud concorda com a ideia que o riso é importante para a saúde mental. Em 1905, ele publica, em Viena, *A Palavra Espirituosa e suas Relações com o Inconsciente*. Para ele, uma palavra espirituosa tem a força de um acontecimento importante, que vai sendo passada de pessoa para pessoa, com a notícia de uma conquista. Para Freud, uma coisa importante para ser engraçado é ser conciso.

O que mais chama atenção do pai da psicanálise é como o humor pode reduzir o sofrimento e poupar energias psíquicas.

Nietzsche também é um defensor do riso, em seu livro *Assim Falou Zaratustra*, no capítulo *O Homem Superior*. “Aprendei a rir de vós mesmos; é mister rir!” (Nietzsche, 2012, p.239). Um pouco a frente completa:

Esta coroa do risonho, esta coroa de rosas, eu mesmo a cingí, eu próprio canonizei o meu riso.(...) Eu, Zaratustra, o dançarino, Zaratustra, o leve, o que agita as suas asas pronto a voar, acenando a todas as aves, ligeiro e ágil, divinamente leve e ágil; eu, Zaratustra, o adivinho, Zaratustra, o risonho, nem impaciente nem intolerante, afeiçoado aos saltos eu mesmo cingi esta coroa. (NIETZSCHE, 2012, p. 240)

O século XX também foi um período de valorização do riso. “Foi o ópio do século XX” (MINOIS, 2003, p. 553). Diante de duas guerras mundiais, bombas atômicas e genocídios, o riso era necessário para sobrevivência das pessoas, de acordo com Minois (2003). Era possível rir de tudo. “É um riso de humor, de compaixão e, ao mesmo tempo, ‘de desforra’, diante dos reveses acumulados pela humanidade ao longo do século e das batalhas perdidas pela idiotia, contra a maldade e o destino” (MINOIS, 2003, p. 558).

É um riso sem alegria, na opinião de Minois (2003), bem diferente do riso popular e carnavalesco da Renascença. O riso torna-se um produto para o consumo. “Tão útil quanto o telefone móvel” (MINOIS, 2003, p. 593). Giles Lipovetski denomina a sociedade contemporânea como “sociedade divertida”. Uma sociedade em que o riso está em todos os lugares e, por isto, corre o risco de acabar. Causar a morte do riso verdadeiro e livre.

Refletindo sobre o riso no século XX, podemos ver a importância do trabalho de Apparício Torelly. Mesmo vivendo as desilusões de sua época, ele trouxe um riso de esperança, diferente do riso desesperado que marcou o período. Rir é importante, mas também é importante construir uma sociedade melhor, como Apparício tentou fazer ao longo de sua vida como humorista.

CRIADOR E PERSONAGEM

Apparício Torelly nasceu em 29 de janeiro de 1895, no Rio Grande do Sul. Sua mãe se suicidou quando ele tinha apenas 18 meses. Seu pai resolveu interná-lo em uma escola jesuíta. Lá ele já mostrou seu lado humorista e jornalista, criando a publicação *Capim Seco*, satirizando os padres da instituição.

Com 21 anos, lançou o livro de poemas humorísticos *Pontas de Cigarro*, que contava histórias sobre sua falta de dinheiro. Bem jovem, passou por jornais humorísticos de Porto Alegre, como *O Maneca*. Criou *O Chico*, depois de demitido de *O Maneca*.

Depois de um romance com uma mulher casada com uma pessoa influente, Apparício fugiu para o Rio de Janeiro. Lá trabalhou poucos dias em *O Globo*. Posteriormente, foi chamado por Mário Rodrigues (pai de Nelson Rodrigues) para escrever a coluna “Amanhã tem mais...”, na primeira página do diário *A Manhã*. Quatro meses depois, no dia 13 de maio de 1926, o jornalista fundou seu próprio jornal, o semanário humorístico *A Manhã*, que o consagraria.

Imagem 1 – *A Manhã*, 13/05/1926



Alguns autores, como Aguiar (2003), consideram o trabalho de Apparício como fazendo parte do movimento modernista que revolucionava as artes no país.

Para Jacobus; Golin (2011), o jornal também incorporava alguns elementos dos pasquins do século XIX: “Como o fato de ser praticamente todo produzido por uma

pessoa, além do uso de epígrafes, pseudônimos, e apelidos chistosos normalmente dedicados a desafetos” (p.61)

A publicação foi criada no governo Arthur Bernardes, em pleno Estado de Sítio. Provavelmente por isso, a primeira edição não fez críticas políticas, mas no editorial de apresentação já deixava indícios que não faria vista grossa para os governantes. No terceiro parágrafo, Apparício já dizia que seus sonhos podiam incomodar o chefe de polícia. “Nós somos sonhadores. E a sonhos que, embora contrariem o chefe de polícia, são bons palpites. Sonhamos neste momento, com uma organização mundial e (levando em conta a pluralidade de mundos) com as comunicações interplanetárias.”

Em suas 16 páginas, a primeira edição de *A Manhã*, ainda parecia um ingênuo jornal de humor. Com muita criatividade, falava de diversos assuntos. Tudo virava piada. Ri da cultura e do poeta futurista Marinetti, que visitava o Rio de Janeiro.

Havia muitos poemas-piada e uma página ocupada apenas pelos sinais de pontuação “!?” bem grandes (dando indícios que iria ser um jornal que traria questionamentos e experimentações). Também continha uma paródia de um folhetim, com o nome “O Homem Nu (Romance decente e policial)”.

Desde a primeira edição, Apparício já buscava fazer humor utilizando pseudônimos e tentando criar múltiplos eus. Além disso, ele criava heterônimos que apareciam como colaboradores com nomes que parodiavam figuras da política. O principal foi “Dr. Vaz Antão Luiz”, que se referia ao presidente Washington Luiz (seu mandato foi de 15 de novembro de 1926 a 24 de outubro de 1930). Ele era apresentado como redator chefe de *A Manhã* e presidente da república. Com a Revolução de 30, ele passou a aparecer como correspondente internacional.

Antes de se nomear Barão de Itararé, utilizava a expressão irônica de “nosso querido diretor” (uma forma de bajulação). Ele era o diretor, mas as descrições feitas são de uma pessoa de estilo aristocrático e que realiza feitos épicos. Já era, de certa forma, a construção do personagem Barão de Itararé.

Muitas das edições de *A Manhã* se perderam. Mas, com as edições conservadas na Biblioteca Nacional (e algumas presentes no acervo do Instituto de Estudo Brasileiro da Universidade de São Paulo – IEB/USP), é possível reconstituir boa parte da história do jornal.

Benedito (2007) enumera algumas expressões usadas em *A Manhã* para descrever “o nosso querido diretor”: “(...) epítetos como ‘campeão olímpico da paz’, ‘cantor

lírico’, ‘andarilho da liberdade’, ‘cientista emérito’, ‘artista, matemático, diplomata, pintor, romancista e bookmaker’” (BENEDITO, 2007, p.24 e 25).

Em 14 de outubro de 1927, na edição 54, o “nosso querido” aparece algumas vezes. Como na matéria de primeira página que dizia que o ex-presidente Arthur Bernardes e o “nosso querido” se negavam a participar das eleições presidenciais. Nesta edição, o jornal tem um editorial humorístico contando da apreensão do jornal pela polícia (provavelmente a primeira da história de *A Manhã*). “Nosso querido diretor” já mostrava sua simpatia ao comunismo.

Na edição 56, de 27 de outubro de 1927, o “nosso querido diretor” ganha uma matéria de uma página e meia, que descreve uma polêmica entre ele e o cientista Tomas Edison. “Nosso querido diretor”, inventor da fumaça sem pólvora, tem um desentendimento com o cientista dos Estados Unidos ao descobrir um material que pode ser usado como filamento nas lâmpadas: fios de barba carbonizados.

Uma viagem de “nosso querido diretor” ganha toda a primeira página de três edições (24/11/1927, 1/12/1927 e 8/12/1927): “UM GRANDE HOMEM QUE VAI SE AUSENTAR DA PÁTRIA”, “A PRÓXIMA PARTIDA PARA EUROPA DO NOSSO QUERIDO DIRETOR” e “A PARTIDA DO NOSSO QUERIDO DIRETOR”.

As notícias são pomposas e cheias de referências elogiosas. “Nessa viagem, levará a seu bordo uma das mais legítimas glórias da mentalidade latina, que, se não fosse sua reconhecida modéstia, seria hoje um dos expoentes máximos da cerebração universal” (*A Manhã*, 24/11/1927). Mas, no meio disso, sempre é revelada, de forma divertida, a real figura do “querido diretor”: “Inteligente e perspicaz, nosso chefe deu o golpe na praça e retira-se suavemente...” (*A Manhã*, 1/12/1927).

Além destas três capas falando sobre a viagem do “nosso querido diretor”, ainda houve mais uma edição sobre o assunto. Depois disso, *A Manhã* traria várias edições sobre os seus “compromissos” na Europa.

Sua estadia foi coberta, principalmente, pela “Agência Amor e Cana” (uma paródia da Agência Americana). No primeiro dia, foi saudado pelos carregadores de bagagem, motoristas de taxi e engraxates que sempre lhe ofereciam o serviço. Viajou somente com uma camisa, que quando desembarcou na Itália estava preta (um deboche com o uniforme dos fascistas). Acabou dormindo num banco de praça: “Para evitar os inegáveis incômodos de registro nos livros dos hotéis...” (*A Manhã*, 22/12/1927).

A edição seguinte (29/12/1927) noticia que o “ilustre jornalista é recebido pelo papa”. O encontro ocorre de forma solene e o Pontífice aguardava o “nosso querido

diretor” na sala principal do palácio. O papa ofereceu a mão direita para o tradicional beijo, mas, educadamente, o jornalista se negou a realizar o ritual: “Eu agora estou filiado à esquerda”. O “notável jornalista” falou bastante com o Sumo Sacerdote: “(...) demonstrando que tinha o Papa à frente, em compensação não tinha papas na língua”.

As notícias de sua viagem ganharam muitas edições. Em 16/2/1928, por exemplo, “nosso querido diretor” estava em Paris e ficou sabendo que a bela Vênus de Milo não tinha braços. O “grande jornalista” mandou um de seus secretários procurar um cirurgião para que colocasse braços de borracha na Vênus.

O jornal *A Manhã* é, de certa forma, a narrativa do “querido diretor”, que a partir de 1930, intitula-se Barão de Itararé. É um personagem muito divertido e irônico. Apresenta-se como rico, famoso, erudito em todas as áreas do conhecimento e influente; mas as narrativas mostram que esta é apenas uma máscara. O personagem é pobre, desonesto, doido e oportunista. Um exemplo é quando ele elogia seus credores pela persistência: “(...) credores de sua alta admiração, pela perseverança e dedicação com quem vem acompanhando a tão longos e dilatados anos” (*A Manhã*, 14/11/1929).

Outro exemplo, que ajuda a entender quem é o personagem aparece na primeira página da edição de 28/11/1929. Nela, “o nosso querido diretor”, de forma elegante, tomou um cafezinho e saiu sem pagar. Ele é apresentado como muito rico, “possuindo avultados bens de raiz, fábricas de artefatos, arranha-céus, cautelas da dívida pública”. Mas explica que “por uma questão de modéstia, o opulento jornalista que dirige esta folha, em geral, não leva consigo dinheiro”. Depois de tomar seu café esperou um bom tempo, mas “como custasse a aparecer um conhecido, para convidá-lo a tomar outro cafezinho, e, naturalmente, em seguida pagar os dois, emitiu um vale-café”. Como o dono do estabelecimento não aceitou o papel, o jornalista saiu “indignado, proferindo nomes feios em voz baixa e em legítimo vernáculo”.

Uma das maneiras de fazer humor de Apparício Torelly era transformar coisas do cotidiano do “nosso querido diretor” em acontecimentos épicos. Em 16/01/1930, *A Manhã* traz como manchete na página 5: “UM GRANDE ACONTECIMENTO SOCIAL”, e como subtítulo: “O nosso querido diretor inaugura oficialmente a temporada de banhos ultravioletas”. Era apenas um banho de mar, transformado num momento histórico, em que o jornalista seria reverenciado pelas sereias. O texto começa: “As glaucas águas do oceano, hoje, às primeiras horas matinais, curvaram-se em ondas reverentes, na aristocrática praia de Copacabana para receber em seu seio a figura insinuante de nosso querido diretor...”.

O fato tem uma continuidade na edição seguinte, com a manchete “INTERROMPIDOS OS BANHOS ULTRAVIOLETAS DO NOSSO QUERIDO DIRETOR”. O “distinto homem” pegou um resfriado e ficou de cama. Durante a crise, “pôde ver como é estimado”, recebendo a visita do padeiro, do açouqueiro, do vendeiro da esquina, sapateiro e, até mesmo, um funcionário da farmácia. “(...) enfim uma brilhante massa heterogênea e heterodoxa procurava, a todo transe, se avistar com o talentoso plumitivo” (*A Manhã*, 23/01/1930).

Na edição seguinte, 30/01/1930, o jornal noticiava na primeira página a viagem do “querido diretor” para o Rio Grande do Sul, onde encontraria com o candidato a presidência Getúlio Vargas: “Embarcou para o Rio Grande do Sul em avião nosso querido diretor”. Uma semana depois, *A Manhã* trazia como manchete: “REGRESSOU DO SUL O NOSSO QUERIDO DIRETOR”. Além do encontro político, o jornalista aproveitou para vender alguns terrenos na Avenida Rio Branco (mais um golpe de esperteza do personagem).

Ajuda bem a compreender o personagem “nosso querido diretor” a edição de 3/4/1930, que tem como manchete “REBATENDO TORPES CALÚNIAS” e subtítulo “O nosso querido diretor explica a origem de sua fortuna particular”. O “distinto literário” afirmava ser dono do Cinema Império, do Edifício Portella e dos terrenos da Praça da República. Ele teria comprado e não pago os imóveis, por isto, considerava-se dono deles.

Sobre o Edifício Portella, *A Manhã* diz:

Quando venceu a primeira duplicata, o senhor Portella pretendeu receber a respectiva importância em dinheiro. Com isso, porém, não concordou o nosso chefe, pois sendo um escritor de fama mundial, sempre achou que qualquer documento com a sua firma devia este autógrafo ser guardado como relíquia pelo portador e nunca ser pretexto para baixas transações financeiras (*A Manhã*, 3/4/1930).

Na edição de 17/4/1930, metade da última página era ocupada pela notícia de que “o nosso querido diretor” estava comprando o Morro do Cantagalo.

Na semana seguinte, em 24/4/1930, o “distinto jornalista” estava comprando a Gruta da Imprensa: “(...) a fim de transformá-la em um espaço de recreio para si e para outros trogloditas”. “O nosso chefe quer adquirir a Gruta da Imprensa, por extravagância, para satisfazer apenas a um capricho, muito comum, aliás, nessa gente de dinheiro” (*A Manhã*, 24/4/1930).

Com a manchete “A marcha triunfante da revolução brasileira!”, A *Manha* noticia a Revolução de 30, que, de acordo como jornal, foi realizada pelo “distinto jornalista”. “(...) o nosso querido diretor, contando com apoio do povo, do Exército e da Marinha, dará um golpe de Estado, derrubando esse governo miserável que aí está...” (A *Manha*, 26/9/1930).

Imagem 2 – A *Manha*, 26/09/1930



Nas edições seguintes, o personagem se apresenta como o grande herói da revolução. A partir da edição de 14/11/1930, ele se aparece como “marechal-almirante, comandante das tropas revolucionárias”.

A notícia da nomeação de “nosso querido diretor” como Barão de Itararé apareceu na edição do dia 5 de dezembro de 1930. O texto da primeira página dizia que “o nosso querido diretor, que acaba de ser agraciado pelo governo provisório com o título de Barão de Itararé...” (A *Manha*, 5/12/1930).

Na página 5, vinha o decreto de nomeação: “O NOVO BARÃO DE ITARARÉ” (manchete), tendo como subtítulo “A integra do decreto que agracia com aquele título nobiliárquico o nosso querido diretor”. Assim começa o decreto:

Art.1º- Considerando que nosso querido diretor, na paz e na guerra, prestou os mais relevantes serviços à Revolução Triunfante, considerando que as aptidões militares e cívicas por ele reveladas na elaboração e consecução do movimento demonstraram apreciáveis tributos de direção (...) a Revolução Vitoriosa concede ao nosso querido diretor o título de Barão de Itararé, podendo fazer dele o uso que convier” (A *Manha*, 5/12/1930).

A partir daí o “nosso querido diretor”, nomeado Barão de Itararé, torna-se mais esnobe. Pode-se perceber outras mudanças no personagem. Agora que se tornou barão, as coisas do cotidiano, que eram muito valorizadas, foram deixadas de lado. Além disso, o jornal passou a utilizar bastante de montagens fotográficas e fotos retocadas.

O Barão de Itararé é promovido a Duque, como é noticiado na edição de 2 de outubro de 1931. Com a manchete “Actos da Justiça Revolucionária”, é nomeado o Duque de Itararé, senhor feudal do Morro do Cantagalo.

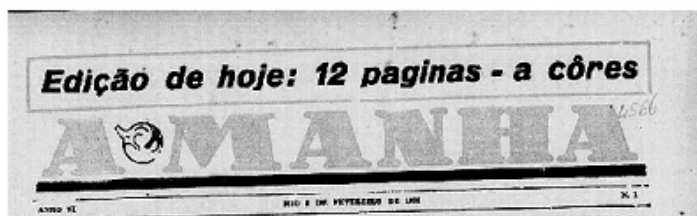
Um mês e 25 dias depois disso, na edição de 27 de novembro de 1931, *A Manhã* noticia na primeira página que o Grão-duque de Itararé é nomeado Imperador da U.R.S.A.S (União das Repúblicas Socialistas da América do Sul). Claramente, uma paródia da sigla U.R.S.S.. Nisso, Apparício Torelly anuncia a sua admiração pelo comunismo soviético.

O texto da primeira página traz a manchete “A primeira semana do reinado de Itararé I” e diz que: “Tomando o título de Itararé I, o jovem e poderoso soberano, começou desde cedo a receber as mais inequívocas manifestações de apreço, simpatia e solidariedade...” (*A Manhã*, 27/11/1931). A notícia diz que a coroação de S.M. Itararé I foi anunciada na edição anterior de *A Manhã*, mas não conseguimos encontrar este jornal.

Em edições seguintes, ele é chamado de Itararé I, o brando (criando o cacófato “obrando”, palavra muito usada na época para o ato de defecar). Em alguns números, ele aparece como Itararé I e, outros, como Itararé II. O personagem vai usar durante muito tempo o cargo de Imperador, estando sempre à frente dos principais fatos do país. Como na edição de 23 de fevereiro de 1933, que noticia o rompimento de S.M.Itararé II com o Rei Momo.

No início de 1934, Itararé II continuava como Imperador da URSAS. O jornal mudou seu cabeçalho, destacando a cara do soberano, com seu estilo esnobe e seu nariz empinado.

Imagem 3 – *A Manhã*, 17/02/1934



S. M. Itararé II era um soberano ao estilo dos grandes reis dos grandes impérios. A manchete da edição de 8 de março de 1934 era “A Constituição em nome de Deus”, tendo como subtítulo “Uma mensagem do Além que vem cair miraculosamente sobre o bureau-ministre do imperador das URSAS”. Uma clara paródia dos regimes monárquicos.

A *Manhã* ficou sem circular muitos anos. Por causa da prisão de Apparício Torelly, ficou sem circular no final de 1935, o ano inteiro de 1936 e boa parte de 1937. Depois ficou sem circular durante quase todo o Estado Novo, de Getúlio Vargas. Só retornando em 1945, pouco antes da renúncia de Getúlio.

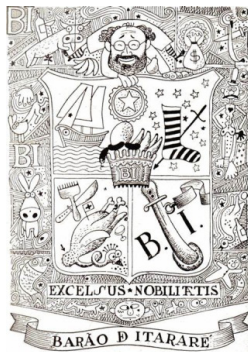
Quando estava preso (9 de dezembro de 1935 a 21 de dezembro de 1936), Apparício Torelly e Graciliano Ramos encontraram-se na prisão e ficaram muito próximos. Graciliano descreve um pouco desse convívio em seu livro *Memórias do Cárcere*. Apparício disse ao escritor alagoano que iria fazer uma longa biografia sobre o Barão de Itararé, o que deixou Graciliano entusiasmado. Iria aproveitar casos do Barão publicados em *A Manhã* e desenvolver a história. Mas nunca realizou o projeto. O máximo que fez, foi escrever algumas páginas biográficas ao Barão, no *Amanhaque*, publicado em 1949.

Confiou-me Apporelly o plano de um trabalho concebido ultimamente, ia dedicar a ele os ócios da prisão. Tencionava compor a biografia do Barão de Itararé.

- Volume grosso, um calhau no formato dos de Emil Ludwig. No fronsispício, a divisa, o escudo, as armas do ilustre fidalgo: uma garrafa, um copo, um talher cruzado, um frango em decúbito dorsal. É a história completa do homem, a ampliação dos ridículos que publiquei em *A Manhã*. Veremos os princípios do Barão, a vida política, os negócios, a maneira como adquiriu o título. (RAMOS, 2011, p.112)

No *Almanhaque para 1949*, dez páginas são dedicadas a uma biografia do Barão, com o título “*Ligeiro Estudo pela Rama de Alguns Galhos da Árvore Genealógica do Barão de Itararé*”. Quem assina a biografia é “Armando Embrulhos, professor ‘honoris causa’, pela universidade de Boogie Woogie, prêmio ig-Nobel de Bridge (1948), perito contador de histórias, etc, etc”.

Imagem 4 – Brasão do Barão de Itararé



O autor (que na verdade é o próprio Apparício) diz ter sido fácil fazer o estudo sobre a vida do Barão “porque sua vida pública é, na realidade, uma continuação da privada” (Torelly, 2002, p.7). Armando Embrulhos diz que conheceu profundamente o Barão, “amigo de cama e mesa, deitei-me, durante o dia, no mesmo leito em que ele dormia à noite, e bebi com ele, no mesmo copo” (Torelly 2002, p. 7). Com isso, teria aprendido “que a pobreza não é desonra, mas é uma porcária”.

Armando Embrulhos diz que não pode fazer “uma obra perfeita” porque havia sido contratado para receber no futuro, e tinha “dúvidas perturbadoras” sobre isto.

É um texto muito rico, cada palavra é importante na criação da figura quixotesca do Barão. Mas aqui tenho que escolher só alguns flashes. Como a de que pelo menos uma vez por mês, o Barão injetava azul de metileno na veia, para manter inalterável a cor do sangue.

Uma foto retocada mostra a família do Barão. Uma família bem pobre, com o pai com cara de bravo e chapéu de agricultor, a mãe tecendo uma meia, o Barão jovem e uma quarta pessoa, que seria alguém que foi cobrar uma conta, não recebeu e ainda foi colocado na foto.

A curta biografia do Barão o compara ao escritor Bernard Shaw e ao filósofo Augusto Conte, mostrando a superioridade do nobre brasileiro. Com relação, a Shaw, o Barão se destaca por ter uma barba mais exuberante. Sobre Conte, o brasileiro afirma ter um pensamento mais rico. Enquanto o filósofo diz: “Os vivos são sempre e cada vez mais governados pelos mortos”; o Barão corrige: “Os vivos são sempre e cada vez mais governados pelos mais vivos”.

Apparício Torelly foi muito hábil na criação das narrativas de vida do “nosso querido diretor”, “Barão de Itararé” e “S. M. Itararé II”, entre outros. Na vida privada, Barão de Itararé acabou se tornando um pseudônimo e quase um ortônimo (nome próprio).

Com humor, ele invertia para o leitor a relação entre personagem (heterônimo) e autor. Dizia que Apparício (era seu pseudônimo). “(...) o Barão, que na vida civil assina promissórias e realiza outras operações escusas com o pseudônimo de Apparício Torelly” (*A Manhã* apud FIGUEIREDO, 2012, p. 375).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não há como pensar no trabalho de Apparício Torelly, em seu semanário humorístico *A Manhã*, sem pensar nos seus heterônimos, principalmente, no Barão de Itararé e S.M.Itararé I ou II, imperador da URSAS (União das Repúblicas Socialistas da América do Sul).

Considero esta a parte mais engraçada do trabalho do Apparício, e a que fez com que ficasse tão conhecido. É uma grande narrativa, sempre surpreendente e crítica, e, acima de tudo, quixotesca. É o personagem que desconstrói as elites brasileiras, tanto identificadas aos privilégios monárquicos.

Além disso, Apparício provoca bastante os conservadores e, principalmente os integralistas e afins, ao usar o heterônimo de S. M. Itararé, o brando, imperador da URSAS, fazendo uma clara referência a URSS e deixando bem explícito seu desejo de ver a América do Sul como uma grande união de nações socialista.

Apparício não cumpriu a promessa que fez a Graciliano Ramos de escrever a biografia do Barão de Itararé. Mas, em *A Manhã*, podemos encontrar boas histórias, que permitem entender bem o personagem. É uma biografia incompleta, o que pode ser positivo, para que cada um imagine as novas histórias do Barão de Itararé.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Odailton Aragão. **O Riso na Mídia: O Barão de Itararé e Seus Almanhaques - Os Almanques do Jornal A Manhã.** Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica. PUC-São Paulo: 2006. 240p.

ANDRÉ, José Mendes. **Quem Não Chora Não Mama: Panorama do Design Brasileiro Através do Humor (1837-1930).** Tese de doutorado em Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo (USP). 2010. 315p.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: O Contexto de François Rebelais.** São Paulo: Hucitec, 2010. 7 ed. 419p.

BERGSON, Henri. **O Riso: Ensaio sobre o Significado do Cômico.** São Paulo: Edipro, 2018. 127p.

CAMARGO, Amanda Kristensen de. Pseudônimos e Heterônimos na Esfera Jornalística Contemporânea. **Revista Temática.** Ano XIV, n. 10, out. 2018. NAMID/ UFPB. p.203-218.

JACOBUS, Rodrigo; GOLIN, Cida. Um Nobre Bufão no Reino da Grande Imprensa. **Revista Intercom**, São Paulo, v.34, p.55-74, jul./dez. 2011.

MINOIS, Georges. **História do Riso e do Escárnio**. São Paulo: Ed. Unesp, 2003. 653p.

RAMOS, Graciliano. **Memórias do Cárcere**. São Paulo: Editora Record, 2011. 45ª ed. 358p.

TORRELLY, Aparício. **Almanaque para 1949, Primeiro Semestre, ou "Almanaque d'A Manhã"**. São Paulo: EDUSP e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2002. 261p.

PERFIL DO AUTOR

Jairo Faria Mendes

Possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (1990), mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1998) e doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2007). Pós-doutor pela Universidade de Coimbra (2014). Professor da Universidade Federal de São João Del-Rei. Pós-doutorado pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, ética, história do jornalismo, jornalismo e literatura. Universidade Federal de São João del Rei, São João del-Rei, MG

Sobre o livro

Formato 19 x 24,5 cm

Tipologia Unica One (títulos)
Lora e Roboto Condensed (textos)

Papel Offset 90g/m² (miolo)
Supremo 250g/m² (capa)

Projeto Gráfico Canal 6 Editora
www.canal6.com.br

Diagramação Erika Woelke

CIDADANIA COMUNICATIVA NA ERA DA DESINFORMAÇÃO, segundo volume da coleção **Comunicação & Cidadania**, busca analisar e refletir sobre as distorções e distopias informacionais no contexto da Sociedade da Desinformação, (re)conhecendo as dimensões da cidadania info-comunicativa como mecanismos transformadores da sociedade. A Sociedade da Informação, termo cunhado no século XX, alavancada pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, ampliou o valor conferido à informação na contemporaneidade, diversificando o acesso e o poder comprovado que ela possui. Mas não podemos nos furtar de refletir sobre a complexificação dos problemas gerados pela diversidade e pela ampliação dos acessos, que tem causado distorções e distopias informacionais. Também desafiador, como defendem os pesquisadores Nathansohn e Brisola (2020), é entender os contextos da Sociedade da Desinformação, resultantes das fake news, do firehosing, dos boatos, das teorias da conspiração e do deepfake. Podem ser incluídos igualmente, os algoritmos, a hiperinformação, a vigilância, a exclusão comunicativa e as desigualdades de acesso que, combinados a outros processos, formam o cenário propício à desinformação.

No centro dessa complexidade está a cidadania, que ultrapassa o campo do direito, da nacionalidade ou da classificação do morador de uma cidade e se localiza, nesta proposta, nas transformações e nas disputas que ocorrem no espaço social. Amparadas nas reflexões críticas de pesquisadores como: Bobbio, Lipovetsky, Lefebvre, Adorno, Hannah Arendt, Boaventura de Souza, Milton Santos, Canclini, José Murilo de Carvalho, Celso Lafer e muitos outros, que trazem a dimensão do sujeito cidadão na sociedade e o exercício da cidadania para além da “pretensa ideia de que todos os indivíduos são cidadãos”, mas resultados da consciência cidadã, da democracia, do ideal coletivo de justiça, do bem comum, do acesso a informações de qualidade, a participação na gestão pública como mecanismos transformadores da sociedade.

COMUNICAÇÃO
& CIDADANIA

canal6 editora

ISBN 978-85-7917-599-2



9 788579 175992