

ORGANIZADORES
KATARINI MIGUEL
MARCELO ROBALINHO

DESAFIOS E ENFRENTAMENTOS

**COMUNICAÇÃO, DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA,
SAÚDE E MEIO AMBIENTE
EM CENÁRIO DE GRANDES CRISES**



ORGANIZADORES
KATARINI MIGUEL
MARCELO ROBALINHO

DESAFIOS E ENFRENTAMENTOS

COMUNICAÇÃO, DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA,
SAÚDE E MEIO AMBIENTE
EM CENÁRIO DE GRANDES CRISES





Reitora

Camila Celeste Brandão Ferreira Ítavo

Vice-Reitor

Albert Schiaveto de Souza

Obra aprovada pelo

CONSELHO EDITORIAL DA UFMS
RESOLUÇÃO Nº 293-COED/AGECOM/UFMS,
DE 25 DE JULHO DE 2025.

Conselho Editorial

Rose Mara Pinheiro – Presidente
Elizabeth Aparecida Marques
Alessandra Regina Borgo
Adriane Angélica Farias Santos Lopes de Queiroz
Maria Lígia Rodrigues Macedo
Cid Naudi Silva Campos
Andrés Batista Cheung
Ronaldo José Moraca
Fabio Oliveira Roque
William Teixeira



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Diretoria de Bibliotecas – UFMS, Campo Grande, MS, Brasil)

Desafios e enfrentamentos [recurso eletrônico] : comunicação, divulgação científica, saúde e meio ambiente em cenário de grandes crises / organizadores, Katarini Miguel, Marcelo Robalinho. -- Campo Grande, MS : Ed. UFMS, 2025.
304 p. : il. col.

Dados de acesso: <https://repositorio.ufms.br/>
Inclui bibliografia.
ISBN 978-85-7613-742-9

1. Jornalismo científico. 2. Comunicação na ciência. 3. Jornalismo – Aspectos sociais. 4. Desinformação. 5. Jornalismo – Estudo e ensino. 6. Jornalismo – Pesquisa. 7. Negacionismo. 8. Comunicação de massa na educação sanitária. I. Miguel, Katarini Giroldo. II. Ferraz, Luiz Marcelo Robalinho. III. Grupo de Pesquisa Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente (GP CDCSMA). IV. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). V. Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFMS). VI. Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFAL).

CDD (23) 070.4495

Bibliotecária responsável: Tânia Regina de Brito – CRB 1/2.395

ORGANIZADORES
KATARINI MIGUEL
MARCELO ROBALINHO

DESAFIOS E ENFRENTAMENTOS

DA COMUNICAÇÃO, DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, SAÚDE E MEIO AMBIENTE EM CENÁRIO DE GRANDES CRISES

Campo Grande - MS
2025



© dos organizadores

Katarini Miguel

Marcelo Robalinho

1ª edição: 2025

Preparação do texto

Secretaria da Editora UFMS

Projeto Gráfico, Editoração Eletrônica

Zimmermann Comunicação e Marketing

Revisão

A revisão linguística e ortográfica
é de responsabilidade dos autores

A grafia desta obra foi atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 1º de janeiro de 2009.

Direitos exclusivos para esta edição



Secretaria da Editora UFMS - SEDIT/AGECOM/UFMS

Av. Costa e Silva, s/nº - Bairro Universitário

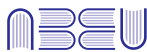
Campo Grande - MS, 79070-900

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Fone: (67) 3345-7203

e-mail: sedit.agecom@ufms.br

Editora associada à



Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

ISBN: 978-85-7613-742-9

Versão digital: agosto de 2025

Obra contemplada no Edital AGECON nº 03/2024

Seleção de propostas de materiais de divulgação técnico-científica para publicação pela Editora UFMS - Fluxo Contínuo.



Este livro está sob a licença Creative Commons, que segue o princípio do acesso público à informação. O livro pode ser compartilhado desde que atribuídos os devidos créditos de autoria. Não é permitida nenhuma forma de alteração ou a sua utilização para fins comerciais. br.creativecommons.org

PREFÁCIO

Passados mais de quatro anos do surgimento do vírus Sars-Cov-2, evento deflagrador de uma crise sanitária que abalou o mundo, as sociedades paulatinamente se recompuseram, retomando sua normalidade. No entanto, ainda que a urgência epidemiológica tenha cessado, muitas das questões trazidas por essa experiência-limite permaneceram, colocando em relevo temas importantes, como o lugar da ciência e do jornalismo em meio ao descrédito das instituições em contextos de recrudescimento da extrema-direita no país; os limites e potencialidades da ação humana e não-humana sobre o meio ambiente; o impacto das desigualdades sociais e do racismo na experiência de adoecimento; a natureza das relações entre ciência e política e o papel do poder público na gestão das crises sanitárias; a centralidade dos processos comunicacionais para o enfrentamento dos agravos, tendo em vista os desafios da infodemia, do negacionismo e da desinformação, entre outras questões relevantes. Algumas dessas temáticas que assumiram particular contundência durante a covid-19 já vinham sendo discutidas há décadas e permaneceram com extrema atualidade diante dos novos ou persistentes desafios enfrentados, entre os quais podemos citar a queda de cobertura vacinal no país, o agravamento da crise climática, a situação sanitária e territorial dos povos indígenas, a perspectiva de eclosão de novas pandemias, a complexificação do cenário comunicacional, entre outros.

Este conjunto de questões vem constituindo alguns dos eixos centrais de investigação do Grupo de *Pesquisa Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente*, surgido no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), o que reafirma a relevância desse espaço de reflexão e troca de saberes.

Criado em 1991 sob o nome *Pesquisa em Jornalismo Científico*, o grupo foi crescendo e aglutinando outros temas e abordagens, com sucessivas mudanças de nome e incorporação de novos integrantes, cumprindo sua vocação de espaço formador de jovens pesquisadores e de fortalecimento da pesquisa no campo. Nos congressos nacionais da Intercom, afirmou-se como um dos GPs que mais trabalhos vem recebendo, e acrescentou tijolos no muro do conhecimento dessa importante instituição de pesquisa. Os documentos disponibilizados no site da instituição (portalintercom.org.br) ou no do próprio GP (comsaudeambiente.wixsite.com/intercom) permitem acompanhar sua história e ver a relevância de suas contribuições através dos artigos produzidos desde 2000, representando importante acervo para preservação da memória do grupo e para a geração de conhecimento na área. Mantém-se, assim, fiel ao lema do GP, que entende que conhecimento, se não for dividido, não se multiplica.

Para comemorar os 30 anos do grupo - e também para encerrar a gestão da dupla Kátia Lerner e Arquimedes Personi - foi publicado, em 2020, o primeiro *e-book* contendo a produção de seus integrantes. Na oportunidade, em 11 capítulos, foram reunidas contribuições de diversas pessoas que, na trajetória deste coletivo, procuravam refletir sobre temas da saúde, meio ambiente e divulgação científica. O livro, com 450 páginas, está disponível para download gratuito no link (drive.google.com/file/d/1oAPrw_LZdnsJwnkKKHwV4hrnFreiLgSq/view).

Quatro anos após a realização desse primeiro produto, a atual gestão fez uma nova proposta: um e-book para congregar pesquisas que sublinham a urgência que a tríade saúde, meio ambiente e divulgação científica adquiriu nos últimos anos, em especial diante do referido contexto da pandemia de covid-19. Tal realização em alguma medida trouxe as marcas daquele momento, seja pela predominância de artigos que apresentam esse tema como mote, seja pela quantidade de

textos efetivamente escritos durante a pandemia, expressando o grande volume de produção acadêmica realizada no marco da crise sanitária. Por isso mesmo, também aporta os desafios e encaminhamentos particulares de então: a mudança de rumo de inúmeros pesquisadores que foram compelidos a abraçar novos temas e objetos associados à pandemia; a realização de atividades científicas sob novo modelo de organização, o distanciamento social, com a intensificação do uso de plataformas digitais para coleta de dados, orientação, apresentação oral em congressos, transformação do ambiente doméstico em espaço profissional e o incremento de trabalhos coletivos. Todo esse processo revelou o acirramento da presença dos dispositivos de comunicação e informação nas vidas privadas e profissionais e, em especial, nas rotinas de pesquisa. Essa obra descortina, assim, outra dimensão importante, que é a de registro de um momento histórico singular, dando a ver não apenas a covid-19, mas também o processo de midiaticização da ciência no contexto pandêmico.

Outro aspecto importante do livro é que a iniciativa celebra a gestão de Katarini Giroldo Miguel (UFMS) e Marcelo Robalinho (UFAL) (2022-2024) na coordenação do grupo nesse triênio. Trata-se de pesquisadores cuja trajetória acadêmica se entrelaça à do GP desde o início de sua pós-graduação, revelando os frutos desse espaço formador, sua pujança na construção coletiva do conhecimento e no fortalecimento dos estudos interdisciplinares da comunicação, saúde, divulgação científica e meio ambiente. Destaca-se, ainda, a importância de uma coordenação composta totalmente por pesquisadores originários de instituições do Centro-Oeste e Nordeste, a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul e a Universidade Federal de Alagoas, respectivamente, contribuindo para uma maior representatividade regional e o descentramento dos espaços tradicionais de poder localizados na região Sudeste.

Por fim, gostaríamos de manifestar nossa satisfação com essa “passagem de bastão” de pesquisadores mais experientes para as novas gerações que chegam para renovar o campo com o aporte de outros temas, perspectivas e articulações teórico- metodológicas; que agregam força e entusiasmo na construção de um espaço democrático e reflexivo, mantendo a tradição inclusiva do grupo; que combinam de modo preciso o rigor acadêmico com o afeto necessários na construção de um ambiente verdadeiramente profícuo e transformador.

***Kátia Lerner**, pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/Icict/Fiocruz).*

***Arquimedes Pessoni**, docente aposentado da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).*

SUMÁRIO

Apresentação

UMA PESQUISADORA, UM GRUPO, UM LIVRO: APRESENTAÇÃO EM TRÊS TRAJETÓRIAS

Katarini Miguel..... 12

Capítulo 1

A (IN)EXISTENTE CIDADE AMAZÔNICA DE RATANABÁ: O CAMPO CIENTÍFICO PRESENTE EM VÍDEOS EXPLICATIVO

Danielly Bezerra dos Santos, Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes.

..... 19

Capítulo 2

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM TEMPOS DE PANDEMIA: O CRESCIMENTO DO CANAL DO ATILA IAMARINO NO YOUTUBE

Jessica Cristina Corte, Taís Marina Tellaroli..... 40

Capítulo 3

O FACTUAL CIENTÍFICO É O MESMO FACTUAL DO JORNALISMO? UMA ANÁLISE DA COBERTURA SOBRE A COVID-19 NO DOMINGO ESPETACULAR E NO FANTÁSTICO

Rafael Martins Revadam, Karina Juliana Francisco, Simone Pallone de

Figueiredo..... 60

Capítulo 4

RELATO DE EXPERIÊNCIA: COMUNICANDO CIÊNCIA COM A PLATAFORMA JF© DE ACOMPANHAMENTO ESTATÍSTICO DA PANDEMIA DE COVID-19

Mônica Igreja do Prado 81

Capítulo 5

ENXAMES, IMUNIDADES: FUTUROS IMAGINADOS PELA FICÇÃO BRASILEIRA APÓS A PANDEMIA DE COVID-19

Juliana Krapp 103

Capítulo 6

QUANDO O OUTRO FALA POR SI: GRADIENTE DE PARTICIPAÇÃO POPULAR EM AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DA FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ EM TEMPOS DE EPIDEMIA

Luiza Gomes Henriques, Inesita Soares de Araujo. 123

Capítulo 7

PÂNICO E “GRIPEZINHA” NAS PÁGINAS DOS JORNAIS: SENTIDOS SOBRE A ESPANHOLA E A COVID-19

Radígia Santos de Oliveira, Izamara Bastos Machado 141

Capítulo 8

COMUNICAÇÃO E SAÚDE NA PREVENÇÃO AO SUICÍDIO: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA SETEMBRO AMARELO NO INSTAGRAM

Aponira Maria de Farias, Marcia Rodrigues Lisboa, Irene Rocha Kalil, Mariela Campos Rocha, Denise Nacif Pimenta..... 161

Capítulo 9

DOUTOR, O QUE FAÇO COM A DESINFORMAÇÃO? O MAL DO SÉCULO NA PERCEPÇÃO DE MÉDICOS

Pedro Henrique de Oliveira Macedo, Claudia Irene de Quadros, Chirlei Diana Kohls, Tatiana Dourado..... 185

Capítulo 10

A CIRCULAÇÃO DE DISCURSOS SOBRE COVID-19 NAS MÍDIAS SOCIAIS E O PAPEL DOS INFLUENCIADORES HUMORISTAS: UM ESTUDO DE CASO

Sheila Virgínia de Almeida Bahia, Maria Ligia Rangel Santos Ivanise Hilbig de Andrade 208

Capítulo 11

UM RETRATO DA PRODUÇÃO NOTICIOSA DA SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO DE ALAGOAS E DO PORTAL TNH1 SOBRE PANDEMIA DA COVID-19 (2020-2023)

Marcelo Robalinho..... 228

Capítulo 12

OS ECOS DIGITAIS DA CRISE AMBIENTAL: A AMAZÔNIA NO TWITTER DE JAIR BOLSONARO ENTRE 2019 E 2021

Juliana de Oliveira Vicentini, Luciana Miranda Costa, Lucas Rodrigues Félix..... 247

Capítulo 13

**VERDADES INCONVENIENTES:
OS DILEMAS DOS JORNALISTAS NA COBERTURA DOS
DESAFIOS SOCIOAMBIENTAIS DO SÉCULO XXI**

Agostinho Vieira 265

Capítulo 14

**INFLUÊNCIA DA COBERTURA INTERNACIONAL SOBRE
O PRIMEIRO ANO DA GUERRA ENTRE RÚSSIA E
UCRÂNIA NA REPRESENTAÇÃO DA ÁREA NUCLEAR NO
JORNALISMO BRASILEIRO**

Tariana Brocardo Machado 281

SOBRE OS AUTORES E AUTORAS

..... 297

APRESENTAÇÃO

UMA PESQUISADORA, UM GRUPO, UM LIVRO: APRESENTAÇÃO EM TRÊS TRAJETÓRIAS

Escrevo esta introdução tomada pela satisfação em coordenar um Grupo de Pesquisa de uma associação tão tradicional como a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – que integro regularmente desde o início do meu período como pesquisadora das questões socioambientais no Mestrado em Comunicação na Universidade Estadual Paulista, Unesp de Bauru, em 2007. Só não participei, apresentando minhas pesquisas com meus orientadores e, depois, com as minhas orientandas, quando estive em período de Doutorado Sanduíche, em 2013, na Universidade Complutense de Madri, e durante minha licença-maternidade, em 2018, quando ganhei minha Dora, já docente na graduação em Jornalismo e no programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Acompanhei tantas fases dos grupos e congressos, desconfiei muitas vezes da importância de um evento de tamanha dimensão e tradição, até entender o espaço inclusivo da Intercom para o debate acadêmico. Estava lá nas diversas mudanças de nomenclatura do nosso GP, incluindo a fatídica união com a temática esporte; até chegar na denominação que melhor nos representa e abarca nossa tríade de interesse: “divulgação científica, saúde e meio ambiente”. Conheci pesquisadores e pesquisadoras que me auxiliaram, me inspiraram, ajudaram a me formar como docente-pesquisadora. No risco de esquecer muita gente, ousou citar aqui Arquimedes Personi, Luciana Costa, Ricardo Alexino, Jane Mazzarino, Isaltina Gomes, Kátia Lerner. Esta última me passou a missão; me convenceu a tomar a frente do

GP que me iniciou nos congressos acadêmicos. Então, como vice do Arquimedes Personi, assumi uma primeira gestão (2019-2021) e pude liderar a atualização da ementa para o processo de reativagem dos GPs da Intercom, feita de forma colaborativa e concatenada aos problemas de pesquisa do nosso tempo. E, desde 2022, coordeno o grupo agora em parceria com o colega Marcelo Robalinho, que organiza esta obra junto comigo.

E neste preâmbulo, percebo que estive presente em mais da metade da trajetória deste GP de “Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente”, que soma 34 anos de atividades ininterruptas em todos os Congressos, com intensa participação de pesquisadoras, pesquisadores, docentes, estudantes de pós-graduação de diferentes localidades geográficas e instituições públicas e privadas, o que faz do GP um dos maiores em quantidade de trabalhos recebidos. Só em 2023, contabilizamos 92 submissões nas etapas remota e presencial. Longe de mim querer fazer desta escrita uma prestação de contas, mas importante frisar que nos impusemos algumas metas e trabalhos para além do Congresso Nacional, como os debates online e a aproximação entre os/as integrantes, a criação de um banco de pesquisadores/as, e mais uma obra coletiva¹, atravessada pela pandemia. Não podia ser diferente. A crise sanitária da covid-19 impactou diretamente nosso grupo, que se volta para questões de saúde e ciência, inevitavelmente inflamadas durante o contexto pandêmico. Além disso, as tensões que envolvem a divulgação científica e o declarado descrédito às instituições científicas e aos meios de comunicação; o negacionismo e a avalanche de desinformações nestes âmbitos, formataram um cenário de medo,

¹ O primeiro livro do GP foi lançado em 2020 “Meio Ambiente, Saúde e Divulgação Científica: questões comunicacionais”, já citado no prefácio pelos organizadores.

incertezas e crises que foram estudadas e debatidas de perto pelo nosso GP. Com isso, notamos a importância de demarcarmos essas pesquisas e contribuirmos para construção do conhecimento científico durante e no pós-pandemia, assim, propusemos a obra coletiva "**Desafios e Enfrentamentos da Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente em cenário de grandes crises**".

Lançamos a chamada no Congresso Nacional de 2023, em Belo Horizonte, e recebemos 27 propostas, o dobro do comportado pelo edital de publicação que concorremos. Fizemos então uma seleção dos manuscritos a partir de critérios mais rígidos como aderência e tradição no GP; pesquisa com resultados já manifestados e alguma originalidade, atualização dos dados e devida revisão do *paper*, conforme pareceres emitidos no processo para o Congresso Nacional, além de certo equilíbrio entre os temas que nos interessam - saúde, meio ambiente e ciência. Chegamos então a 14 trabalhos que refletem nossa produção e preocupação.

A obra busca um percurso equilibrado entre os três temas de interesse, mas ciente que não há divisão rígida, os intercruzamentos e atravessamentos das temáticas corroboram nossa coesão e coerência. Garantimos também na publicação uma certa pluralidade, diversidade de abordagens. Ainda assim, a pandemia dominou os trabalhos, dos 14, apenas quatro não trazem essa referência. Também contemplamos os diferentes estágios de pesquisa e titulações, firmando a marca do GP: o acolhimento e a troca de experiências entre novos/ as e veteranos/as pesquisadores/as. Eu que o diga.

Isso posto, abrimos o livro no escopo da Divulgação Científica com o artigo "A (in)existente cidade amazônica de Ratanabá: o campo científico presente em vídeos explicativos no YouTube" de uma decana do GP, Isaltina Gomes, e sua orientanda Danielly dos Santos (UFPE), que abordam o fenômeno das fontes científicas, e nem tanto, a partir

da análise de vídeos a respeito de uma polêmica cidade ficcional. Outra dupla de pesquisadoras, Taís Felon e Jéssica Corte (UFMS) também investigam vídeos no Youtube, mas de um cientista que virou celebridade durante a pandemia ao combater a desinformação, em “A divulgação científica em tempos de pandemia: o crescimento do canal do Atila Iamarino no Youtube”. Na sequência, o foco continua na produção científica audiovisual, mas dos programas dominicais para entender se a pandemia trouxe mudanças significativas na cobertura, em “O factual científico é o mesmo factual do jornalismo? Uma análise da cobertura sobre a covid-19 no Domingo Espetacular e no Fantástico”, do pesquisador Rafael Revadam com as pesquisadoras Karina Francisco e Simone de Figueiredo, todos da Unicamp. Mônica Prado, doutora pela Universidade de Lisboa, compartilha o relato de experiência “Comunicando ciência com a Plataforma JF© de acompanhamento estatístico da pandemia de covid-19”, para documentar essa prática de gestão de comunicação e realizar uma reflexão crítica sobre o acompanhamento de informações durante a crise sanitária. Fechamos o bloco com o ensaio “Enxames, imunidades: futuros imaginados pela ficção brasileira após a pandemia de covid-19”, da pesquisadora Juliana Krapp (Fiocruz). Ela examina os vestígios do entrelaçamento entre saúde e alteridade nas narrativas de duas obras de ficção contemporâneas “A extinção das abelhas”, de Natalia Polesso, e “Bugônia”, de Daniela Galera.

Na sequência, adentramos as preocupações da área específica da saúde, e trazemos pesquisadores e pesquisadoras da Fiocruz que não por acaso ocupam espaço significativo no nosso GP. Em “Quando o outro fala por si: Gradiente de participação popular em ações de comunicação da Fundação Oswaldo Cruz em tempos de epidemia”, Luiza Henriques e Inesita Araujo retomam os resultados de uma pesquisa de Mestrado que avaliou o grau de participação das populações de áreas periféricas em três epidemias ocorridas no século XXI: Dengue (2008-2009), Zika (2015-2016) e Covid-19 (2020-2021). Já Radígia Oliveira e

Izamara Machado trazem a comparação entre a cobertura jornalística da gripe espanhola e da covid-19 no Estadão e Diário de Pernambuco no artigo “Pânico e ‘gripezinha’ nas páginas dos jornais: sentidos sobre a espanhola e a covid-19”. Ainda da Fiocruz, mas tratando de outra epidemia, temos “Comunicação e saúde na prevenção ao suicídio: uma análise da campanha setembro amarelo no Instagram”, das autoras Aponira Farias, Márcia Lisboa, Irene Kalil, Mariela Rocha e Denise Pimenta. O estudo analisou a campanha da Associação Brasileira de Psiquiatria a partir das postagens no Instagram, na perspectiva transdisciplinar da Comunicação e Saúde, considerando a Política Nacional de Promoção à Saúde e da Política Nacional de Saúde Mental. Saindo da Fiocruz, temos a pesquisa de Cláudia Quadros, Chirlei Kohls, Pedro Macedo, todos da UFPR, e Tatiana Dourado (UFBA): “Doutor, o que faço com a desinformação? O mal do século na percepção de médicos”, que aponta as impressões dos profissionais sobre pacientes que pesquisam informações sobre saúde na internet. Sheila Bahia, Maria Santos e Ivanise Andrade (UFBA), discutem parte de uma tese de Doutorado em “A circulação de discursos sobre covid-19 nas mídias sociais e o papel dos influenciadores humoristas: um estudo de caso”, e evidenciam os fluxos discursivos sobre o novo coronavírus nas diferentes plataformas de redes sociais do influenciador digital Whindersson Nunes. Fechando o ciclo, nosso vice-coordenador, Marcelo Robalinho (UFAL), traz o paper “Um retrato da produção noticiosa da Secretaria de Saúde do estado de Alagoas e do portal TNH1 sobre pandemia da covid-19 (2020-2023)”, que busca examinar a cobertura da imprensa entre os meses de março de 2020 e fevereiro de 2023 na correlação com a comunicação governamental do estado no mesmo período da pandemia.

No domínio do meio ambiente, desfocando um pouco da pandemia que dominou os interesses, apresentamos o artigo “Os ecos digitais da crise ambiental: a Amazônia no Twitter de Jair Bolsonaro entre 2019 e 2021”, das pesquisadoras Luciana Costa, que também já assumiu

a coordenação do GP, Juliana Vicentini e do pesquisador Lucas Félix (UFRN). A pesquisa demonstra como a Amazônia foi tratada pelo político durante os três anos iniciais do seu mandato, evidenciando a negligência da pauta ambiental pelo mandatário em sua estratégia de geração de engajamento virtual. O pesquisador Agostinho Vieira (UFRJ) debate a hipótese de que a crise da indústria jornalística, o crescimento do negacionismo e da desinformação interferem no trabalho dos jornalistas especializados na cobertura ambiental em “Verdades inconvenientes: os dilemas dos jornalistas na cobertura dos desafios socioambientais do século XXI” e traz uma pergunta central: o jornalismo tem sido capaz de traduzir a urgência e a abrangência do momento em que vivemos? Ampliando a abordagem das tantas crises, fechamos o livro com a “Influência da cobertura internacional sobre o primeiro ano da guerra entre Rússia e Ucrânia na representação da área nuclear no jornalismo brasileiro”, pesquisa de Tariana Brocardo-Machado (USP), que mobiliza conceitos de comunicação pública e científica, jornalismo científico e percepção de risco para problematizar a significação ‘nuclear’, majoritariamente associada aos conflitos armados.

Por fim, em mais uma missão cumprida, ocupo o espaço para agradecer e fechar o ciclo da coordenação de um GP que resistiu e refletiu sobre as tantas crises. Não sem antes lembrar que organizamos este livro em um momento histórico e trágico, quando nos esforçamos para entender, provavelmente, a maior catástrofe climática do país, ocorrida no Rio Grande do Sul, em maio de 2024, o que amplia sobremaneira o sentido da crise e me afeta diretamente como pesquisadora. Curiosamente, uma constatação que fiz no primeiro artigo que publiquei no Congresso da Intercom, em 2007², “A expressão dos

² Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1143-1.pdf>. Acesso em 07 jun. 2024.

movimentos ambientais na atualidade: mídia, diversidade e igualdade”, ainda se faz atual e serve como alerta para a responsabilidade midiática em eventos como o colapso climático em RS: “A visão catastrófica é utilizada para chocar e sensibilizar, desprovida de explicações mais contundentes. O discurso do desenvolvimento sustentável serve para gerar um consenso, uma solidariedade internacional sobre os problemas ambientais, apagando a responsabilidade política” (Miguel, 2007, p. 7). Nesta esteira, está a urgência em continuar com pesquisas que possam transformar as realidades. Vida longa ao GP de Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente.

Boa leitura!

Katarini Miguel

*Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).
Bolsista de Pós-Doutorado Sênior do CNPq (FAAC-Unesp).
Coordenadora do GP “Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e
Meio Ambiente” da Intercom (2021-2024).*

CAPÍTULO 1

A (IN)EXISTENTE CIDADE AMAZÔNICA DE RATANABÁ: O CAMPO CIENTÍFICO PRESENTE EM VÍDEOS EXPLICATIVOS NO YOUTUBE

Danielly Bezerra dos Santos

Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes

Introdução

De modo mais particular, o período pandêmico da Covid-19 instaurou um novo estágio nos desafios contemporâneos que é a disseminação de informações falsas, com caráter negacionista frente às determinações da ciência, e ainda a produção intencional de desinformação com usos políticos (Oliveira, 2020). Em uma oposição diametral a este conjunto problemático, o jornalismo de referência no Brasil se colocou como instância defensora das evidências científicas a respeito do Coronavírus, dos consensos da comunidade científica internacional quanto à doença e às pesquisas científicas produzidas na academia brasileira - a

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) - Brasil.

This study was financed in part by the Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE) and Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) - Brazil.

serem em muito estimada as contribuições das universidades e institutos de pesquisa nacionais e que transcendem a factualidade das questões de saúde, e atuando como legitimadora de todo o discurso científico-acadêmico em consenso.

Com o entendimento de que a mídia profissional brasileira adotou um perfil de cobertura pró-ciência no contexto da Covid-19 (Almeida, 2020), a vivência de mais de três anos de um quadro excepcional, tal como ocorreu com a pandemia, mostrou o potencial de promover mudanças não apenas conjunturais no modelo de produção de notícias ou concepção de pautas. A inserção de fontes científicas, ao menos nas produções jornalísticas de alcance nacional (como o Jornal Nacional, da Rede Globo), podem produzir efeitos de contato com temáticas científicas e afetar a orientação e apreciação desse tipo de fonte por parte do público.

Em paralelo ao trabalho jornalístico dos grandes veículos de imprensa, de alcance nacional, se colocam as demais iniciativas e produções de conteúdo autônomas, como os já acomodados canais na rede de postagem de vídeos 'YouTube'. A plataforma, além de hospedar as próprias produções veiculadas pelas grandes empresas do jornalismo, é espaço amplo para as diversas possibilidades de produção audiovisual, nos mais diferentes nichos de interesse.

Em um movimento de relação com as pautas levantadas no âmbito do jornalismo profissional, e com os temas circulantes nas redes sociais, essas produções independentes podem se posicionar em concordância ou discordância com a narrativa estabelecida pelos grandes veículos, em virtude de sua autonomia sustentada na rede *online*. É em meio a essa liberdade que serão aqui pensados os usos e/ou menções às fontes científicas nesse espaço de produção independente.

Na esteira da demarcação da *expertise* como fator de legitima-

de, uma temática em particular atraiu atenção devido ao apelo e movimentação nas redes sociais. É o caso da existência ou não de uma cidade perdida no território da Amazônia denominada 'Ratanabá'. A polêmica ocupou as discussões no mês de junho de 2022, ao se tornarem conhecidas supostas imagens de uma espécie de expedição, comandada por um instituto de pesquisa, defendendo a existência de uma cidade subterrânea, desconhecida da população brasileira e da comunidade científica até então.

Com a intenção de uma entrada em um conjunto empírico para aprofundamento da discussão teórica, este trabalho apresenta uma análise sobre a presença e/ou ausência das fontes científicas a serem mencionadas (ou ignoradas) em vídeos coletados da rede YouTube, postados em julho de 2022 e coletados para esta análise. Atentamos para a recorrência científica/acadêmica como chancela nas produções independentes que comentam o surgimento da cidade 'Ratanabá' a partir de um viés informativo (porém não científico e oficial). Com este interesse principal, pretende-se observar os aspectos que se colocam entre a produção de conteúdo e o caráter informativo que intentam, considerando o campo científico (em ótica bourdieusiana) e sua forma de mobilização como supostos elementos de diferenciação e legitimidade dos vídeos produzidos.

A presença do campo científico

Partindo da experiência da pandemia de Covid-19, um cenário de excepcionalidade recente - onde as fontes e evidências científicas passaram a ocupar cada vez mais o noticiário cotidiano -, o campo científico se colocou como recurso de constante acionamento na produção de conteúdos informativos, sobretudo na dimensão do jornalismo hegemônico no País. Neste sentido, o campo científico é claramente interpretado como estrutura de validação de informações frente ao grande público,

constituindo um dos polos da versão da notícia ou história em questão (representando ora o argumento a ser defendido, ora a ser confrontado).

O caminho para o entendimento do aqui abordado campo científico diz respeito à linha teórica de Pierre Bourdieu (1930-2002) em sua conceituação sobre a formação de campos enquanto espaços sociológicos e as particularidades que se impõem a tais campos quando considerados os aspectos do exercício científico/acadêmico. Ao dedicar-se à definição da ciência inserida no desenho de sociedade que entendia como estruturado e estruturante, o sociólogo francês apontou para as nuances nas relações entre os diversos campos na vida comum e as disputas que se dão entre os próprios ocupantes de cada grupo, inclusive o científico/acadêmico.

A linha de pensamento bourdieusiano sustenta um conjunto de conceitos que se complementam na compreensão do que é a estrutura social, retomada necessária para o entendimento do valor e legitimidade científicos (seguindo a lógica desse mesmo pensamento geral). Para tanto, existe o ‘campo’ que é pensado em relação direta com o que o autor denomina ‘habitus’ e também ‘capital’, componentes que constituem a existência e o comportamento dos seres sociais. Na presente discussão, será focalizado apenas o conceito de campo a fim de que sejam compreendidas a valoração e a legitimidade da ciência a partir do acionamento (ou não) desse universo nos materiais analisados.

Segundo Bourdieu, o campo estrutura o *habitus* na medida em que o *habitus* é a base da compreensão que os indivíduos têm de suas próprias vidas. Assim sendo, ambos os conceitos se veem numa relação de condicionamento e construção cognitiva mútua, já que o *habitus* também acrescenta ao campo em sua constituição como mundo significativo (Bourdieu; Wacquant, 2005 *apud* Grenfell, 2018, p. 77). A ideia de campo precisa ser desenvolvida em alinhamento com a conceituação do *habitus* para compor o sentido bourdieusiano das relações sociais.

Sobre o entendimento de campo, Bourdieu afirma que analisar e compreender as interações entre os indivíduos suscita o olhar para o espaço social onde as relações acontecem, e analisar esse espaço é não apenas localizar o objeto da investigação em questão, mas olhar para a práticas geradoras de conhecimento anterior sobre o objeto investigado. São os espaços sociais renomeados pelo autor para constituição de sua teoria (Thiry-Cherques, 2006).

O campo seria o espaço simbólico que nunca é fixo (nem único e homogêneo em toda a sociedade), havendo possíveis relações de troca e interdependência entre diferentes campos existentes e, sendo múltiplos, os agentes podem ocupar posições em vários deles simultaneamente. O campo seria composto por forças opostas (quiasmáticas), como um campo magnético, o que justifica sua condição hierarquizada, com instituições e agentes dominantes, dotados de poder. Apesar das forças atuantes, o autor enxerga a capacidade de reação dos indivíduos pertencentes, não estando assujeitados às condições preexistentes no campo de origem. Bourdieu define que:

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças - há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias. (Bourdieu, 1997, p. 57)

O autor elaborou em sua teoria o campo do poder (i.e. um mundo social) que é composto por diversos campos simultaneamente - campos maiores que se dividem em subcampos. Eles seguem uma lógica geral do campo mais amplo, mas têm sua própria lógica, onde os agentes podem mover-se do maior para o subcampo. Exemplo desse desenho é o campo

da arte, que é dividido em microcampos ou subcampos, como a literatura, pintura, cinema dentre tantos outros.

Todo campo social é composto por ‘distinção’, lógicas de diferenciação que atuam fora e dentro do próprio campo. No caso do campo científico-acadêmico, os mecanismos de distinção se revelam quando da valoração entre o agrupamento das ciências exatas em detrimento das artes (enquanto campo de conhecimento). O campo científico é descrito por Bourdieu como:

[...] sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial. O que está em jogo especificamente nessa luta é o monopólio da autoridade científica definida, de maneira inseparável, como capacidade técnica e poder social; ou, se quisermos, o monopólio da competência científica, compreendida enquanto capacidade de falar e agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade), que é socialmente outorgada a um agente determinado (Bourdieu, 1983, p. 122-123).

Ao reafirmar o campo como um espaço de disputas, entende-se o campo científico como composto por práticas científicas interessadas, ou seja, subordinadas à lógica de não-motivação por valoração de capital ou reconhecimento.

O campo científico abriga duas espécies de capital científico: o capital de autoridade (propriamente dita, enquanto pesquisador) e um capital de poder sobre o mundo científico (através das ocupações burocráticas, como cargos administrativos, reitorias ou ministérios) (Bourdieu, 2001, p. 82). Como afirma Bourdieu:

Um cientista é a materialização de um campo científico e a suas estruturas cognitivas são homólogas à estrutura do campo e, por isso, constantemente ajustadas às expectativas inscritas no campo. [...] Em

suma, as normas só os condicionam porque eles se propõem a cumpri-las por um acto de conhecimento e reconhecimento prático que lhes confere eficácia (Bourdieu, 2001, p. 62).

Na esteira dessa concepção, o campo científico (ou universo científico/acadêmico) é composto por relações de poder internas que o organizam como microcosmo, tornando a ciência uma espécie de repartição que, através de sua própria lógica de elaboração da realidade e fenômenos do mundo, é legitimada a ditar o que é importante de ser considerado como valoroso e verdadeiro para a vida das pessoas. Com a autoridade de se impor como garantidora de fatos objetivos, é capaz - ou é tornada capaz pela validação da sociedade - de determinar quais verdades e práticas devem ser consideradas na vivência cotidiana e legal.

Com a chancela que o conhecimento e o *modus operandi* da ciência recebem da sociedade, um espaço de importância e de expectativa é desenhado, mantendo-se a legitimidade para garantir quais versões da realidade devem ser consideradas. Assim sendo, o conhecimento científico (técnico, especializado) passa a imperar como instância de referência para a ordem social comum.

Caminhando para além das disputas internas de posição e autoridade, íntimas da forma e ocupação das instituições de ensino e pesquisa (Bourdieu, 2013), o espaço midiático se torna preenchido pelas possibilidades de troca em uma relação de legitimidade mútua ou retroalimentada. Conferindo abertura à posição científica através do uso de fontes em conteúdos informativos, veículos garantem ou recebem uma espécie de autoridade epistêmica por associação; a visibilidade adquirida pelo campo científico é expandida para além dos limites espaciais acadêmicos chegando a uma diversidade de públicos, e o amparo das informações divulgadas com a 'chancela científica' tende a garantir maior confiabilidade.

No contexto dessas relações descritas, mais precisamente entre

jornalismo de referência e campo científico, segue também em aberto o espaço recebido pela ciência nas produções independentes, não-hegemônicas e circulantes majoritariamente no ambiente *web*. A exemplo do telejornalismo de transmissão nacional, os conteúdos (vídeos) que abastecem a rede YouTube podem apresentar acionamentos semelhantes.

A mobilização do campo científico nas narrativas explicativas, seja no jornalismo profissional ou nas experiências no YouTube pode, de igual modo, se fazer presente tanto na abordagem de temas estritamente científicos (tais como foi a cobertura da pandemia de Covid-19) quanto na consideração de temas que não dependem necessariamente de um parecer advindo da *expertise*. Em ambos os casos, o destaque da representação científica conferido a pesquisadores, cientistas ou universidades é um elemento de nítida observação nos tempos atuais.

Eventualmente, temas de grande apelo e repercussão podem suscitar posicionamentos científicos precisos e a expectativa movimentada produtores de conteúdo na busca por este tipo de resposta. Um desses acontecimentos foi a divulgação de uma suposta descoberta arqueológica que movimentou as redes sociais digitais em meados de 2022 (Vieira, 2022). Brasileiros interessados na controvérsia da cidade amazônica se somaram a especialistas e divulgadores científicos, e ambos os grupos comentaram amplamente o assunto na internet no período que se sucedeu à descoberta.

Ratanabá, a cidade perdida

Idealizado pela Associação Dakila Pesquisas, foi divulgado no início de junho de 2022 um pretenso estudo com o objetivo de comunicar a expedição no território da Amazônia realizada por pesquisadores envolvidos, com sobrevôo para escaneamento da floresta a partir de uso de laser (tecnologia LiDAR, ferramenta de investigação utilizada na

arqueologia) (Biernath, 2022). O núcleo da Dakila Pesquisas é definido como um *think tank* de ciência, tecnologia e inovações em que um grupo de cientistas é reunido com o objetivo de “investigar, catalogar e propagar conhecimento dele e de seus parceiros”, segundo descrito no site do grupo. O idealizador, Urandir Fernandes de Oliveira, que é filantropo e declarado como cientista, responde pela motivação do agrupamento e pelos diversos estudos coordenados a partir de suas agendas internas. Anteriormente, o líder foi também responsável pela divulgação de outras teorias divergentes do consenso científico, como a ‘terra côncava’. Os membros participantes, relatados como ‘centenas de milhares’ na aderência ao núcleo, não são mencionados nominalmente no site oficial. A classificação dos membros participantes como ‘pesquisadores’ advém de uma definição interna, proposta pelo grupo, embora não haja um repositório público com as credenciais dos envolvidos - especialmente em se tratando do estudo em questão.

Fundado em 1999 no Mato Grosso do Sul, o Dakila Pesquisas integra o chamado ‘Ecossistema Dakila’, uma *holding* empresarial envolvida em diversos segmentos do mercado (sem maiores detalhes no site oficial). Ali, a descrição pública inicial relata que “Por meio de Ciência, Tecnologia e Inovações (CT&I) se promovem deliberações acadêmicas de altíssimo nível sobre um sem-número de temas. As iniciativas de Urandir estão abarcadas em áreas temáticas que vão da aeroespacial até a arqueologia.”. O patrono dessa associação, apesar de apontado no site oficial como cientista, não tem cadastro na ‘Plataforma Lattes’, núcleo nacional, público e obrigatório de cadastro de pesquisadores brasileiros.

A suposta descoberta se refere a uma cidade antiga secreta até então chamada ‘Ratanabá’, que teria existido há 450 milhões de anos, e estaria localizada na Amazônia, de forma subterrânea e ligada a diversos pontos do planeta Terra através de túneis. Precisamente, a cidade perdida é descrita como avançada para sua época, localizada entre os estados

brasileiros do Amazonas e do Pará, e considerada a ‘capital do mundo’ de sua época segundo os participantes do “estudo”.

A civilização ‘Muril’ é apontada nessas versões como a civilização que construiu a cidade de Ratanabá e foi ainda a primeira civilização a ocupar a Terra, tendo sua origem datada em 600 milhões de anos atrás. O mesmo grupo teria sido responsável pela criação de uma rota de passagem entre o atual estado de São Paulo, no Brasil, e a costa do Peru (no oeste da América do Sul).

Nota-se a ausência de provas ou registros que possam corroborar a versão da existência da cidade de Ratanabá, somada à inconsistência dos períodos históricos desse acontecimento diante das evidências científicas quanto à própria formação do planeta Terra e à origem da vida (animal e vegetal). As evidências já consolidadas pela ciência apontam a extinção dos dinossauros datada em 65 milhões de anos atrás, e a espécie humana tendo sua origem há apenas 200 mil anos.

A cidade perdida seria, segundo a versão da Associação Dakila, a razão para o grande interesse internacional na região amazônica, onde estariam escondidos recursos naturais e registros da espécie humana. No entanto, o resultado divulgado pelo ‘estudo Dakila’ não está associado a outros experimentos ou estudos com respaldo científico, ou ainda a demais institutos e pesquisadores da área, constituindo-se como um conjunto único de afirmações sem amparo da comunidade científica nacional ou internacional e sem análise crítica do quadro de especialistas na academia.

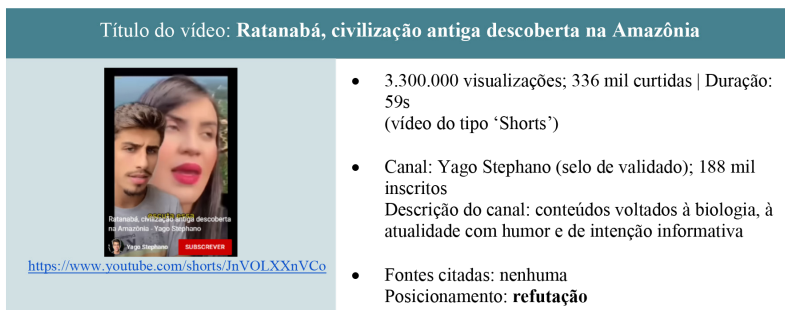
Em meio a esse cenário, a polêmica de Ratanabá despertou o interesse para ser tratada neste trabalho tendo o contexto de evidência científica como gancho. Para esta análise, foram coletados na rede YouTube os cinco principais vídeos com o tema ‘Ratanabá’ em seus títulos - não sendo considerados em função de uma matriz científica/acadêmica informativa

oficial, mas apenas segundo a lógica de reação à polêmica. A escolha se deu segundo a ordem de visualizações no ato da busca no site do YouTube através do login pessoal da primeira autora, sendo captados os vídeos com maiores visualizações no dia 05 de julho de 2022, com a sequência e lógica algorítmica organizadas pela própria rede, e constituindo conteúdos de natureza informativa e/ou crítica quanto à polêmica. Os procedimentos metodológicos adotados nesta análise compreenderam uma breve descrição do conteúdo e a análise descritiva das fontes citadas nas produções, com perspectiva qualitativa, para observação da presença ou ausência de menções à categoria científica-acadêmica por parte dos produtores de conteúdo, revelando, idealmente, a condição da valoração e legitimidade científicas nas produções informativas sobre a questão.

Ratanabá “vista” de perto

A organização das tabelas a seguir reúne os cinco vídeos escolhidos para esta análise (coletados segundo a ordem de apresentação da plataforma no ato da busca). Os conteúdos, acompanhados de suas principais informações, são analisados a partir de seu posicionamento de concordância ou refutação à tese de existência de Ratanabá e da possível relação entre este posicionamento e as fontes acionadas.

Figura 1: Dados agrupados do primeiro vídeo analisado nesta sequência




Fonte: elaboração das autoras, 2024.

O primeiro vídeo, no formato 'shorts' do YouTube, assemelha-se às produções na rede TikTok e apresenta comentários críticos a respeito dos dados elencados no vídeo de inspiração (vídeo em que a personagem feminina descreve e promove a descoberta da cidade perdida). Há o questionamento, por parte do *youtuber*, sobre a veracidade dos dados apresentados, mas sem o confronto com uso de evidências de pesquisa ou argumentos de outros cientistas sobre o caso.

O formato deste vídeo, de curta duração e de visualização em 'looping' favorece o número total de *views*. De postura humorística, o *youtuber* reage às falas sobre a existência de pirâmides na Amazônia e à formação dos continentes no planeta Terra gerada pelo 'grande dilúvio' bíblico. O vídeo se encerra sem o aprofundamento da questão de Ratanabá ou mesmo sobre a inconsistência dos argumentos, não mencionando qualquer fonte técnica-científica para amparar o comentário - um aspecto a ser entendido como possível padrão neste tipo de conteúdo, de duração mais curta e em formato de 'reação da reação'.

Figura 2: Dados agrupados do segundo vídeo analisado nesta sequência

Título do vídeo: RATANABÁ, A CIDADE PERDIDA DA AMAZÔNIA - Entenda o Caso	
 https://www.youtube.com/watch?v=IT9M-rlq5Vw	<ul style="list-style-type: none">• 2.955.337 visualizações; 331 mil curtidas Duração: 10min50s• Canal: Você Sabia? (validado); 43,1 milhões de inscritos Descrição do canal: conteúdos que exploram curiosidades, fatos interessantes e históricos, de intenção informativa• Fontes citadas: filosofia de Platão; cientistas e divulgadores científicos (sem figuras ou instituições em particular) Posicionamento: refutação

Fonte: elaboração das autoras, 2024.

Neste vídeo, os dois apresentadores iniciam a conversa introduzindo a polêmica e explicando os dados relatados no ‘estudo Dakila’. Com a exibição de imagens relacionadas ao tema, a narrativa do vídeo estabelece um diálogo entre os dados conhecidos do novo estudo versus as evidências científicas já consolidadas sobre a formação do planeta, confrontando e demonstrando a ausência de correlação entre os dois conjuntos de informação. Ao final, os apresentadores concluem não haver evidências (científicas) para a “versão Dakila” e definem a polêmica como mentira.

Ao longo do vídeo, são mencionados alguns atores representantes da ciência, como cientistas e pesquisadores de universidades brasileiras a fim de contrapor os dados da suposta descoberta, o que resulta numa linha de raciocínio que exhibe a falta de sustentação acadêmica do “estudo”, levantando um fato que ‘não pode ser científico’.


Ao mesmo tempo em que a inexistência de pesquisas complementares, especialmente científicas, é destacada pelos apresentadores, é fixada a refutação científica geral a essa suposta descoberta de Ratanabá. E apesar de não haver exibição de depoimentos, imagens ou conteúdo de cientistas no vídeo, os apresentadores dedicam um espaço importante na demarcação do reconhecimento científico como aspecto de chancela

na interpretação dos supostos dados sobre Ratanabá; é sustentado como palavra final que “segundo a ciência, é apenas uma lenda da internet”.

Neste espaço, o campo científico se manifesta enquanto condição de legitimidade primordial e se faz essencial para aceitação do fato como crível - tanto em termos da inexistência de estudos recentes sobre o tema ‘Ratanabá’ quanto pelo vasto conjunto de evidências que são desconsideradas na suposta descoberta. Embora não esteja sob esse holofote alguma instituição de pesquisa ou cientista em particular, o agrupamento geral ‘ciência’ apareceu como determinante nessa negação de versão.

Figura 3: Dados agrupados do terceiro vídeo analisado nesta sequência

Título do vídeo: Ratanabá, a cidade perdida na Amazônia e o Caminho de Peabiru



<https://www.youtube.com/watch?v=nr3DZwnj1ko>


- Visualizações não exibidas; 152 mil curtidas | Duração: 12min55s
- Canal: Fatos Desconhecidos (validado); 19 milhões de inscritos
Descrição do canal: conteúdos explicativos, com foco no conhecimento
- Fontes citadas: nomes, fotos e credenciais de pesquisadores (não pertencentes a Dakila); instituições nacionais; e demais dados científicos que pudessem se associar à versão original de existência de Ratanabá
Posicionamento: **pretensa imparcialidade**

Fonte: elaboração das autoras, 2024.

O terceiro vídeo faz uma descrição das principais informações sobre o caso - em especial, o ‘estudo Dakila’ e as intenções da investigação -, onde o apresentador expõe de modo não-depreciativo os dados reunidos pela equipe Dakila. A produção é composta por imagens divulgadas originalmente, com o complemento de outras imagens ilustrativas acrescentadas pela edição do próprio canal. Referindo-se aos idealizadores da descoberta como ‘historiadores e pesquisadores’, o apresentador comenta sobre as intenções da Dakila Pesquisas e o caráter engajado dos envolvidos nessa investigação.

O canal se coloca como orientado pela valorização da *expertise* e da informação sustentada por evidências, e a produção apresenta dados científicos e representantes da ciência no geral (pesquisadores e a universidade). Esse uso se faz presente para complementar a interpretação e construir sua narrativa em uma direção avaliativa ou pretensamente imparcial, colocando a polêmica como um mistério de mérito próprio a ser desvendado a partir das investigações seguintes, e onde o caso é apresentado como ‘uma versão da história’, possível tanto quanto outras versões defendidas.

Figura 4: Dados agrupados do quarto vídeo analisado nesta sequência

Título do vídeo: RATANABÁ, A CIDADE PERDIDA	
 https://www.youtube.com/watch?v=u56H5QehX9E	<ul style="list-style-type: none">• Visualizações não exibidas; 149 mil curtidas Duração: 20min24s• Canal: Rodrigo Silva Arqueologia (validado); 1,97 milhão de inscritos Descrição do canal: conteúdos religiosos, especificamente da Bíblia sagrada cristã, analisados sob o ponto de vista arqueológico, em uma interface entre o campo da arqueologia e da religião. Intenção informativa seguindo esta proposta• Fontes citadas: pesquisadores de programas de pós-graduação da USP (formação de origem do apresentador) e referências no campo da arqueologia; pesquisadores conhecidos do seu círculo de estudos anteriores (citados nominalmente); trechos bíblicos Posicionamento: refutação

Fonte: elaboração das autoras, 2024.

Neste quarto vídeo, apresentado pelo titular do canal, a existência de Ratanabá é abordada e discutida segundo as contradições entre os fatos arqueológicos já conhecidos e as supostas descobertas do grupo Dakila. O material, que não traz o complemento de demais efeitos visuais, é concentrado na fala do idealizador que, segurando uma Bíblia protestante, elabora uma explicação sobre a questão de um ponto de vista inicialmente técnico.

O apresentador deste quarto vídeo tem doutorado em arqueologia pela Universidade de São Paulo (USP), o que representa parte dos recursos da refutação trazidos por ele (originados de sua experiência como cientista em formação, estudos conhecidos, colegas e professores pesquisadores da temática e demais instituições que respondem pela área da arqueologia). Comentando sobre a ferramenta tecnológica utilizada no ‘estudo Dakila’, o apresentador mencionou ainda pesquisadores/arqueólogos (estrangeiros e da USP) a respeito de evidências divergentes, que se contrapõem à Ratanabá em particular. Tendo em vista sua formação acadêmica, lembrou as evidências científicas já consolidadas no campo acadêmico, de cidades e civilizações antigas, largamente conhecidas.


Em meio às explicações, criticou o sensacionalismo em torno da questão e teceu críticas particulares ao fundador do Ecosistema Dakila. A partir do conjunto de explicações, o apresentador nega a existência de Ratanabá e a possibilidade de verdade.

Um aspecto de destaque deste exemplo reside no fato de que apesar de ser doutor justamente na área em questão, o *youtuber* passa a apoiar suas explicações também em trechos e personagens bíblicos, estabelecendo uma correlação de factualidade entre os acontecimentos históricos descritos pela biologia, geologia e mesmo a arqueologia, e os episódios descritos na Bíblia cristã - a exemplo do dilúvio e a modificação da paisagem produzida a partir de então.

Embora o campo científico seja acionado nessa ‘contra-argumentação’ frente ao ‘estudo Dakila’, o aspecto religioso é prevalente nas explicações e no que se mostra como inspiração maior no trabalho desenvolvido pelo próprio canal. Sendo o ambiente científico-acadêmico um espaço de familiaridade e legitimidade garantidos a esse *youtuber*, é interessante observar a relação de sobreposição entre os dois campos distintos - o científico e o religioso - quando está em disputa um aspecto ou acontecimento sob o qual ambos têm versões a serem sustentadas. Neste

exemplo em particular, embora incipiente, resta a interpretação de que preceitos de convicções religiosas podem se impor como última palavra, mesmo que já haja evidências em outro campo divergente, como o científico; será a ciência, ela mesmo, a dimensão epistêmica ignorada frente a esse outro campo de impacto mais profundo.

Figura 5: Dados agrupados do quinto e último vídeo analisado nesta sequência

Título do vídeo: O que os cientistas descobriram até agora sobre Ratanabá, a cidade escondida na Amazônia	
 https://www.youtube.com/watch?v=pod04AoOnmY	<ul style="list-style-type: none">• Visualizações não exibidas; 86 mil curtidas Duração: 09min47s• Canal: Fatos Desconhecidos (validado); 19 milhões de inscritos Descrição do canal: conteúdos explicativos, com foco no conhecimento• Fontes citadas: pesquisadores e instituições científicas; evidências técnicas de negação da tese sustentada no 'estudo Dakila' Posicionamento: refutação

Fonte: elaboração das autoras, 2024.

No quinto e último exemplo analisado está uma segunda produção do canal 'Fatos Desconhecidos', publicada depois do primeiro vídeo sobre o assunto (neste texto, listado na posição 3). Aqui, a abordagem foi transformada em uma tomada de posição mais crítica em relação às supostas descobertas. O apresentador passa a relatar a inexistência de provas científicas sobre alguns dos aspectos do caso Ratanabá e levantar suspeitas sobre a inexistência da cidade.

Alguns aspectos particulares do campo científico são citados nesse segundo vídeo do canal, como a ausência de cadastro dos pesquisadores da Dakila na plataforma acadêmica 'Lattes' e de demais textos ou estudos científicos produzidos a esse respeito. Como sequência do primeiro vídeo, este segundo apresenta descrições atualizadas e informações complementares, com detalhamento das técnicas possíveis em uma investigação dessa natureza arqueológica.

Aqui, fica evidente uma refutação a partir de fontes e evidências científicas, relatando-se a ausência de vínculo com instituições científicas e pesquisadores conhecidos, e o destaque para a natureza da Dakila Pesquisas, que não é uma instituição científica consolidada. Este último ponto revelou uma orientação da produção do canal, preocupada com os efeitos de seu endosso inicial. No presente fechamento, o segundo vídeo pode ser entendido como uma espécie de retratação do vídeo anterior, uma vez que a ausência de comprovação ou consenso científico pode ter sido preponderante na elaboração de um conteúdo originado em um espaço (canal) que preze pela tecnicidade e comprovação científica.

Em síntese, foram registradas como fontes citadas nesse conjunto as credenciais de cientistas e divulgadores científicos, dados de produções acadêmicas verificadas, e instituições e universidades (como a USP, citada nominalmente). Considerando a natureza original das produções - de conteúdos não-técnicos -, a recorrência a fontes científicas (ou pelo menos as menções gerais à sua existência) se colocaram quase na totalidade dos exemplos, apontando para a importância do campo científico, mantido como recurso de autoridade e instância definitiva para garantir a verdade.

Considerações finais

Entendendo o contexto complexo da rede YouTube como recurso onipresente de comunicação atualmente (assim como tantas outras na internet), este texto se dedicou a uma breve sondagem sobre a mobilização de fontes científicas em conteúdos em vídeo cuja natureza se deu em produções independentes e não oficiais da ciência (institutos ou universidades). Após a análise da construção dos conteúdos e das menções à entidade da ciência, notou-se uma referenciação a este lugar como garantidor de legitimidade e autoridade para afirmação de fatos e acontecimentos, uma vez que a questão da existência da cidade de Ratanabá (e

a construção do suposto estudo) foram diretamente refutados a partir da falta de amparo no conhecimento e dados científicos consolidados, aqui defendidos por figuras externas à institucionalidade acadêmica. Essa visada, embora incipiente, reafirma a perspectiva sobre o fato de o campo científico ainda ser garantidor de certezas em meio à complexidade atual de questionamento de sua autoridade epistêmica partindo de plataformas e grupos não propriamente pertencentes ao meio científico.

É importante, ainda, observar quais as relações entre as produções hegemônicas, do jornalismo de referência, e as replicações ou transições desse modelo associado aos campos jornalístico/noticioso e científico, sendo absorvidos por núcleos de produção de conteúdos informativos independentes ou possivelmente não-jornalísticos. Questão está relacionada diretamente com a pretensa democratização do compartilhamento dos conteúdos (autorais, independentes) que acarreta em problemas como a confiabilidade das informações disponibilizadas na plataforma, sem monitoramento ou espécie de checagem superiores.

A rede YouTube concentra hoje um volume fabuloso de informações no formato audiovisual, e o coloca (especialmente tratando de vídeos de natureza informativa) como uma extensão da televisão, com uma aproximação ao jornalismo de referência no uso de determinadas fontes para produção de material entendido pelo público como qualificado. As relações entre as novas formas de consumo de conteúdos informativos parecem não estar dissociadas de uma demanda por um conjunto qualificado de informações sustentadas pela técnica e *expertise* através do campo científico.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Carla da Silva. “Make science great again? O impacto da Covid-19 na percepção pública da ciência”. **Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social, Reflexões na Pandemia**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 1-24, 07 maio 2020. Disponível em: <https://www.reflexpandemia.org/texto-14>.

BIERNATH, André. Ratanabá: arqueólogo explica por que lenda de 'cidade perdida na Amazônia' não faz sentido. **BBC News Brasil**, Londres, 15 jun. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61803303>. Acesso em: 20 jul. 2022.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 122-155.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BOURDIEU, Pierre. **Para uma sociologia da ciência**. Lisboa: Edições 70, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Homo academicus**. Tradução: Ione Ribeiro Valle, Nilton Valle. Florianópolis: Ed. UFSC, 2013.

GRENFELL, Michael. **Pierre Bourdieu: conceitos fundamentais**. Tradução: Fábio Ribeiro. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

OLIVEIRA, Thaianne. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 21-35, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://shre.ink/Unisinos>. Acesso em: 19 jul. 2022.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Pierre Bourdieu: a teoria na

prática. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 27-53, fev. 2006. Disponível em: <https://shre.ink/PierreBourdieu>. Acesso em: 10 dez. 2023.

VIEIRA, Laura. Ratanabá: teoria infundada de cidade perdida na Amazônia viraliza. **O Povo online**, Ceará, 12 jun. 2022. Disponível em: <https://shre.ink/OPovo>. Acesso em: 19 jul. 2022.

CAPÍTULO 2

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM TEMPOS DE PANDEMIA: O CRESCIMENTO DO CANAL DO ATILA IAMARINO NO YOUTUBE

*Jessica Cristina Corte
Taís Marina Tellaroli*

Introdução

A ciência possui um papel fundamental no desenvolvimento social e econômico de um país, a divulgação do conhecimento científico torna-se fundamental para que a sociedade participe de temas que afetam o interesse público. O surgimento das plataformas digitais alterou a forma como as pessoas se comunicam e se relacionam, a plataforma *on-line* de *streaming* de vídeos gratuitos YouTube proporcionou um ambiente promissor para que produtores independentes criassem conteúdos e atraíssem um grande número de usuários em torno de temáticas aparentemente sem grandes interesses. A popularização do YouTube para produção de conteúdos educativos, além de ser a maior e mais conhecida plataforma de compartilhamento de vídeos *on-line*, deve-se a sua facilidade de acesso e disponibilidade, posto que não é cobrado nenhum valor para se compartilhar ou assistir aos vídeos.

Há inúmeros canais dedicados a essa temática. Alguns chegam a atrair milhares de usuários, engajando-os em torno de um assunto que com frequência é visto como hermético e que tem pouco impacto social. Os YouTubers têm utilizado todos os recursos dessa pla-

taforma para mostrar o contrário: a ciência faz parte do cotidiano e afeta a qualidade de vida das pessoas (Carvalho, 2016, p. 11).

Canais de divulgação científica são de extrema importância social, pois à medida que se conhece e entende o que é realizado nas pesquisas, as pessoas têm a possibilidade de compreender melhor a relação que seu desenvolvimento tem com a ciência. Para Bueno (1985, p. 19), a divulgação científica “pressupõe um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência”.

Mesmo diante de todas as suas possibilidades de desenvolvimento e importância, a ciência no Brasil viveu durante a pandemia de Covid-19 um período crítico em que a desvalorização por parte das autoridades governamentais se refletiu não só nos cortes orçamentais para investimento em pesquisas, mas também no discurso obscurantista que negou a relevância e até os estudos científicos. A agência de checagem “Aos Fatos” apurou que após seis meses da decretação da pandemia em 11 de março de 2020, Jair Bolsonaro, então presidente do Brasil, “deu 653 declarações falsas ou distorcidas sobre o novo coronavírus ou medidas adotadas pelo governo brasileiro no combate à infecção”. Um outro estudo realizado por Mota *et al.* (2023) no período de julho de 2020 a janeiro de 2021, analisou dez pronunciamentos de Bolsonaro sobre as vacinas de covid-19 realizados em redes sociais pessoais (40%), eventos oficiais do governo (20%) e entrevista (40%), notando “o predomínio das informações enganosas e manipuladas, que apresentam em comum a característica de uma veracidade parcial, cujo uso descontextualizado, seletivo ou equivocado é feito com a intenção de enquadrar uma questão, enganar ou confundir” (Mota *et al.*, 2023, p. 324).

Em julho de 2019, a principal agência de fomento à pesquisa científica do país – CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Cien-

tífico e Tecnológico) – sofreu um corte orçamentário de 41,9% valor divulgado pelo Ministério da Economia, o que significou cortes diretos das bolsas de estudo para alunos de pós-graduação e conseqüentemente a interrupção de pesquisas científicas em todo o país.

Já a desvalorização nos discursos ocorre em uma onda de “opinionismo”. Em meio à pandemia em 2020, o Brasil viveu sob a ignorância de um triunfo do negacionismo que dominou e ainda domina as mídias, contrariando a ciência e amenizando a gravidade que foi a crise sanitária citada. Enquanto cientistas alertavam sobre a catástrofe que o país passaria se não fossem realizadas as medidas de distanciamento social, o ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, chamou a covid-19, no dia 24 de março de 2020, de uma “gripezinha”. Diante desse cenário, cientistas, médicos e especialistas encontraram nas redes sociais uma possibilidade para alertar e esclarecer os desafios que seriam vivenciados diante do vírus.

Esse é o caso do biólogo e pesquisador brasileiro Atila Iamarino, doutor em virologia e divulgador científico, que, através do seu canal pessoal do YouTube, publicou ainda em janeiro de 2020 um vídeo explicando sobre o coronavírus e o quão preocupante ele era. Em um governo marcado pelo negacionismo da ciência, a publicação do biólogo ganhou repercussão, suas previsões estavam certas e um cientista ganhou os holofotes.

Sendo assim, este estudo apresenta, a partir de uma pesquisa exploratória do canal Átila Iamarino, qual a importância dos debates científicos para a valorização da ciência. Tendo isso em mente, a análise foi feita com o propósito de verificar os mecanismos que o canal ativou, a fim de oferecer conteúdo científico para o público em meio à pandemia e a forma que a ciência encontrou para divulgar e disseminar seus estudos em um período marcado pela desinformação e circulação de informações falsas.

O trabalho se divide em quatro seções sendo que, em um primeiro momento, foi realizada uma síntese da presença da divulgação científica no YouTube; em seguida a metodologia para explicar o método escolhido e como se executou a análise; a apresentação de dados de um canal científico gerando debate e informação em meio a uma pandemia. Por fim, as análises sobre os dados e considerações finais. O artigo coletou informações do site especializado em análise de canais em mídias digitais, *Social Blade*, que permitiu a observação dos dados de crescimento do canal referente aos meses de janeiro, fevereiro e março de 2020 e uma atualização realizada em 2023.

A divulgação científica no Youtube, desinformação e o desafio da ciência

A importância da divulgação científica está em comunicar as descobertas e pesquisas, proporcionando à população uma aproximação aos debates e conteúdos produzidos. Nesse contexto, segundo Bueno (2010, p. 8), a divulgação científica deve “abrir espaço para aproximação e diálogo e, inclusive, convocar pessoas para debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e democracia”, sendo necessária uma linguagem inclusiva, que permita ao cidadão leigo compreender o que está sendo pesquisado.

Assim, pode-se compreender que a divulgação científica permite a popularização da ciência através da utilização de técnicas e mecanismos comunicativos de tecnologia e informação. Utilizando do potencial que as redes sociais têm de fomentar, e a possibilidade de trocas de informação, conhecimento e socialização, a divulgação científica no ambiente digital promove uma nova cultura científica em que o diálogo com a população ocorre facilitada pelos meios tecnológicos.

O YouTube possibilita o uso de recursos narrativos e

visuais para atrair a atenção do público em torno de várias temáticas, até mesmo daquelas que, aparentemente, podem não ter tanto apelo, como a ciência. Em geral as pessoas associam a pesquisa científica com a ideia de algo “complicado”, “difícil” e “distante da sua realidade”. Entretanto, os números mostram que, se a ciência for trabalhada com formato e abordagem adequados, há um grande público interessado nesse tema (Carvalho, 2016, p. 2).

Através de recursos audiovisuais como animações, cortes, sobreposição de imagens e dos efeitos de sonoplastia na edição, o uso da plataforma do YouTube por divulgadores científicos possibilita a disseminação de um conteúdo mais atrativo, o que o torna mais receptivo para o público. Não é possível afirmar que esses mecanismos tornarão o conhecimento mais democrático, mas são evidentes as possibilidades de aproximação nas formas como o público recebe e interpreta essa mensagem.

A comunicação da ciência exige um processo que envolve diferentes grupos e estratégias diferenciadas. Não podemos afirmar que a divulgação científica é solução exclusiva da falta de complexização e democratização do conhecimento científico, mas acreditamos ser um passo válido na aproximação entre os diversos modos de ver, conhecer e entender o mundo (Reale; Martyniuk, 2016, p. 5).

O acesso a esse conhecimento possibilita para a sociedade compreender melhor o mundo e, assim, alterar suas percepções e comportamentos. Quando o cidadão entende a presença da ciência em seu cotidiano, ele compreende a importância e como a pesquisa científica afeta a sua vida, como na elaboração de um novo medicamento, nas criações tecnológicas ou no conhecimento do ser humano e da realidade em que vivemos (Oliveira; Silveira, 2013).

A utilização do YouTube para estudos, conhecimentos e forma-

ção de conceitos faz parte, segundo Quintanilha (2017), da vida de grande parte das pessoas que nasceram em meio às tecnologias depois dos anos 1990. Outro ponto importante, segundo o autor, é a facilidade que a utilização dessa plataforma proporciona, por ser necessário apenas estar conectado, tornando-se uma “estratégia altamente viável para qualquer instituição de ensino e para qualquer professor que queira dar um passo na direção da aproximação com seu alunado” (Quintanilha, 2017 p. 5).

Nesse contexto, o YouTube possibilita modificar o pensamento de que a ciência é algo distante e que, para sua compreensão, é necessário um grau de genialidade que fica restrito aos meios acadêmicos. A liberdade e recursos que a plataforma possibilita permitem a elaboração de conteúdos que gerem participação, engajamento e propagação. Esses mecanismos narrativos são utilizados por inúmeros canais destinados à divulgação científica, entre eles, o canal Atila Iamarino, que foi selecionado para análise neste trabalho por apresentar estruturas de abordagens científicas diferenciadas.

A população se inseriu rapidamente nas redes sociais como Facebook, YouTube, Instagram e Tik Tok durante a pandemia fazendo destes ambientes umas das principais formas de consumo de informações e notícias sobre todos os temas. Com o “fique em casa” a sociedade viveu uma “infodemia”, ou seja,

[...] 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 (OMS, 2020).

E sobre a covid-19 inúmeras informações falsas circularam nas re-

des ganhando espaço até hoje, mesmo com todas as contestações e esforços dos órgãos de saúde. O dicionário dos negacionismos no Brasil, no verbete “Vacina”, Couto (2022, p. 347) aponta que na época houve a “ineficiência do governo federal nas contratações de vacinas, a ausência de coordenação para um plano nacional, a antipropaganda e o negacionismo do presidente Bolsonaro”, trazendo prejuízos à credibilidade das vacinas e do Programa Nacional de Imunização reconhecido mundialmente. Conforme as desinformações circulavam, geravam engajamento e ampliavam seu alcance causando uma crise de confiança na ciência e em dados científicos. Prado (2022, p. 34) aponta que os algoritmos regulam a rede atrapalhando o livre fluxo informacional. A autora explica que:

Na cibercultura compartilhada, as pessoas conectadas em rede escolhem quem seguir, reagem favoritando ou banindo comportamentos e produtos personalizam também o que querem consumir. Por corolário, reforçam posicionamentos e opiniões. As escolhas feitas pelos internautas, por sua vez, geram dados e metadados que informam sucessivamente os algoritmos e os ajudam a formar as bolhas em que se inserem as pessoas. Saber ao certo dar sentido aos dados é tarefa cada vez mais imprescindível.

Fisher (2023, p. 27) aponta que as plataformas digitais que passam a contar com ação de algoritmos identificam preferências e acabam impulsionando teorias da conspiração devido ao engajamento. “As plataformas sociais traziam à tona todo o conteúdo que seus sistemas automatizados concluíssem que ia maximizar a movimentação dos usuários na internet, o que fazia a empresa vender mais anúncios”.

Essa circulação de conteúdos e perfis que buscam cliques, a partir de conteúdos duvidosos nas plataformas, estão também os divulgadores científicos e profissionais que agem como uma corrente que visa ser um contrafluxo desinformativo a fim de esclarecer e elucidar dúvidas e sobretudo desmentir informações falsas. É fundamental que essas pessoas

povoem as redes com conteúdos explicativos a fim de promover opções e volume de informações verdadeiras. Nesse contexto, inserem-se pessoas como Atila Iamarino, que continua atuando como divulgador científico mesmo com o fim da pandemia.

Metodologia

Para a análise do canal no YouTube do biólogo Atila Iamarino, utilizou-se como metodologia a pesquisa exploratória com o objetivo de compreender a divulgação científica e sua importância durante a pandemia do coronavírus no Brasil no período de janeiro a março de 2020.

Com a finalidade de fornecer informações que ampliam a familiaridade com o problema de pesquisa construindo novas hipóteses, a pesquisa exploratória envolve a análise de exemplos que estimulam a compreensão.

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados (Gil, 2008, p. 27).

Os meses escolhidos para a análise – janeiro, fevereiro e março de 2020 – justificam-se a fim de compreender as proporções que o canal tomou após sua primeira publicação de vídeo sobre o coronavírus em janeiro. Além disso, foi realizada uma atualização de dados em dezembro de 2023 apontando nos anos subsequentes (2021, 2022 e 2023) como foi o crescimento do canal.

No que se refere aos procedimentos técnicos, foi utilizada na pesquisa, como técnica de análise, a observação dos dados retirados da plataforma *Social Blade*, um site gratuito que rastreia estatísticas de mídias sociais, informando o crescimento em inscritos e visualizações dos vídeos do canal.

Na pesquisa foi realizado um levantamento de dados de audiência e crescimento do canal sobre um total de nove vídeos que foram publicados entre os meses de análise, a fim de investigar a recepção e a popularização desse material na plataforma do YouTube. A proposta visa compreender a importância da divulgação científica em tempos de negacionismo da ciência e disseminação de desinformação.

O canal do Átila Iamarino e a pandemia de Covid-19

Átila Iamarino é biólogo e pesquisador brasileiro; especializado em virologia, passou a se dedicar exclusivamente à divulgação científica em 2015 através do canal do YouTube Nerdologia, que conta também com a apresentação do historiador Felipe Figueiredo. Além deste canal, o biólogo é youtuber em seu canal pessoal Átila Iamarino onde, desde agosto de 2019, disponibiliza vídeos ligados à ciência e tecnologia. Em 2019, contava com mais de um milhão de inscritos e no fim de 2023 com 1,61 milhões.

Em janeiro de 2020, quando pouco se falava no Brasil sobre a pandemia do coronavírus, o biólogo disponibilizou, em 31 de janeiro, um vídeo com o título “E se o coronavírus chegar no Brasil?”. Na época, o canal apresentava 176 mil inscritos, como mostra a **Figura 1**, e a semana em que o biólogo postou o vídeo teve um crescimento de 10 mil inscritos entre os dias 27 de janeiro a 3 de fevereiro de 2020, como indica a **Figura 2**.

Figura 1: Total de inscritos no canal pessoal de Atila Iamarino em fevereiro de 2020



Fonte: Social Blade.

Figura 2: Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 27/01/2020 a 03/02/2020



Fonte: Social Blade.

O segundo vídeo sobre o coronavírus foi postado no canal do biólogo no dia 26 de fevereiro de 2020 com o título “Primeiro caso no Brasil #FiqueEmCasa” e foi feito no formato *live* com duração de 1 hora e 10 minutos. Nele, Atila falou sobre o primeiro caso confirmado no Brasil e quais seriam os próximos passos. No mês de fevereiro de 2020, o canal terminou com 211 mil inscritos e um total de 12 mil inscritos a mais na semana em que o segundo vídeo foi postado. No dia 04 de março de 2020, o biólogo fez sua segunda *live* informando atualizações sobre a circulação do vírus, com o título “Coronavírus não é arma biológica #FiqueEmCasa”. Nessa semana, o canal apresentou um cres-

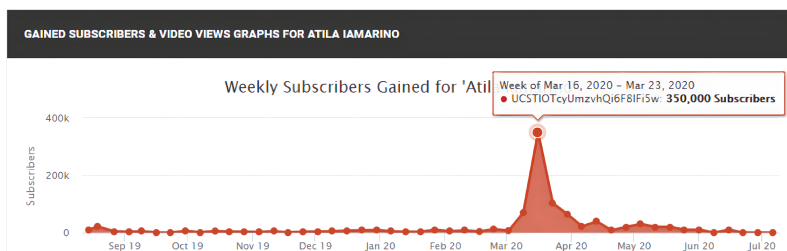
cimento semanal de 7 mil inscritos e o número de casos confirmados nesse mesmo período no Brasil chegaram a 25, segundo o site oficial do governo sobre o novo coronavírus.

Em 11 de março de 2020, Atila fez, em seu canal, a terceira *live* com o título “OMS declara pandemia #FiqueEmCasa”. Na época, o Brasil registrava 52 casos já confirmados e o canal Atila Iamarino registrou, na semana entre os dias 09 a 16 de março, um crescimento de 70 mil novos inscritos.

Nessa mesma semana, Distrito Federal e São Paulo estabeleceram medidas de isolamento social e, no dia 15 de março de 2020, dois dias antes da primeira morte confirmada no Brasil, o biólogo publicou um vídeo com o título “Por que o coronavírus pode parar a sua vida? #FiqueEmCasa”, detalhando a importância de se fecharem escolas e locais de grande circulação para proteger vidas.

Nos dias seguintes, entre 16 e 23 de março de 2020, foi marcado o maior índice de assinantes no canal Atila Iamarino. Como mostra a **Figura 3**, foram 350 mil novos inscritos e o biólogo publicou três novos vídeos. O primeiro foi uma *live* no dia 18 de março de 2020 com o título “Como a pandemia pode acontecer no Brasil #FiqueEmCasa”; no dia 20 de março de 2020, outra com o título “O que o Brasil precisa fazer nos próximos dias #FiqueEmCasa” e por fim, no dia 22 de março de 2020, a *live* “Por que é importante ficar em casa? #FiqueEmCasa”. Nesse momento, o Brasil já apresentava 1.891 casos confirmados e 34 mortes pelo coronavírus.

Figura 3: Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 16/03/2020 a 23/03/2020



Fonte: *Social Blade*.

Após vários Estados no País aderirem à quarentena, o ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, no dia 24 de março de 2020, fez um pronunciamento na TV pedindo a “volta à normalidade” e o fim do confinamento, contrariando especialistas e culpando os meios de comunicação de espalharem uma sensação de “pavor”. Em meio à pandemia, o governo ainda reduziu mecanismos de financiamento de pesquisas e excluiu as ciências humanas das prioridades de projetos de pesquisa.

No dia 28 de março de 2020, o Brasil ultrapassou a marca de 100 mortes pelo vírus, registrando 114 no total. Nesse dia, Atila divulgou um vídeo com o título “A situação do Brasil pode ser melhor #FiquemEm-Casa”, em que explicava que países como o Brasil, que iniciavam com antecedência as medidas de distanciamento social, poderiam salvar mais vidas. Nessa última semana do mês de março, o canal Atila Iamarino conseguiu 103 mil novos inscritos e terminou o mês com uma marca de 873 mil inscritos.

Pontua-se ainda, no dia 30 de março de 2020, a participação do Atila no programa “Roda Viva”, da TV Cultura, cuja audiência foi a maior desde a entrevista com o então presidente Jair Bolsonaro em 2018, batendo o recorde do ano. No YouTube, foram mais de 3,7 milhões de visualizações em uma entrevista que durou 1 hora e 31 minutos,

em que o biólogo enfatizou a importância da ciência em meio ao anúncio de cortes de verbas para pesquisas diante de uma pandemia.

A Ciência no palco

Diante dos dados levantados pelo site *Social Blade*, foi possível perceber a relevância que o canal Atila Iamarino foi ganhando à medida que a repercussão sobre os casos de coronavírus aumentavam no Brasil. No mês de janeiro de 2020, quando ainda não havia casos registrados no país, o nome Atila Iamarino ainda era pouco conhecido e suas previsões pareciam distantes ou até ilusórias. À medida que seu discurso ia se construindo e o cenário da pandemia ganhava forma no Brasil, seu nome se tornava mais conhecido, transformando-se em uma fonte especializada que contrapunha o discurso governamental.

Observa-se que em fevereiro de 2020, quando o Brasil confirmou o primeiro caso de coronavírus, o canal Atila Iamarino apresentava um crescimento linear, foram 35 mil inscritos a mais em relação ao mês anterior, um crescimento de aproximadamente 19,8%. Desde seu primeiro vídeo sobre o vírus, o biólogo já utilizava a hashtag “#FiqueEmCasa”, indicando que ficar em casa e se distanciar socialmente seriam soluções para barrar o avanço do vírus e, a partir dessas ações, foi ganhando voz e conhecimento.

Como apontado, o mês de março de 2020 foi marcado pelo início das restrições. Conforme as notícias sobre o aumento dos casos eram anunciadas e a população começava a entender o que estava acontecendo, Atila continuava a postar seus vídeos e o número de inscritos em seu canal começou a crescer de forma exponencial. Com um jeito simples e bem didático de falar, Atila adotou uma postura séria passando a comunicar apresentando dados divulgados pela Organização Mundial da Saúde.

de, previsões baseadas em estatísticas, tabelas e desenhos para reafirmar suas explicações.

Na semana dos dias 16 a 23 de março de 2020 (semana que se iniciaram as medidas de isolamento social), o canal atingiu o maior índice de inscritos semanais desde a sua criação, foram 350 mil novos inscritos e o mês de março terminou com 662 mil inscritos a mais em relação ao mês de fevereiro, um crescimento de aproximadamente 313,7%.

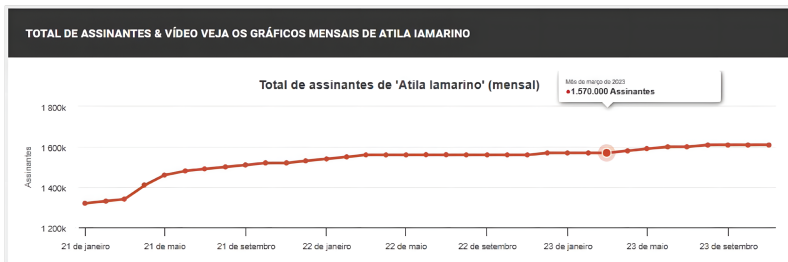
Conforme observado nos dados apresentados, enquanto os casos do novo coronavírus aumentavam no Brasil, a procura por informações sobre o assunto crescia e o nome Atila Iamarino ganhava espaço. É possível afirmar que o salto no número de inscritos no mês de março teve relação com o avanço da pandemia no país e com os vídeos no formato *live*. Nas *lives* realizadas nos dias 18 e 22 de março de 2020, os internautas participaram pelo chat com perguntas respondidas pelo Atila em tempo real, garantindo credibilidade por ser um especialista na voz de comando. Apenas no dia 20/03 o chat foi fechado para perguntas e comentários. Atila diz: “desativei o chat, desativei tudo aqui porque o papo é reto hoje, e são números reais”. As *lives* supracitadas começam com uma apresentação curricular e depois os assuntos são colocados em tópicos e divididos por cores para orientar o público.

Ressalta-se que depois do discurso em TV aberta do presidente Jair Bolsonaro no dia 24 de março de 2020, contrariando especialistas e pedindo a volta à normalidade, Atila Iamarino ocupou a cadeira de centro no programa Roda Viva da TV Cultura no dia 30 de março de 2020, protagonizando um momento único em que o debate científico tomava conta do espaço e dominava as mídias e redes sociais.

Durante a pandemia em que as pessoas ficaram em casa e viveram momentos de insegurança informacional, o crescimento do canal atrelado à produção de conteúdo indicou a urgência desse tipo de produ-

ção no YouTube. Em março de 2021, o canal contava com 1.340.000 inscritos, em março de 2022 eram 1.560.000 e em março de 2023: 1.570.000, como mostra a **Figura 4**. Os dados revelam que houve crescimento anual do canal, mas de forma linear, diferentemente das registradas no início da pandemia.

Figura 4: Total de 1.570.000 inscritos no Canal Atila Iamarino em março de 2023



Fonte: *Social Blade*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados levantados, observou-se que o canal Atila Iamarino foi, durante os primeiros meses de pandemia no Brasil, uma referência para quem buscava informações e conhecimento sobre o que se passava. Diante de um assunto tão importante e preocupante, informar-se através de pessoas que sejam especialistas e que possuam autoridade sobre o que falam porque pesquisam o assunto é a melhor maneira de se obter o conhecimento.

No caso do canal Atila Iamarino, foi possível perceber que os conteúdos com temáticas referentes ao novo coronavírus foram os mais vistos, sendo que as *lives* eram feitas para aprofundar os debates com um tom mais didático. A sua formação acadêmica dava ênfase ao seu nome o que reforçava o seu discurso e o diferenciava dos demais divulgadores.

Além da análise de dados realizada, o estudo apresentou o porquê da importância de tornar o conhecimento acessível e de interesse público, sabendo ser ele o responsável por permitir que o cidadão, conforme Shen (1975, p. 265), possa “tornar-se mais informado sobre a ciência e as questões relacionadas a ela, [...] desta forma, participar mais intensamente no processo democrático de uma sociedade crescentemente tecnológica”.

O canal do biólogo se tornou uma fonte fácil e confiável para quem buscava informações sobre a pandemia, tornando o campo da ciência em meio a uma disputa por “autoridade”, um meio de grande visibilidade e repercussão. Sendo assim, a divulgação científica assegura o diálogo entre os pares, público e comunidade científica, possibilitando a comunicação para a população em geral.

A divulgação científica presente em uma plataforma digital como

o YouTube, que tem seu acesso facilitado e necessita apenas de um dispositivo com rede de internet, possibilita que seus vídeos sejam vistos por um número maior de pessoas e seu alcance, mais democrático e menos hierarquizado. A relação que se forma entre o público leigo e o divulgador científico é de extrema importância, pois há uma maior tendência em acreditar nas informações compartilhadas por alguém em quem se confia e tornar o pesquisador uma pessoa próxima facilita essa troca, possibilitando que a disseminação de notícias falsas no país seja minimizada através da divulgação de informações científicas e confiáveis.

Entretanto é importante ressaltar um grave problema devido à falta de regulamentação das plataformas digitais que, ao inserirem algoritmos que endereçam perfis e conteúdos, acabam privilegiando certos canais, lucrando sobretudo com a desinformação, além de não terem a intenção de combater o problema. “Quando os algoritmos, de maneira geral, restringem o conteúdo, estão contribuindo para regular e atrapalhar a comunicação digital, o livre fluxo das informações” (Prado, 2022, p. 34). Pensar e discutir o papel dos divulgadores científicos na rede, em consonância com a atuação das plataformas é fundamental para uma sociedade livre e democrática.

REFERÊNCIAS

BOLSONARO pede na TV “volta à normalidade” e fim do” confinamento em massa” e diz que meios de comunicação espalhavam “pavor”. **G1**, Globo, Rio de Janeiro, 24 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/bolsonaro-pede-na-tv-volta-a-normalidade-e-fim-do-confinamento-em-massa.ghhtml>. Acesso em: 13 jul. 2020.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico: conceitos e funções. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 37, n. 9, p. 1420-1427, 1985.

CARVALHO, Mariela Costa. Divulgação Científica no YouTube: Narrativa e Cultura Participativa nos Canais Nerdologia e Peixe Babel. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO EM SÃO PAULO, 39., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2014-1.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2020.

CORONAVÍRUS: veja a cronologia da doença no Brasil. **G1**, Globo, Rio de Janeiro, 6 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghhtml>. Acesso em: 13 jul. 2020.

COUTO, Márcia. Vacinação. *In*: SZWAKO, José; RATTON, José (Orgs.). **Dicionário dos negacionismos no Brasil**. Recife: Cepe, 2022.

EM 1459 dias como presidente, Bolsonaro deu 6685 declarações falsas ou distorcidas. **Aos fatos**, Rio de Janeiro, 11 set. 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>. Acesso em: 20 out. 2023.

FISHER, Max. **Máquina do Caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

“GRIPEZINHA”: leia a íntegra do pronunciamento de Bolsonaro sobre covid-19. **Uol**, [S. l.], 24 mar. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-na-integra.htm>. Acesso em: 21 jul. 2020.

MOTA, Alice; PIMENTEL, Sidiany; OLIVEIRA, Albertina. Desordens informativas: análise de pronunciamentos de Jair Bolsonaro contra a vacinação de covid-19. **Reciis – Revista eletrônica de comunicação, informação & inovação em saúde**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 311-331, jan./mar. 2023.

OLIVEIRA, Anselmo Gomes de.; SILVEIRA, Dâmares. A importância da ciência para a sociedade. **Infarma ciências farmacêuticas**, Brasília, v. 25, n. 4, p. 169, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.14450/2318-9312.v25.e4.a2013.pp169>. Acesso em: 21 jul. 2020.

OMS - Organização Mundial da Saúde; OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde. Repositório Institucional para Troca de Informações – Iris. **Fichas Informativas COVID-19**: entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19 [Internet]. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde; 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>. Acesso em: 15 out. 2023.

PRADO, Magaly. **Fake news e inteligência artificial**: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação. São Paulo: Edições 70, 2022.

QUINTANILHA, Luiz Fernando. Inovação pedagógica universitária mediada pelo Facebook e YouTube: uma experiência de ensino-aprendi-

zagem direcionado à geração-Z. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 65, p. 249-263, jul./set. 2017.

REALE, Manuella Vieira; MARTYNIUK, Valdenise Leziér. Divulgação Científica no Youtube: a construção de sentido de pesquisadores nerds comunicando ciência. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO EM SÃO PAULO, 39., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0897-1.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2020.

SHEN, Benjamin S. P. Science Literacy. **American Scientist**, [S. l.], v. 63, p. 265-268, 1975.

SILVA, Rafael Rodrigues da. Corte no orçamento pode acabar com toda a pesquisa científica do Brasil em julho. **Canal Tech**, [S. l.], 3 abr. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/governo/corte-no-orcamento-pode-acabar-com-toda-a-pesquisa-cientifica-do-brasil-em-julho-136347>. Acesso em: 21 jul. 2023.

CAPÍTULO 3

O FACTUAL CIENTÍFICO É O MESMO FACTUAL DO JORNALISMO? UMA ANÁLISE DA COBERTURA SOBRE A COVID-19 NO DOMINGO ESPETACULAR E NO FANTÁSTICO

*Rafael Martins Revadam
Karina Juliana Francisco
Simone Pallone de Figueiredo*

Introdução

No dia 31 de dezembro de 2019, autoridades de saúde da China acionaram a Organização Mundial de Saúde (OMS) para alertar sobre uma epidemia de casos de uma infecção respiratória até então desconhecida em Wuhan, área metropolitana da província de Hubei. Na época, os primeiros casos da doença foram denominados “pneumonia de etiologia desconhecida” (Oliveira; Matos; Siqueira, 2020).

O Centro Chinês de Controle e Prevenção de Doenças descobriu que o agente infeccioso era um novo vírus da família do coronavírus, batizado de covid-19. Um mês depois da descoberta da covid-19, no dia 30 de janeiro de 2020, a OMS classificou o surto como emergência em saúde pública de interesse internacional. Já em fevereiro, a OMS elevou a classificação da covid-19 para “nível muito alto de risco de pandemia”, e no dia 11 de março de 2020, com 118 mil casos da covid-19 espalhados em 114 países, e com 4 mil mortes já contabilizadas, a entidade afirmou

que o mundo estava vivendo uma pandemia (Oliveira; Matos; Siqueira, 2020; Opas, 2020).

Se a pandemia de covid-19 já era complexa a nível de saúde, a situação se agravou quando olhada no contexto comunicacional. Jornalistas começaram a enfrentar inúmeros desafios na abordagem dos fatos, como o de noticiar descobertas que ainda estavam em revisão pela ciência e a onda de medo e incerteza da população, ávida por informações do que fazer. Muitas medidas foram tomadas pelos diversos veículos, incluindo grandes grupos de comunicação do Brasil.

Por exemplo, no começo da pandemia, mais especificamente no dia 16 de março de 2020, a TV Globo, principal emissora aberta do país, modificou sua grade diária, retirando do ar dois programas de entretenimento (*Mais Você e Se Joga*) para intensificar a cobertura jornalística. Dois dias depois, a emissora retiraria mais um programa de entretenimento (*Encontro com Fátima Bernardes*) para a criação de um programa dedicado especificamente à cobertura da pandemia, o Combate ao Coronavírus, que ficou no ar por mais de dois meses.

Conforme a cobertura da pandemia se fortalecia, difundia também as movimentações do Governo Federal para dificultar o acesso a dados oficiais do Ministério da Saúde. Entre as principais medidas, houve troca de horários dos anúncios oficiais do Ministério, queda e instabilidade de sistemas online e o fim das coletivas de imprensa.

A estratégia do presidente do Brasil na época, Jair Messias Bolsonaro, era de disseminar desinformação com o propósito de minimizar a gravidade da covid-19. O remédio cloroquina, inclusive, foi um grande ator para esta estratégia. Ignorando a ausência de diagnósticos científicos, o então presidente passou a recomendar o uso do medicamento como tratamento precoce ao novo coronavírus, alegando que era mais fácil e barato investir em uma cura para a doença do que em uma vacina (Di Giulio *In.*; 2023).

A estratégia de Bolsonaro também era contra a imprensa, afinal, ela era a responsável em difundir a real situação da pandemia no país. As coletivas de imprensa em que eram apresentados os totais de casos e mortes no país se tornavam cada vez mais escassas, e o próprio Ministério da Saúde começou a atrasar a divulgação destes boletins epidemiológicos aos veículos interessados. Nos dias 3 e 4 de junho de 2020, o boletim foi divulgado às 22h e o Ministério alegou problemas técnicos. Já no dia 5, a divulgação do boletim foi oficializada para às 22h, e Bolsonaro colocou em seu Twitter, “acabou matéria no Jornal Nacional”, em referência à cobertura realizada pela TV Globo, a quem chamou de “TV funerária” (Coletta; Saldaña, 2020).

Esse conjunto de ações do Governo Federal fez com que no dia 8 de junho, seis veículos (O Estado de S. Paulo, Extra, Folha de S. Paulo, O Globo, G1 e UOL) se unissem na produção de dados da pandemia, nascendo assim o Consórcio de Veículos de Imprensa. Na prática, as redações se uniram para acionar conjuntamente estados e municípios e, assim, obterem os dados de infecção da covid-19 pelo país (Folha de S. Paulo, 2020).

Pode-se dizer que a criação do Consórcio atendeu os direitos e deveres que pautam a profissão do jornalista. Trata-se, inclusive, de uma das poucas profissões que tem deontologia e código de ética na Constituição Brasileira, e também uma das poucas profissões que busca a manutenção da democracia e do direito à informação de qualidade, segundo o próprio Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros:

Art. 9º: É dever do jornalista: a) Divulgar todos os fatos que sejam de interesse público. b) Lutar pela liberdade de pensamento e expressão. c) Defender o livre exercício da profissão. d) Valorizar, honrar e dignificar a profissão. e) Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos

Direitos do Homem. f) Combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercida com o objetivo de controlar a informação. g) Respeitar o direito à privacidade do cidadão. h) Prestigiar as entidades representativas e democráticas da categoria (...) (Fenaj, 2007).

Após o anúncio do Consórcio, os veículos envolvidos levaram aproximadamente um mês para se organizarem metodologicamente. Os dados do Consórcio passaram a ocupar as reportagens a partir da segunda semana de julho, substituindo os dados do Ministério da Saúde. Os veículos que não integraram a iniciativa seguiram dependentes das informações governamentais.

“O governo federal, por meio do Ministério da Saúde, deveria ser a fonte natural desses números, mas atitudes recentes de autoridades e do próprio presidente colocam em dúvida a disponibilidade dos dados e sua precisão”, diz a nota que anunciou a criação do Consórcio (Folha de S. Paulo, 2020).

Quatro anos depois, o Consórcio ainda é visto como uma grande iniciativa e a imprensa continuou a utilizar seus dados até o início de 2023, quando o Governo Federal, agora sob responsabilidade de Luiz Inácio Lula da Silva, voltou a divulgar os dados sobre a covid-19 no país.

Metodologia e obstáculos de análise

Para a realização deste estudo, viu-se a necessidade de diferenciar três conceitos que norteiam as definições das matérias em análise: disseminação, divulgação e jornalismo científico. Discute-se muito os limites entre um e outro conceito, as partes que são conectadas e as que se distanciam. Segundo Nascimento (2008), essas definições seriam, de uma maneira simplificada, as seguintes: a disseminação científica com-

preende palestras, debates, revistas especializadas voltadas apenas para o público acadêmico. Ou seja, a disseminação científica é interna, é produzida por e voltada para, preferencialmente, pessoas que fazem parte de um mesmo ramo, que tem uma linguagem, uma complexidade, uma discussão e uma preocupação especializada na área.

Já a divulgação científica, como explica Bueno (1985), abrange todo tipo de pessoa e pode ser feita tanto por cientistas como por jornalistas, assim como professores de ciências nas escolas. Materiais didáticos entram nessa categoria, assim como palestras de cientistas para o público em geral e também qualquer material jornalístico feito para a ciência. É uma comunicação de todos para todos, pois tanto o receptor quanto o emissor podem ou não ser especializados.

Por último, o jornalismo científico, que pode ser tratado como divulgação científica, mas possui um diferencial que é exatamente o fator jornalístico. Os autores Bueno (1985), Nascimento (2008) e o trio Tucherman, Oiticica e Cavalcanti (2010) concordam que todos os produtos científicos que seguem um formato, uma linguagem e uma abordagem jornalística se encaixam nessa categoria. Além disso, o jornalismo científico é feito para expandir os conhecimentos da academia para a sociedade de maneira ‘traduzida’, em que qualquer pessoa possa entender o que é feito e, principalmente, como isso afeta sua vida cotidiana e um possível futuro.

Considerando esses conceitos apresentados, o objetivo inicial do estudo era mensurar a qualidade e a quantidade de matérias científicas veiculadas nos meses de julho e agosto de 2020 nos produtos de jornalismo e entretenimento, popularmente conhecidos como ‘revistas eletrônicas’, *Fantástico e Domingo Espetacular*, respectivamente, produzidos pela TV Globo e pela Record TV.

A ideia inicial era comparar as produções científicas dos dois pro-

gramas com o cenário do jornalismo científico apresentado por Fabíola de Oliveira na obra *Jornalismo Científico* (2019). Em linhas gerais, Oliveira afirma em sua obra que o jornalismo científico brasileiro é prioritariamente internacional, ou seja, destaca mais ações de outros países do que do próprio Brasil, e que, quando sua cobertura chega ao cenário nacional, existe uma predominância de fontes governamentais. O objetivo era identificar se a pandemia de covid-19 trouxe mudanças significativas na estrutura do jornalismo científico brasileiro em comparação com o diagnóstico de Oliveira.

Aqui, cabe destacar que foram definidos dois critérios para que uma reportagem fosse tabulada como científica. O primeiro é se ela cobre uma pauta da ciência, como o desenvolvimento de uma nova vacina; resultados relevantes de um estudo; uma narrativa sobre espaço; entre outros temas que têm o cenário acadêmico como protagonista. Já o segundo critério é a presença do cientista como fonte-especialista, ou seja, mesmo em matérias que não sejam especificamente de temáticas científicas, se há um tempo dedicado à visão da ciência, por exemplo, uma reportagem sobre o aumento da violência no trânsito em que há um cientista social falando dos diagnósticos acadêmicos acerca do tema.

Definido este conceito, na primeira análise realizada, do Domingo Espetacular, identificamos apenas uma reportagem que atendia os critérios de noticiabilidade científica. Uma única reportagem não seria o suficiente para analisarmos efetivamente a forma de cobertura da atração televisiva. Por este motivo, ao invés de fazermos o recorte científico, optamos por mensurar toda a cobertura sobre a covid-19 realizada por ambos os programas, classificando também suas temáticas, podendo, assim, mensurar quantas matérias foram de ciência.

A escolha dos meses de julho e agosto de 2020 também atende a alguns critérios. O primeiro é que foram os meses em que a gestão da pandemia não teve mudanças significativas, ou seja, não houve desco-

berta de cura, evolução da doença ou qualquer outro fator que pudesse impulsionar a produção de matérias. Analisar dois meses consecutivos também permite identificar a evolução narrativa, ou seja, quais temas tiveram uma cobertura contínua e por quanto tempo um fato é considerado noticioso. Ainda, é um tempo hábil para que as emissoras possam identificar o recebimento dos programas por parte dos telespectadores e realizar mudanças, se necessário.

Por fim, durante os meses de julho e agosto de 2020, ambos os programas passaram por mudanças significativas em suas estruturas. No caso do Domingo Espetacular, no dia 12 de julho, a Record TV estreou a nova versão do programa, que ganhou novo cenário, identidade visual e apresentadora – a então atriz Carolina Ferraz.

Segundo cobertura do portal *Notícias da TV*, a reformulação do Domingo Espetacular foi iniciada em janeiro de 2019, quando o jornalista Douglas Tavolaro, então vice-presidente de Jornalismo da Record TV, saiu da emissora para auxiliar na estruturação do canal CNN Brasil, sendo substituído por Antonio Guerreiro. Os motivos que levaram à reformulação do programa sair do papel somente após um ano e seis meses são desconhecidos, mas por esta reformulação coincidir com o período de pandemia, houve a curiosidade de analisar se ela refletiria num aumento da cobertura científica no programa, algo que ocorreu com o principal concorrente, o Fantástico (Castro, 2019, 2020; Notícias da TV, 2020a, 2020b).

No caso do Fantástico, como explicado nos tópicos anteriores, em junho de 2020 foi criado o Consórcio de Veículos de Imprensa, no qual três veículos do Grupo Globo, em que a TV Globo faz parte, estão envolvidos: o portal G1 e os jornais O Globo e Extra. Por mais que a TV Globo não esteja diretamente ligada ao Consórcio, a sua programação passou a utilizar os dados da iniciativa desde o primeiro momento em que foram divulgados, na segunda semana de julho.

Para a realização da análise, optou-se pela utilização da metodologia de análise de conteúdo. Esta foi baseada no conceito de mesmo nome, defendido por Martin W. Bauer, e no conceito de análise temática, de Antonio Joaquim Severino. Para Bauer, a análise de conteúdo, aplicada no comparativo entre veículos jornalísticos, é usada para entender as diferenças de coberturas, que é um dos objetivos deste estudo. O especialista reforça o aspecto histórico da técnica, no qual o texto reproduz características da sociedade em que se encontra (Bauer, 2004).

Já Severino alega, em seu conceito de análise temática, que existe a necessidade de problematização dos conteúdos, para entender o que está sendo estudado. O olhar ao texto busca responder como os assuntos estão apresentados e, principalmente, qual a posição do autor do conteúdo – qual posição ele assume, qual ideia é defendida e o que o autor deseja demonstrar (Severino, 1991).

A análise de conteúdo também busca responder em casos de ausência de reportagens sobre o novo coronavírus nos programas jornalísticos. Esta técnica, ainda, pode traçar aspectos políticos da relação entre emissoras e Governo Federal. Cabe destacar que, enquanto a TV Globo teve embates com o Governo Federal, a ponto do Ministério da Saúde dificultar o acesso a informações, a Record TV foi a emissora que mais recebeu verba federal para comunicação em 2020, segundo levantamento do portal UOL (Fabrini, 2019).

Como os dados mostrarão nos próximos tópicos, a presença de um governo como anunciante pode ser considerada uma grande influência na cobertura do Domingo Espetacular. O jornalista e pesquisador em comunicação Eugênio Bucci (2011) alerta sobre a presença do Estado-anunciante na imprensa brasileira, que se articula a níveis municipal, estadual e federal para manipular a opinião pública e, que ainda, “se agiganta à medida que abusa de seu imenso poder econômico” (Bucci, 2011, p. 277).

Nesse cenário, a relevância, principal critério para definição de noticiabilidade de um fato, que deveria ser seguido, dá lugar ao interesse econômico, servindo de instrumento para narrativas ideológicas.

Os Programas

Idealizado pelo jornalista Carlos Amorim em 2004, o *Domingo Espetacular* (Record TV) possui 210 minutos e passa todos os domingos, das 19h45 às 23h. A atração já passou por 10 apresentadores e conta, atualmente, com a presença de Carolina Ferraz e Sérgio Aguiar. No cargo de direção do programa está Antonio Guerreiro.

É formatado para ser uma revista eletrônica de informação e entretenimento para os telespectadores aos domingos. Ele conta com reportagens de denúncia, comportamento, ciência, turismo, esportes, medicina e aventura, além de um panorama geral dos fatos que marcaram a semana. Segundo a descrição de seu canal no YouTube (2024), o Domingo Espetacular conta com uma equipe de, aproximadamente, 50 profissionais, entre editores, produtores e cinegrafistas.

O *Fantástico*, também conhecido como Show da Vida, é um programa de 185 minutos transmitido pela TV Globo aos domingos, das 20h30 às 23h25, e é apresentado por Poliana Abritta e Maria Júlia Coutinho. Criado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, está ao ar desde 1973. Atualmente, o programa, assim como seu concorrente, contempla humor, interação com o público e notícias de diversas editorias, sendo um programa de *infotainment* - nome dado à junção das palavras informação e entretenimento.

Em toda sua história, foi líder de audiência no horário nobre de domingo, com raras exceções. O programa já foi alvo de diversas pesquisas no campo do Jornalismo Científico. Duas pesquisas de grande desta-

que sobre isso foram de Rondelli (2004), que fez Análise Crítica do Discurso, e o trabalho de Medeiros, Ramalho, Caldas e Massarani (2013), com Análise de Conteúdo. Segundo os autores, o Fantástico sempre se posicionou como enunciador e não autor do discurso, pois ele é responsável por organizar e apresentar as diferentes vozes que compõem a polifonia do discurso.

Análises e resultados

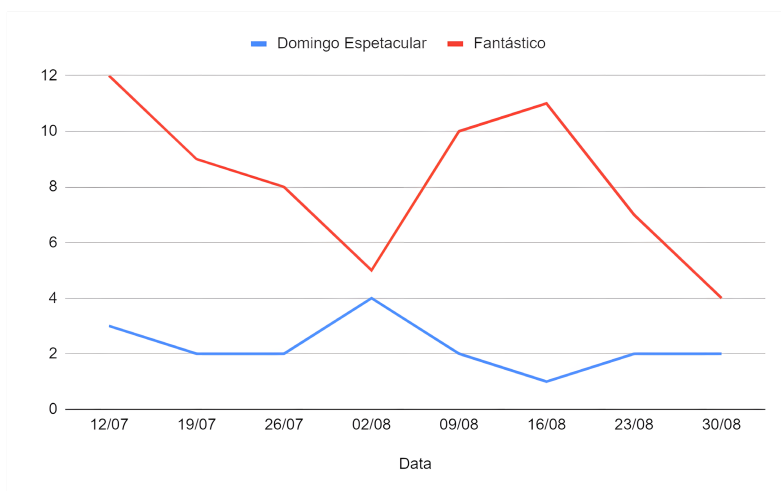
Como já detalhado, o presente estudo analisou as matérias sobre a covid-19 exibidas nos programas televisivos Domingo Espetacular e Fantástico entre os meses de julho e agosto de 2020, com exceção às edições veiculadas no dia 5 de julho, já que ambas as revistas eletrônicas não haviam passado por suas respectivas reestruturações de formato e cobertura.

Aqui, cabe explicar que o termo ‘matéria’ se refere a toda produção exibida nos programas selecionados, sendo esta produção de três tipos: reportagens, quando há o papel efetivo do jornalismo na cobertura de um fato; boletim da covid-19, exibição de dados da pandemia no Brasil; e obituário, histórias de vidas de pessoas mortas pelo coronavírus, narradas em linguagem poética e emotiva – esse tipo de matéria foi produzido apenas pelo Fantástico.

Ao todo, foram encontradas 84 matérias nas oito edições analisadas de cada programa (de 12 de julho a 30 de agosto de 2020), sendo 78,6% do Fantástico (66 matérias) e 21,4% do Domingo Espetacular (18 matérias). O dia 12 de julho foi a data em que ambas as atrações exibiram o maior número de matérias sobre a covid-19, mas o Fantástico exibiu quatro vezes mais conteúdos do que o Domingo Espetacular – 12 matérias contra três.

Como destaque, no dia 16 de agosto, o Domingo Espetacular atingiu seu recorde negativo de veiculação de matérias sobre a pandemia, apenas uma, que foi um boletim de 40 segundos com dados do Ministério da Saúde. Ironicamente, as menções ao termo ‘coronavírus’ ocorreram mais em seu intervalo comercial, já que um dos anunciantes era o desinfetante Casa & Cuidado, que se intitula “eficaz contra o Coronavírus”.

Gráfico 01: Matérias veiculadas por dia em cada revista eletrônica



Fonte: :elaboração própria

Na análise por tipos de matérias, o Fantástico segue quantitativamente na frente do Domingo Espetacular em todos os tipos de conteúdos analisados. A revista eletrônica realizou um boletim de dados da covid-19 a mais que a concorrência, ao fazer uma edição internacional com informações da Organização Mundial da Saúde (OMS), e realizou 40 reportagens a mais. Outro destaque é a presença de obituários, uma leitura de perfis publicados no site Inumeráveis por atores da emissora.

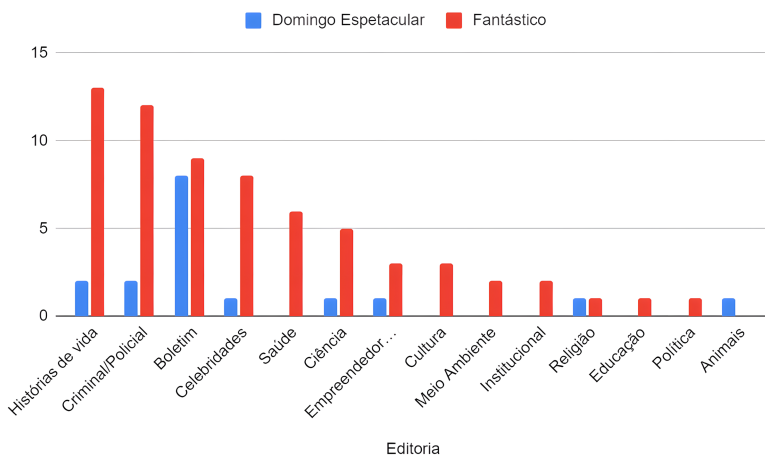
Já na análise por editorias, ambos os programas tiveram as mes-

mas temáticas como as mais exploradas: histórias de vida em 1º lugar e reportagens criminais/ policiais em 2º. As histórias de vida são matérias que exploram pessoas comuns e alguns de seus dramas, normalmente envolvendo tragédia ou superação.

No caso das reportagens criminais e policiais, os principais focos foram festas clandestinas na pandemia e o desrespeito às normas impostas por cidades e estados, como o uso de máscaras em espaços públicos.

No **Gráfico 2**, cabe também destacar a cobertura científica, foco inicial do estudo. Ao todo, enquanto o Domingo Espetacular fez apenas uma matéria científica sobre a pandemia, o Fantástico produziu três.

Gráfico 02: Cobertura por editorias em cada revista eletrônica



Editoria
Fonte: :elaboração própria

Foi realizada também a análise das fontes dos dados utilizados por ambas as revistas eletrônicas nas matérias. Como cada programa utilizou fontes diferentes, optou-se em não agrupar este item por meio de gráficos. No caso do Domingo Espetacular, as principais fontes foram: o Ministério da Saúde (oito aparições) e o IBGE (2). Também houve uma quantidade de dados citados sem fonte (2).

No caso do Fantástico, os dados sem fonte lideraram o *ranking*, sendo identificados 16 vezes. Isso se deve, principalmente, à ausência de fonte nos obituários, já que o programa citava dados do total de mortos no país, sem especificar se a informação vinha do Consórcio de Veículos de Imprensa ou do Ministério da Saúde. Apesar da TV Globo priorizar os dados do Consórcio, os dados do Ministério da Saúde apareceram pontualmente em reportagens, o que trouxe a dúvida sobre a origem das informações usadas neste quadro.

Das fontes citadas, o Consórcio de Veículos de Imprensa, com nove menções e a Organização Mundial da Saúde com seis, se revelaram como as grandes referências. No comparativo, o Domingo Espetacular usou fontes de sete entidades diferentes e o Fantástico, de 23.

A análise seguinte foi das entidades que mais apareceram nas reportagens. Aqui, foram tabuladas as instituições creditadas nas entrevistas. Esse ponto foi pensado anteriormente para comparar com o diagnóstico de Oliveira (2019) sobre a presença de mais fontes governamentais no jornalismo científico. Como o estudo migrou para a análise do jornalismo em geral, fazendo o recorte do factual científico (a pandemia), compreendeu-se de que haveria a possibilidade de aparecer outras instituições para além da ciência. Para a surpresa, mesmo com a ciência não sendo o foco principal da cobertura da pandemia, as instituições científicas foram as que mais apareceram no Fantástico.

Ao todo, 44 entidades colaboraram com especialistas nas matérias da revista eletrônica da TV Globo. A Universidade de São Paulo (USP) foi a instituição com mais porta-vozes, representando 14,3% do total de fontes, seguida pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), com 4,8% do total. Em terceiro lugar, cinco instituições colaboraram com dois especialistas cada uma – o que representa 3,2% do total de fontes consultadas pelo programa televisivo. São elas: a Fundação Getúlio Vargas (FGV), o Instituto Emílio Ribas, o Ministério da Saúde, a Sociedade Brasileira de

Infectologia (SBI) e o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJ-SP).

Já o Domingo Espetacular entrevistou especialistas de 11 entidades diferentes. Apesar da presença de pesquisadores, a maioria das fontes consultadas é atrelada a instituições religiosas. Este fator se deve por conta de uma reportagem sobre o fechamento de espaços religiosos durante a pandemia. Cabe destacar que a Record TV é uma emissora abertamente religiosa, de linha evangélica, e tal dado revela que a sua vertente religiosa acaba pautando também a produção jornalística

Das instituições mais consultadas, duas colaboraram com dois porta-vozes, o que representa 15,4% do total de entrevistados: as igrejas Renascer em Cristo e Universal do Reino de Deus em Angola. Outras nove entidades apareceram com apenas um porta-voz (7,7%): a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o Instituto do Coração da Universidade de São Paulo (InCor), o Instituto Butantan e as entidades religiosas União Social dos Espíritas, Arquidiocese de São Paulo, Egito-BR, Igreja Sara Nossa Terra, União Nacional das Igrejas e Pastores Evangélicos (Unigrejas) e a Igreja Cardeal Ortodoxa.

Por fim, houve a análise dos boletins com dados sobre a covid-19 realizados por ambas as revistas eletrônicas, lembrando que o Domingo Espetacular utilizou dados do Ministério da Saúde e o Fantástico, do Consórcio de Veículos de Imprensa.

No Domingo Espetacular, esse quadro teve duração média de 40 segundos. Dividido em duas telas com gráficos, o âncora da atração apresentava o total de casos no país, o número de mortes, o número de casos nas últimas 24 horas, o número de curados e a quantidade de casos em acompanhamento. Cabe aqui ressaltar a utilização do dado de "curados", destacando as pessoas que sobreviveram após contraírem a covid-19. O uso de tal informação gera uma narrativa errônea de cura e, até mesmo de imunização plena, quando se sabe pela ciência que nem todos os efeitos pós-covid foram mensurados e que há uma taxa de reincidência da doença.

Outro agravante é que não há qualquer análise dos dados, os números são falados e colocados ao telespectador sem que ocorra a mínima comparação com semanas anteriores ou demais informações que permitam ao público compreender a evolução dos casos de coronavírus no país, se estavam subindo ou caindo.

Já no caso do Fantástico, esses boletins têm duração entre 2 a 5 minutos, abrangendo os mesmos dados do Domingo Espetacular, com exceção dos dados de curados, além da interpretação das informações no comparativo de semana a semana.

O Fantástico utilizou a metodologia de média móvel para calcular se há aumentos ou quedas no total de casos da covid-19, no número de mortes e no total de infectados por estado. Inclusive, o programa afirma que essa metodologia foi a melhor recomendada por cientistas para a interpretação dos dados do Consórcio de Veículos de Imprensa.

CONCLUSÃO

Analisar as revistas eletrônicas Fantástico e Domingo Espetacular e suas respectivas coberturas sobre a covid-19 é essencial para entendermos o quanto o factual científico da pandemia pautou a cobertura jornalística de ambas as atrações, principalmente em um momento em que ambas realizaram reestruturações relevantes em seus projetos editoriais.

O prazo de dois meses de análise foi considerado suficiente, por compreender ser um tempo hábil para as produções dos programas realizarem mudanças pontuais em suas atrações, dependendo da audiência, repercussão ou demais fatores. Isso ocorreu no Domingo Espetacular, por exemplo, que alterou as tonalidades de seu cenário na semana seguinte à sua reestruturação, ao ser alertado que o novo cenário foi considerado escuro e de difícil visualização pelos telespectadores. Esse fato atesta que, caso a emissora quisesse realizar outras alterações em seu produto, ela conseguiria, e em pouco tempo. Dado este fator, é possível constatar que a cobertura minimizada da covid-19 feita pelo Domingo Espetacular foi uma escolha proposital. Das oito edições analisadas para este estudo, uma edição chegou a ter apenas uma matéria sobre o tema, sendo o boletim de aproximadamente 40 segundos.

Cabe também aqui o alerta à ponderação colocada por Bucci (2011) e mencionada no texto, sobre a problemática de órgãos governamentais atuarem como financiadores de veículos de imprensa. Na época analisada, a Record TV foi a emissora que recebeu mais verba do Governo Federal, o mesmo governo que negou a gravidade da pandemia e dificultou o acesso da imprensa às informações oficiais do Ministério da Saúde. Sob esse panorama, é possível dizer que a Record TV violou os princípios básicos da cobertura jornalística, ao privar a sociedade de informações essenciais para a tomada de decisão sobre saúde e sua sobrevivência.

Quanto ao Fantástico, apesar do número baixo de reportagens científicas, foi perceptível a preocupação da produção em se apoiar nas metodologias acadêmicas para pautar a sua cobertura da pandemia, principalmente nas explicações sobre tabulações de dados que eram fornecidas todas as semanas nos boletins do Consórcio dos Veículos de Imprensa. Essa preocupação também foi identificada nas fontes que mais ocuparam as matérias produzidas, sendo a grande maioria oriunda de instituições científicas.

No comparativo com as observações de Oliveira (2019) em sua obra *Jornalismo Científico*, é possível dizer que houve, sim, uma mudança na cobertura da pandemia - mesmo não sendo essa totalmente científica -, onde a situação nacional se sobrepôs à cobertura internacional, e fontes de instituições apareceram mais do que governos. Cabe à ciência agora acompanhar se tais mudanças continuarão ou se serão necessários novos factuais científicos para que a ciência tenha um espaço midiático relevante.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. *In: GASKELL, George; BAUER, Martin W. (orgs). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.* Rio de Janeiro: Vozes, 2004. p. 189-217.

BUCCI, Eugênio. A imprensa brasileira: seu tempo, seu lugar e sua liberdade - e a ideia que (mal) fazemos dela. *In: BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia Moritz. Agenda Brasileira: temas de uma sociedade em mudança.* São Paulo: Companhia das Letras, 2011. p. 266-277.

BUENO, Wilson. Jornalismo científico: conceitos e funções. *Ciência e cultura*, [S. l.], v. 37, n. 9, p. 1420- 1427, 1985.

CASTRO, Daniel. Sob nova direção, Record afasta apresentadora do Domingo Espetacular. *Notícias da TV*, São Paulo, 10 maio 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/sob-nova-direcao-record-afasta-apresentadora-do-domingo-espetacular-26688>. Acesso em: 22 abr. 2024.

CASTRO, Daniel. Carolina Ferraz é contratada pela Record para apresentar Domingo Espetacular. *Notícias da TV*, São Paulo, 19 jun. 2020. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/carolina-ferraz-e-contratada-pela-record-para-apresentar-domingo-espetacular-38159>. Acesso em: 22 abr. 2024.

COLETTA, Ricardo Della; SALDAÑA, Paulo. 'Acabou matéria no Jornal Nacional', diz Bolsonaro sobre atraso em divulgação de boletim da Covid-19. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 5 jun. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/acabou-materia-no-jornal-nacional-diz-bolsonaro-sobre-atraso-em-divulgacao-de-boletim-da-covid-19.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2024.

DI GIULIO, Gabriela Marques *et al.* Risk governance in the response to global health emergencies: understanding the governance of chaos in Brazil's handling of the covid-19 pandemic. **Health Policy And Planning**, London, v. 38, p. 593-608, 7 mar. 2023.

FABRINI, Fábio. Globo perde participação em verba oficial de publicidade sob Bolsonaro. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 12 nov. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/globo-perde-participacao-em-verba-oficial-de-publicidade-sob-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2024.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Vitória: FENAJ, 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-1985-2007>. Acesso em: 06 abr. 2024.

FOLHA DE S. PAULO. Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 8 jun. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.shtml?origin=folha>. Acesso em: 22 abr. 2024.

G1. Brasil registra 726 mortes em 24 horas e passa de 107 mil; 5 estados tem alta de óbitos. **G1**, Rio de Janeiro, 15 ago. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/08/15/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-15-de-agosto-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2024.

GLOBOPLAY. **Fantástico**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/fantastico/t/S15HBdHBdn/cenas/>. Acesso em: 22 abr. 2024.

GSHOW. Globo altera programação para aumentar espaço de informações sobre o coronavírus. **Gshow**, Rio de Janeiro, 15 mar. 2020. Dis-

ponível em: <https://gshow.globo.com/programas/mais-voce/noticia/globo-altera-programacao-para-aumentar-espaco-de-informacoes-sobre-o-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 22 abr. 2024.

MEDEIROS, Flávia; RAMALHO, Marina; CALDAS, Cristina; MASSA-RANI, Luisa. Ciência e Tecnologia em um programa de infotainment: uma análise de conteúdo da cobertura do Fantástico. **Intercom** – RBCC, São Paulo, v. 36, n. 1, p. 127-147, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v36n1/07>. Acesso em: 22 abr. 2024.

NASCIMENTO, Tatiana Galieta. Definições de Divulgação Científica por jornalistas, cientistas e educadores em ciências. **Ciência em Tela**, [S. l.], v. 1, n. 2, p.1-8, 2008.

NOTÍCIAS DA TV. Cenário 'Matrix' do Domingo Espetacular ofusca estreia de Carolina Ferraz. **Notícias da TV**, São Paulo, 13 jul. 2020a. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/cenario-matrix-do-domingo-espetacular-ofusca-estreia-de-carolina-ferraz-39236>. Acesso em: 22 abr. 2024.

NOTÍCIAS DA TV. Record define estreia de Carolina Ferraz no Domingo Espetacular; saiba quando. **Notícias da TV**, São Paulo, 6 jul. 2020b. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/record-define-estreia-de-carolina-ferraz-no-domingo-espetacular-saiba-quando-38915>. Acesso em: 22 abr. 2024.

O POVO. Veja quais os canais de televisão mais vistos no Brasil em 2019. **O POVO Online**, São Paulo, 24 abr. 2019. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/divirtase/2019/04/23/veja-quais-os-canais-de-televisao-mais-vistos-no-brasil-em-2019.html>. Acesso em: 22 abr. 2024.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

OLIVEIRA, Marília Santini de; MATOS, Aline da Rocha; SIQUEIRA, Marilda Mendonça. Conhecendo o Sars-CoV-2 e a Covid-19. In: BUSS, Paulo Marchiori; FONSECA, Luiz Eduardo (orgs.). **Diplomacia da saúde e Covid-19: reflexões a meio caminho**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2020. p. 93-111.

OPAS (Organização Pan-Americana da Saúde). OMS DECLARA emergência de saúde pública de importância internacional por surto de novo coronavírus. **OPAS**, [S. l.], 20 jan. 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/30-1-2020-who-declares-public-health-emergency-novel-coronavirus>. Acesso em: 22 abr. 2024.

RECORDTV. **Domingo Espetacular**. Disponível em: <https://record-tv.r7.com/domingo-espetacular>. Acesso em: 22 abr. 2024.

RONDELLI, Daniella Rubbo Rodrigues. **A Ciência no Picadeiro: uma análise das reportagens sobre ciência no programa Fantástico**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2004.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 17. ed. São Paulo: Cortez - Autores Associados, 1991.

TUCHERMAN, Ieda; OITICICA, Luiza; CAVALCANTI, Cecília. Revistas de divulgação científica e ciências da vida: encontros e desencontros. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 33, n. 1, p. 277-295, jan./jun. 2010.

YOUTUBE. **Domingo Espetacular - Playlist dos programas**. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLITS2vt45undVM-cVRPl-WW49kVAkcKj95>. Acesso em: 22 abr. 2024.

CAPÍTULO 4

RELATO DE EXPERIÊNCIA: COMUNICANDO CIÊNCIA COM A PLATAFORMA JF© DE ACOMPANHAMENTO ESTATÍSTICO DA PANDEMIA DE COVID-19

Monica Igreja do Prado

Introdução

A Plataforma JF Salvando Todos© está no ar desde o dia 29 de março de 2020, acompanhando a evolução da pandemia de covid-19 no Brasil. A plataforma é desenvolvida por uma equipe multidisciplinar no âmbito de um projeto de extensão do Departamento de Estatística da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e tem o objetivo de facilitar o acesso às estatísticas do novo coronavírus para gestores, profissionais de saúde e para a população em geral de forma rápida, transparente e confiável (Vieira, 2023). Ao longo desses anos, a Plataforma JF© ganhou reputação e presença pública em veículos de imprensa em Juiz de Fora (MG), contribuindo para reduzir a infodemia (Paho/Who, 2020) e disseminar informação para autoproteção no enfrentamento da covid-19. Essa experiência, circunscrita a um momento histórico, é aqui documentada, gerando a oportunidade, de um lado, para uma reflexão crítica, e de outro para uma partilha sobre a prática de gestão da comunicação.

Covid-19 é uma infecção respiratória causada pelo vírus SAR-

S-CoV-2, cujo nome deriva da junção das letras que se referem a (*co*)rona (*vi*)rus (*d*)isease e o 19 está relacionado ao ano em que os primeiros casos foram divulgados (Fiocruz, 2020). A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou estado de Emergência em Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), no dia 30 de janeiro de 2020, por conta dos casos primeiramente reportados, no final de dezembro de 2019, em Wuhan, China. A OMS reconheceu a covid-19 como pandemia, em 11 de março de 2020, e suspendeu o estado de Emergência Internacional, no dia 5 de maio de 2023 (Opas, 2023).

No Brasil, a declaração de Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) ocorre prontamente à declaração da OMS, pela Portaria GM/MS nº 188 (Croda *et al.*, 2020), em 3 de fevereiro de 2020. No entanto, a suspensão do Estado de Emergência Sanitária ocorre antes do da OMS, por intermédio da Portaria GM/MS no. 193, de 22 de abril de 2022, sendo divulgada, cinco dias antes, em pronunciamento, em cadeia nacional de rádio e televisão, no dia 17 de abril de 2022 (domingo de Páscoa). Dados da OMS (2023) listam o Brasil como o segundo país no mundo com o maior número absoluto de óbitos, tendo à frente apenas os Estados Unidos, e o sexto no ranking mundial de países com o maior número de casos acumulados confirmados. Até o dia 25 de outubro de 2023, são 706 mil 531 vidas perdidas, desde o início da pandemia, e um total de 37 milhões 905 mil 713 casos acumulados confirmados, com base nos dados da Plataforma JF©.

O excessivo número de óbitos e o modo de enfrentamento adotado pelo Governo Federal para a situação de desastre levou à instalação, no dia 27 de abril de 2021, da Comissão Parlamentar de Inquérito no Senado Federal, denominada CPI da Pandemia, sendo o Relatório Final aprovado e publicado, no dia 26 de outubro de 2021. A conclusão da CPI é a de que houve omissão e enfrentamento não técnico-sanitário por parte do Governo Federal no combate à covid (Senado Federal, 2021, p. 1270-1271):

[...] Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia colheu elementos de prova que demonstram soberbamente que o governo federal foi omissivo e optou por agir de forma não técnica e desidiosa no enfrentamento da pandemia do novo coronavírus, expondo deliberadamente a população a risco concreto de infecção em massa. Comprovaram-se a existência de um gabinete paralelo, a intenção de imunizar a população por meio da contaminação natural, a priorização de um tratamento precoce sem amparo científico de eficácia, o desestímulo ao uso de medidas não farmacológicas. Paralelamente, houve deliberado atraso na aquisição de imunizantes, em evidente descaso com a vida das pessoas.

O modo de atuar do Governo Federal no enfrentamento da emergência também passou pela desinformação. A CPI da Pandemia apontou haver omissão dos órgãos oficiais no combate aos boatos e identificou campanhas em redes sociais com conteúdo contrário a evidências técnicas e científicas, o que, na visão dos parlamentares, gerou um clima de desconfiança na população, incentivando as pessoas a agirem normalmente, diferentemente das orientações, provocando exposição ao vírus e aumento na ocupação de leitos hospitalares (Senado Federal, 2021, p. 1273):

[...] envolveram diversos tópicos, como a origem do vírus, com ataques xenófobos à China; a oposição infundada ao isolamento social; a divulgação de que o STF teria proibido o governo federal de atuar no combate à pandemia; o incentivo ao tratamento precoce; a desinformação sobre o número de mortes pela covid-19; a contestação sobre a eficácia do uso de máscaras; e, por fim, a propaganda antivacina.

Esse ambiente de desinformação em grande escala levou a OMS a cunhar o termo infodemia, sendo definido como “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que torna difícil

encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (Paho/Who, 2020). Conforme Zaracostas (2020), o termo infodemia foi utilizado pela primeira vez em fevereiro de 2020, num discurso do diretor da OMS, que alertava para a epidemia de desinformação paralela à da saúde.

Relato de Experiência: estruturando uma metodologia

O relato de experiência é um texto que descreve de modo contextualizado e com aporte teórico uma dada experiência, que, segundo Daltro e Faria (2019), valoriza a explicitação descritiva, interpretativa e compreensiva de fenômenos. Esse tipo de trabalho permite a apresentação crítica de práticas e/ou intervenções científicas e/ou profissionais (Mussi *et al.*, 2021), cuja produção se materializa pelos trabalhos da memória, da revisitação, e da narrativa (Santana, 2022, p. 52). Daltro e Faria (2019) lembram que o relato legitima a experiência enquanto fenômeno científico e que ele é uma importante tecnologia de produção de conhecimento alinhada com as ciências humanas e as ciências sociais aplicadas. A abordagem é qualitativa que, segundo Godoy (1995, p. 62-63), valoriza tanto a significação que as pessoas dão às coisas e à vida como a oportunidade de ir construindo uma interpretação à medida que analisa as informações. A natureza qualitativa permite uma multiplicidade de opções teóricas e metodológicas (Daltro; Faria, 2019), além de permitir a abordagem dos aspectos que dificultaram o processo e daqueles que potencializaram a experiência (Mussi *et al.*, 2021, p. 70). Na busca pelo fortalecimento do relato de experiência como instrumento de produção de conhecimento científico, Daltro e Faria (2019, p. 233-234) destacam seis elementos:

- i. a produção documental é um trabalho narrativo;

- ii. a construção documental implica que, ao menos, um ator seja sujeito participante do contexto real da experiência;
- iii. a apresentação deve ser descritiva, objetiva e rica e abordar o cenário, os atores e as técnicas utilizadas;
- iv. o referencial teórico fundamentador da leitura da experiência deve ser apontado para permitir a confecção de novos saberes;
- v. a narrativa deve ser construída de maneira acessível a todas as pessoas interessadas no tema, e as teorias escolhidas devem estar colocadas claramente, e
- vi. as conclusões devem ser evitadas, mas os resultados, as lições aprendidas e as possíveis contradições e lacunas devem ser apresentados.

Este relato integra a visão da narradora que é um sujeito ativo no processo histórico da construção e da consolidação da Plataforma JF© como fonte de referência para veículos de imprensa, pois a autora integra a equipe multidisciplinar de desenvolvimento da plataforma. Para a construção da narrativa, foi empregada pesquisa documental tanto para conhecer o contexto que envolveu a decretação da emergência sanitária como para compreender o enfrentamento da pandemia por parte do governo federal. O documento de gestão interna da plataforma – Inventário da JF – é um instrumento de memória criado em abril de 2020, com o objetivo de registrar a presença de integrantes da equipe JF tanto em veículos de imprensa como em eventos acadêmicos e/ou científicos. O Inventário conta com 411 registros, até novembro de 2023, que estão dispostos numa planilha com oito colunas (data, título, veículo, fonte, origem, síntese, link da divulgação, meio de veiculação). Segundo Moreira (2005, p. 276), a pesquisa documental

“funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações e momentos”, e ajuda na compreensão pois o documento está inserido em determinado contexto, conforme lembra Ferrari (1982, p. 228-29).

A narrativa deste relato é descritiva e crítico-reflexiva, pois toma documentos e o que foi vivido como fios condutores, mas não abandona a pesquisa bibliográfica, que sustenta a composição do quadro fundamentador da experiência composto pelo tripé: comunicação pública, produtos/serviços de imprensa e comunicação de risco, enfatizando os princípios voltados para a prevenção. A pesquisa bibliográfica ajuda a “identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes e proceder à anotação ou fichamento dos dados”, diz Stumpf (2007, p. 51), sem deixar de lado a atitude crítica diante do material, certificando-se sobre sua autenticidade e procedência (Vera, 1974, p. 126). A modalidade é exploratória-descritiva que, de acordo com Gil (2002, p. 42-43), é utilizada por pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. O quadro teórico fundamentador da experiência foi empregado para moldar o posicionamento da Plataforma JF© no ambiente público.

Impulso motivador: a prestação de serviço público

No intervalo entre a confirmação do primeiro caso no Brasil, em 26 de fevereiro de 2020, e o anúncio de medidas para conter a transmissão do vírus pelo MS, em 11 de março, o aluno Pedro Henrique Pacheco, hoje graduado em Estatística, a convite do professor Marcel Vieira, ambos da UFJF, decidiram que era necessário agir proativamente, pois a nova doença chegara e medidas de quarentena estavam sendo adotadas por prefeitos e governadores. De forma voluntária, idealizaram a plataforma e contaram com a colaboração da também ex-aluna Gabriela Theotonio dos Santos, hoje graduada em Estatística.

Junto com Pedro, Gabriela criou a logomarca, que se mantém original e está registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), e idealizou os ícones e as cores da plataforma, que nunca teve seu nome alterado: Plataforma JF Salvando Todos©.

Em nota de imprensa, de 2 de abril de 2020, a UFJF (2020) enfatiza que a plataforma traz informações sobre a evolução da covid-19 por meio de gráficos, números de casos confirmados e óbitos e que a base são os dados oficiais do Ministério da Saúde (MS) e da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG). Nessa nota, Marcel Vieira (*apud* Universidade Federal de Juiz de Fora, 2020) destaca que “os dados não estão sendo apenas recolhidos, mas organizados de forma que fiquem mais fácil o entendimento e a visualização para a sociedade [...] e que as pessoas tenham uma informação mais rápida”. A *home* da Plataforma JF© é minimalista desde sua origem e traz um texto de boas-vindas ao usuário e o botão para pesquisa. Da paginação original, apenas as cores dos botões, os ícones empregados e as abas foram alterados a partir de sugestões da professora Mônica Prado que se juntou, também voluntariamente, ao projeto da plataforma, em abril de 2020. Um pouco mais adiante, à equipe original, a aluna Jéssica Sell, hoje também graduada em Estatística, integrou o grupo. A Plataforma e a Equipe JF passam a integrar o Grupo de Pesquisa Comunicação em Emergência e Desastre (GP-CED), do Centro Universitário de Brasília (CEUB), liderado pela professora Mônica Prado, e a JF se constitui, oficialmente, como projeto do departamento de Estatística da UFJF, havendo, então, contemplação de bolsas de iniciação científica.

O impulso motivador de prestar serviço ao público para que pessoas tenham informação de qualidade e de fácil visualização permanece após esses anos de atuação e motiva a equipe a inovar e a buscar robustez para a programação e para a atualização dos dados. Por dentro, a plataforma foi desenvolvida utilizando diversos pacotes, dentre

eles o Shiny do software R para desenvolvimento de aplicativos web voltados ao ensino e à pesquisa (Konrath *et al.*, 2018), e o EpiEstim para o cálculo do Número de Reprodução Efetivo (Rt), que indica a transmissibilidade da covid-19. Os dados carregados para a Plataforma JF© são oficiais e coletados no: CNES-DATASUS, MS (municípios), SES-MG (estado), Prefeitura Juiz de Fora (município Juiz de Fora), UFLA e SES-MG (município Lavras), IBGE (projeção populacional para 2020), e WCOTA (vacinação). A plataforma, que começou hospedada em site gratuito, está incorporada ao servidor da UFJF (mai. 2020), ganhando, com isso, estabilidade para seu desenvolvimento e uma institucionalização definitiva, o que permite, por exemplo, que o usuário tenha caminhos diferentes para pesquisar e modos variados de visualizar a evolução da covid-19. O usuário pode pesquisar os dados na Plataforma JF© de duas maneiras: por regiões de Saúde e pelas cinco grandes regiões brasileiras, conforme divisão do IBGE. A primeira para facilitar o acompanhamento por gestores nos municípios e a segunda destinada mais ao público em geral. Logo ao acessar, o usuário encontra à sua disposição 18 visualizações de dados sobre a covid-19, em forma de gráficos que podem ser baixados como imagem (extensão .png) e sobre os quais pode ser aplicado zoom para detalhamento de determinado período. O usuário também pode escolher se quer visualizar por tipo de escala: linear e/ou logarítmica e por total: absoluto e/ou milhão/habitante. No **Quadro 1** – Modos de Visualização de Dados na Plataforma JF©, é possível observar o tipo de informação disponível na Plataforma JF©. Cada tipo vem acompanhado de variáveis de consulta, sendo que nem todas elas estão disponíveis para os 5.568 municípios e nem para os Distritos Federal e Insular de Fernando de Noronha.

Quadro 1 : Modos de Visualização de Dados na Plataforma JF[©]

Lista dos 18 gráficos interativos com informações sobre a covid-19		
Casos Acumulados ao longo de tempo	Novos registros por semana epidemiológica	Coefficiente de Letalidade (CFR %)
Casos acumulados ao longo do tempo por unidade geográfica	Registros acumulados por semana epidemiológica	Taxa de Letalidade
Número de Reprodução Efetivo (Rt)	Novos registros por mês	Crescimento percentual diário de casos acumulados
Evolução do número de respiradores ventiladores pulmonares	Registros acumulados por mês	Perfil dos leitos de internação existentes
Número de registros	Cobertura Vacinal	Perfil dos leitos complementares existentes
Novos registros por dia	Varição percentual da mobilidade comunitária ao longo do tempo (Google Mobility)	Tempo estimado para a duplicação do número de casos

Fonte: Elaboração da autora (2023).

Importa destacar três inovações incorporadas pela JF para a visualização de dados sobre a covid-19. A primeira inovação é o gráfico da medida estatística “Número de Reprodução Efetivo” (Rt), que se tornou popularmente conhecida como “taxa de transmissão”. Rt indica o número de casos secundários produzidos em média por um indivíduo infeccioso em uma população onde nem todos são suscetíveis (Plataforma JF, 2020). Na JF, é possível estimar o Rt diário e conhecer o seu valor. Conforme a OMS, o valor do Rt deve ser menor que 1, persistentemente, por, pelo menos, sete dias, para que a epidemia seja considerada sob controle. Critérios atualizados pela Fundação Oswaldo Cruz (2022) apontam que, preferencialmente, deve ser menor que 0,5. A segunda inovação são os gráficos com os registros por mês e o de Coeficiente de Letalidade (CRF%). A partir dos gráficos, é possível observar a evolução e os novos casos/óbitos e compará-los ao longo do tempo. O gráfico CRF% aponta a evolução dos óbitos a cada mês, sendo possível saber como a letalidade evolui mensalmente.

A terceira inovação da Plataforma JF[©] é a que quer chegar ao

gestor de pequenos municípios que, muitas vezes, não conta com equipe para análise de dados estatísticos. Na JF, a partir do botão – gerar relatório (Beta) – são gerados relatórios automatizados, na extensão .pdf, com dados e gráficos sobre casos e óbitos, média móvel e vacinação, sendo possível escolher emitir relatórios por município, por região, por estado e para o país. Também pode-se escolher o período, de uma até quatro semanas, bastando selecionar a semana epidemiológica de interesse. O relatório está disponível a partir da semana epidemiológica número 20 de 2020 (10 a 16 de maio de 2020), e, desde a segunda semana de junho de 2022, é possível emitir o relatório com ou sem o valor do Rt.

Plataforma JF©: fonte de referência na mídia local

A análise da matriz do Inventário da JF evidencia o crescimento da exposição da plataforma em veículos de imprensa. Ressalta-se que o crescimento é orgânico, pois não houve por parte da equipe uma busca ativa por veículos para publicação de material jornalístico e/ou noticioso. Toma-se, como início para esse crescimento, a divulgação de matérias institucionais no *website* UFJF Notícias (<https://www2.ufjf.br/noticias/>), as quais registraram o Boletim Informativo Covid-19 da Plataforma de Análise Estatística da Pandemia e a Nota Técnica do Grupo de Modelagem Epidemiológica da Covid-19 (GEM). O Grupo de Modelagem foi uma iniciativa da UFJF e da Prefeitura de Juiz de Fora (PJF), entre abril de 2020 e março de 2021, que desenvolveu e emitiu 17 notas técnicas. O Boletim Informativo é um produto informativo da equipe JF, cuja primeira edição data de 13 de maio de 2020. O boletim está ativo e desde então é divulgado de modo ininterrupto, estando em sua 85ª edição, que foi publicada em 6 de dezembro de 2023.

As matérias institucionais da assessoria de Comunicação da UFJF tendo como base o Boletim Informativo da Plataforma JF[©] funcionaram como trampolim para a veiculação de material noticioso em veículos de imprensa da cidade de Juiz de Fora (MG). A matéria da UFJF torna-se *release*, que se transforma em matéria de *sites* noticiosos e/ou em pauta para veículos de rádio e tv. Esse aproveitamento de releases por parte de veículos é atestado por estudos acadêmicos como os de Lage (2001) e Quintão (1997). Quintão (1997, p. 118) afirma que “o aproveitamento dos *releases* pela mídia tem clara relação com a maior ou menor tangibilidade demonstrada pelos textos noticiosos [...] induzem, por exemplo, entrevistas diretas no rádio e na televisão”. O produto/serviço boletim produzido e editado pela equipe JF é a matéria-prima para as notícias publicadas pela assessoria da UFJF e as divulgadas (na íntegra, muitas vezes) em veículos de imprensa de Minas Gerais, da região do entorno do Distrito Federal e na Agência de Notícias universitária do CEUB. Além disso, serve como pauta das emissoras locais de rádio e televisão, gerando entradas ao vivo e/ou gravadas. Aqui, levanta-se a hipótese de que a presença da JF em veículos de imprensa está diretamente relacionada à embalagem do boletim. Para Duarte (2010, p. 311), “o bom assessor de imprensa apresenta a informação de maneira embalada, *prêt-à-porter*, pronta para uso ou, ao menos, para facilitar o trabalho da redação”. No caso do Boletim Informativo, os blocos noticiosos funcionam como notícia *prêt-à-porter* (pronta para vestir, tradução livre), que ganha tangibilidade pela linguagem simples, a objetividade das análises estatísticas e o trato jornalístico da informação. O conteúdo foi concebido para agregar valor de análise à Plataforma JF[©] e funcionar como instrumento de informação pública.

O projeto editorial foi construído em reunião de equipe (abr. 2020), quando se percebeu a necessidade de divulgar a evolução da covid-19 para além da consulta que as pessoas e/ou gestores pudessem fazer à plataforma de modo *online*. O Boletim Informativo foi então

planejado para funcionar em blocos noticiosos que pudessem ser tratados em conjunto e, ao mesmo tempo, de modo independente. Foram criados inicialmente oito blocos (Abre, Juiz de Fora, Zona da Mata, Minas Gerais, No Brasil, Destaque da Semana, Distrito Federal e Ride e Notícia Boa). O bloco Notícia Boa surgiu por demanda da integrante Gabriela dos Santos, que dizia que deveríamos dar espaço a boas novas dentre tantas notícias ruins sobre mortes, dores e sofrimento da população com a pandemia. O bloco Abre é o editorial do boletim no qual são expressas as preocupações da equipe para com as necessidades de medidas de prevenção e autocuidado. No Abre, foi expresso o incômodo quando, por duas vezes, houve um “apagão de dados”, como ficou conhecida a demora de o Ministério da Saúde atualizar as informações sobre a covid-19. O primeiro ocorreu em junho de 2020 com a ausência de atualização de dados de óbitos e o segundo entre dezembro de 2021 e janeiro de 2022 quando não foi atualizado o número de casos confirmados da doença, sob a alegação de que o Ministério fora vítima de um ataque cibernético. O Abre, como editorial, ajudou ainda a elucidar como a evolução da pandemia se relaciona com os feriados prolongados, com a flexibilização de medidas sanitárias e a vacinação.

O projeto editorial passou por três reformas. A primeira foi a inclusão (ago. 2020) do bloco Governador Valadares (GV), Minas Gerais, pois há no município um *campus* da UFJF. Além da inclusão do bloco noticioso sobre GV, criou-se o Espiando, uma coluna que destacava a evolução da covid-19 em alguma cidade brasileira. A escolha editorial da cidade a ser noticiada era feita no dia da edição do boletim, sempre às quartas-feiras, e com um olhar sobre os pequenos e médios municípios brasileiros que estavam, naquele momento, de alguma maneira na agenda pública. A segunda ocorreu quando o bloco Destaque da Semana foi substituído pelo bloco Regiões do Brasil, na edição 38ª (13 out. 2021). A terceira reforma é sobre a periodicidade do boletim, que deixa de ser quinzenal e passa a ser mensal (edição 78ª,

3 mai. 2023), o que ocorre no momento da decretação do fim da Emergência Nacional e da Internacional. A reforma também ressignifica os blocos e, com isso, análises sobre a evolução dos registros de Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG) foram incorporadas ao boletim. O projeto editorial vigente, em dezembro de 2023, comporta sete blocos: Abre (editorial), Juiz de Fora, Regiões do Brasil, No Brasil, SRAG Minas Gerais, SRAG Brasil e Saúde e Inovação. As reformas editoriais do boletim acompanham a evolução da covid-19, o enfrentamento da pandemia e a sua inclusão como SRAG.

O projeto gráfico, por sua vez, não sofreu alteração desde a primeira edição, tendo fundo cinza claro, títulos dos blocos em letras em vermelho, ficha técnica e fontes ao pé do boletim. Os textos são em duas colunas em letras pretas, sendo o Abre sempre em uma coluna e acompanhado de imagem referente ao vírus da covid-19, e os blocos ilustrados por gráficos gerados pela JF. O bloco Saúde e Inovação traz sempre uma imagem relacionada ao conteúdo do texto seguindo a mesma diretriz que teve o bloco descontinuado Notícia Boa. As cores do boletim são as da logomarca da Plataforma JF®, cinza e vermelho.

O que sofreu alteração ao longo do tempo foi o modo de produção e o processo de edição. Entre a primeira edição (13 mai. 2020) e a oitava (19 ago. 2020), trocávamos, via aplicativo WhatsApp, textos do material que a equipe escrevia para que fosse feita leitura e revisão. Nosso tempo de edição era de 12 horas, além do tempo de produção para a redação dos textos. Na edição 9ª (2 set. 2020), começamos a produzir o boletim utilizando a versão gratuita do software *Notion* e aí nosso tempo de produção foi reduzido, ganhando em produtividade. Desde então, até a edição 85ª (6 dez. 2023), produzimos e revisamos os textos dentro do *Notion*, durante apenas o dia de edição e publicação, que é a primeira quarta-feira de cada mês. Com o uso do software de gestão de projetos, editamos em três horas.

A finalização, desde a primeira edição (mai. 2020), é feita no editor gráfico *Figma* e exportado em formato .pdf para facilitar a distribuição e o upload dos boletins para a Plataforma JF[©]. A produção segue um fluxo que começa na terça-feira, com a disposição dos blocos de texto no *Notion*, separados por seus responsáveis. Cada voluntário (professor/a ou estudante) é responsável por um ou dois blocos de texto de análise estatística. Cada texto passa por duas revisões, a primeira mais gramatical e jornalística e a segunda mais de conteúdo para controle de qualidade das análises. Quando finalizados, a editora recebe autorização e formata o boletim, que passa por nova revisão, desta vez mais focada na formatação e na estética. Após a revisão final, o boletim é liberado para divulgação e o *upload* para a aba dos boletins informativos é autorizado.

O trajeto Boletim Informativo – Notícia UFJF – Release e/ou Pauta – Veículo de Imprensa levou a entradas ao vivo em emissoras de rádio e em telejornais locais. Pela primeira vez, no dia 23 de junho de 2020, o professor Marcel Vieira participou ao vivo em debate na rádio CBN Juiz de Fora e, no dia 14 de julho de 2020, entrou ao vivo no telejornal da TV Integração, emissora afiliada da TV Globo com sede em Uberlândia (MG). Essas participações em veículos foram precedidas de *media training*, um serviço de imprensa prestado a autoridades e a especialistas que interagem com jornalistas. O foco do treinamento foi preparar o coordenador-geral e porta-voz da Plataforma JF[©], professor Marcel Vieira, para ser um comunicador de ciência, transmitindo mensagens de maneira simples, direta e eficiente a fim de que fosse levada informação séria e descomplicada à população. Em cenário de infodemia, é primordial que a informação promova o autocuidado e a prevenção da saúde, caminhando ao lado das premissas da comunicação de risco, conforme preconiza a OMS (2018), para que o cidadão compreenda o que está acontecendo e adote comportamentos de proteção. Ao mesmo tempo em que o foco era o esclarecimento sobre a

evolução da pandemia e a informação sobre autoproteção, mirava-se como objetivo que a Plataforma JF© se tornasse fonte de referência para dados e informações sobre covid-19 na cidade de Juiz de Fora. Em depoimento à revista Cidade Nova (jun. 2022), Marcel Vieira diz nunca ter dado tantas entrevistas e que já foi chamado de ‘o professor do covid’ (Monteiro, 2022). O conceito comunicacional da plataforma é a prestação de serviço público e, portanto, a coerência com o valor escolhido para identificar a equipe JF – informação salva vidas!

Como apontado por Faria e Duarte (2010, p. 361), na preparação de um *media training* deve-se priorizar a clareza e a firmeza na fala, e a postura corporal. No desenrolar das simulações e das reuniões preparatórias, também houve recomendação sobre vestuário adequado a cada tipo de entrevista/emissora, a cor apropriada de roupas para os vídeos gravados em casa, o tom de voz cadenciado, o uso de dados atualizados oriundos da plataforma, e orientação sobre as possíveis perguntas resultantes da pauta e da agenda da imprensa no momento da entrevista. A presença da Plataforma JF© e de seu porta-voz na mídia cresceu e, até dezembro de 2023, já estão contabilizadas 232 aparições, sendo 25 entrevistas ao vivo ou gravadas para televisão, seis participações em rádio, uma participação em revista, e 179 matérias em sites noticiosos. Esses dados são do Inventário. Quando uma autoridade cria uma relação de confiança que produza ressonância junto aos cidadãos, na visão de Duarte (2011) e Kunsch (2003), esse porta-voz adquire legitimidade. Como hipótese, entende-se que a continuidade e a constância da aparição em veículos de imprensa consolidaram a Plataforma JF© como fonte e referência para a comunicação de informação qualificada sobre a pandemia. A relação de confiança firmou a presença pública do porta-voz, o que contribuiu para trazer clareza num cenário de infodemia. Essa legitimidade também deu ciência à equipe JF de sua responsabilidade pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil foi severamente impactado pela covid-19. A Plataforma JF© acompanha a evolução da pandemia desde o começo e se fez presente publicamente por intermédio do acesso gratuito à plataforma e da publicação do Boletim Informativo, numa contribuição pública e social com o intuito de construir capacidades para o autocuidado, para a prevenção e a preservação da vida. Os dados sobre a presença da JF na mídia e sobre o número de acessos à plataforma indicam que o valor-notícia de seleção - morte (Traquina, 2005, p. 79) é a base que molda a curva das aparições e das consultas. As aparições em televisão estão alinhadas com os picos de casos e óbitos e as ondas da pandemia, conforme apontam os dados do Inventário, que elencam ao menos uma aparição por mês, no ano de 2021 e aparições pontuais em 2020 e em 2022, apenas em picos e ondas de novas variantes do coronavírus. O número de acessos à plataforma também é influenciado positivamente pela quantidade de casos e óbitos, conforme análise de Oliveira (2023). Portanto, quanto mais casos/mortes, mais acesso à plataforma e mais aparição em veículos noticiosos.

Essa equação traz à tona a responsabilidade social para com a informação e Jorge Duarte (2011) enfatiza que, para atuar em comunicação pública, quatro pré-requisitos são necessários: transparência, acesso, interação e ouvidoria social. De modo crítico-reflexivo, este relato de experiência permite identificar que no quesito transparência, a Plataforma JF© oferta informação, oportuniza o acesso, e incorpora o valor ético da informação qualificada como dever. No quesito acesso, a plataforma busca inovação, a fim de facilitar a obtenção de informação sobre covid-19 e SRAG por parte da sociedade, mas reconhece que é preciso avançar em acessibilidade, por exemplo. No quesito interação, a plataforma quer fortalecer laços com outros entes públicos com o objetivo de produzir e entregar serviços/produtos que apoiem a tomada de decisão seja in-

dividual e/ou coletiva. E quanto ao quesito ouvidoria social a JF ainda não realizou sondagens que permitissem compreender como os públicos reagem ao serviço ofertado, ainda que, até o momento, a Plataforma JF® conte com mais de 6 mil 300 acessos regulares, de 37 países e de 381 municípios brasileiros diferentes.

A covid-19 é uma enfermidade que veio para ficar e que tem deixado sequelas e efeitos de médio e longo prazos nas pessoas que sofreram com a doença, mesmo com o fim da Emergência de Saúde Pública por parte da OMS em maio de 2023. Prevenção e autocuidado são medidas que estão dentro das capacidades individuais de enfrentamento, mas é preciso medidas coletivas que são parte da responsabilidade e dever do gestor público em todas as esferas de governo. A equipe JF busca novas frentes para ampliar e crescer sua atuação, tendo, nesses mais de três anos, participado em dez eventos acadêmicos e científicos com e-pôster, palestra, mesa-redonda e produção científica. Os integrantes da JF sabem que é preciso avançar, relatar a experiência e produzir mais conhecimento, pois muito ainda há o que progredir na comunicação da Plataforma JF Salvando Todos®, assim como em seu desenvolvimento, a fim de continuar prestando serviço de informação pública à sociedade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Portaria GM/MS nº 913, de 22 de abril de 2022. Declara o encerramento da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da infecção humana pelo novo coronavírus (2019-nCoV) e revoga a Portaria GM/MS no. 188, de 3 de fevereiro de 2020. **Diário Oficial da União**, Brasília, edição: 75-E, seção: 1 – Extra E, p. 1, 22 abr. 2022.

CRODA, Julio *et al.* COVID-19 in Brazil: advantages of a socialized unified health system and preparation to contain cases. **Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical**, [S. l.], v. 53, 17 abr. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0037-8682-0167-2020>. Acesso em: 10 abr. 2024.

DALTRO, Mônica Ramos; FARIA, Anna Amélia de. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 223–237, 2019. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/revispsi/article/view/43015>. Acesso em: 23 nov. 2023.

DIAS, Luiz Carlos. **Apenas a OMS pode decretar o fim da pandemia!** Os Acadêmicos: Academia Brasileira de Ciências, 19 abr. 2022. Disponível em: <https://www.abc.org.br/2022/04/19/apenas-a-oms-pode-decretar-o-fim-da-pandemia>. Acesso em: 10 abr. 2024.

DUARTE, Jorge. Release: história, técnica, usos e abusos. In: DUARTE, J. (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2010. p. 307-325.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do conceito de comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida. **Comunicação Pública, Sociedade de Cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Editora Difusão, 2011. p. 121-134.

EQUIPE JF. Descreve, demonstra, instrui – Estatística Rt: Quem infectou quem? **Plataforma JF**, Juiz de Fora, 2020. Disponível em: http://jfsalvandetodos.ufjf.br/Descreve_Demonstra_e_Instrui_Estatistica_Rt_Quem_Infectou_Quem.pdf. Acesso em: 10 abr. 2024.

FARIA, Armando Medeiros; DUARTE, Jorge. Media Training: capacitando fontes e porta-vozes. *In*: DUARTE, Jorge. (org.) **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2010. p.360-371.

FERRARI, Alfonso Trujillo. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: McGraw-Hill, 1982.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Perguntas e Respostas sobre o Coronavírus SARS-CoV-2 e a doença Covid-19, ativo e com atualização constante desde 2020. **Portal Fiocruz**, [s.d.]. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/coronavirus/perguntas-e-respostas>. Acesso em: 10 abr. 2024.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. **Nota Técnica Nº2/2022**. Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) - GT Retorno às Atividades Escolares Presenciais. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2022. Disponível em: https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/documentos_2/nota_tecnica_gt_escolas100322.pdf. Acesso em: 10 abr. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35. n. 2, p. 57-63, 1995.

KONRATH, Andrea *et al.* Desenvolvimento de Aplicativos Web Com R e Shiny: inovações no ensino de Estatística. **Abakós**. Belo Horizonte, v. 6,

n. 2, p. 55-71, mai. 2018. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/abakos/article/view/14998/13200>. Acesso em: 10 abr. 2024.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MONTEIRO, Gustavo. A informação salva vidas - Plataforma de dados da Universidade Federal de Juiz de Fora se consolida como ferramenta pública de conscientização e prevenção durante a pandemia. **Revista Cidade Nova**, Vargem Grande Paulista, p. 14-15, jun. 2022. Disponível em: https://www.cidadenova.org.br/revista/edicoes/2022/674/3410-a_informacao_salva_vidas. Acesso em: 10 abr. 2024.

MOREIRA, Sônia Virginia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

MUSSI, Ricardo; FLORES, Fábio Fernandes; ALMEIDA, Cláudio Bispo de. Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. **Práxis Educacional**, Vitória da Conquista, v. 17, n. 48, p. 60-77, 2021. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/praxis/article/view/9010>. Acesso em: 23 nov. 2023.

OLIVEIRA, Lucas Teixeira. **Fatores associados aos acessos de informação sobre covid-19: abordagem utilizando análise de correspondência**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Estatística) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/15454/1/lucasteixeiraoliveira.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2023.

OMS - Organização Mundial de Saúde. **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: um guia da OMS para políticas e prá-**

ticas em comunicação de risco de emergência. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2018.

OPAS - Organização Pan-Americana de Saúde. OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de importância internacional referente à COVID-19. **OPAS**, [S. l.], 5 maio 2023. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em: 23 nov. 2023.

PAHO/WHO. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. **Saúde Digital**, n. 5, 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=16. Acesso em: 10 abr. 2024.

PLATAFORMA JF – **Plataforma Análise Estatística da Covid-19**. Juiz de Fora: UFJF, 2020. Disponível em: <http://jfsalvandetodos.uff.br/#/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

QUINTÃO, Aylê-Salassié. A tangibilidade do release e seus efeitos mobilizadores. In: MONTORO, Tania (org.). **Comunicação, Cultura, Cidadania e Mobilização Social**. Brasília: UnB; UFBA-UNEB-CECUP-UNICEF, 1997. v. 2. p. 107-119.

SANTANA, Marttem Costa. Como elaborar um artigo com Relato de Experiência? Um relato metodológico de um pesquisador-extensionista. In: ASENSI, Felipe (org.). **Pensando a Produção Acadêmica**. Deerfield Beach, FL: Pembroke Collins, 2022.

SENADO FEDERAL. CPI Pandemia. **Relatório Final do Senado Federal da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia** (Instituída pelos Requerimentos nos 1.371 e 1.372, de 2021), votado em 26 de outubro de 2021. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/10/relatorio-final-renan-calheiros-cpi.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2024.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005. v. 2.

UFJF - Universidade Federal de Juiz de Fora. Plataforma virtual mostra crescimento do novo coronavírus. **UFJF**, Juiz de Fora, 2 abr. 2020. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2020/04/02/plataforma-virtual-mostra-crescimento-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 10 abr. 2024.

VERA, Armando Asti. **Metodologia da pesquisa científica**. Porto Alegre: Globo, 1974.

VIEIRA, Marcel. **Plataforma JF**: estatística da saúde ao alcance de todos. Palestra no auditório do Departamento de Estatística, Instituto de Ciências Exatas, Universidade Federal de Juiz de Fora. Transmitida ao vivo pelo Instagram da Plataforma JF, 26 out. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/jfsalvandetodos>. Acesso em: 26 out. 2023.

WHO. **WHO COVID-19 Dashboard**. Situation by Region, Country, Territory & Area. Geneva: World Health Organization, 2023. Disponível em: <https://covid19.who.int/table>. Acesso em: 19 nov. 2023.

ZARACOSTAS, John. How to fight an infodemic. **The Lancet**, [S. l.], v. 395, ed. 10225, p. 676, feb. 2020. Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext). Acesso em: 10 abr. 2024.

CAPÍTULO 5

ENXAMES, IMUNIDADES: FUTUROS IMAGINADOS PELA FICÇÃO BRASILEIRA APÓS A PANDEMIA DE COVID-19

Juliana Krapp

Introdução

O mundo é um nó em movimento.

Donna Haraway

“Esta deve ser a primeira vez na história que o ser humano vivencia a aguda finitude do mundo”, sentencia a autora polonesa Olga Tokarczuk (2023), em ensaio escrito durante a pandemia de covid-19. O acelerado processo de globalização e a marcha do capitalismo tardio nos deixou diante de uma nova experiência histórica do ser humano. Por um lado, a oferta abundante de serviços, mercadorias, informações, possibilidades. Por outro, para os nossos cinco sentidos, o planeta parece ter encolhido. A imaginação tornou-se dispensável, já que tudo está ao alcance dos celulares. E o sentimento de estar no mundo, atravessado por uma espécie de claustrofobia: “a sensação da superlotação, do espaço limitado, do acanhamento, da constante presença dos outros” (Tokarczuk, 2023).

A alteração dramática nos modos tradicionais de perceber o ser humano ocorre não apenas em função de inúmeras crises sobrepostas — o colapso climático, a pandemia, as corridas migratórias, a necessidade de pôr em xeque o desenvolvimento econômico. Mas, também, devido ao nosso “novo reflexo no espelho”, indica Tokarczuk. Ou seja, a cons-

ciência, tão recente quanto revolucionária, de que somos um ente mais coletivo do que individual. Até bem pouco tempo atrás, o homem ainda pairava em nossa imaginação como um conquistador singular, separado do mundo, monolítico e detentor de autoridade sobre o resto do universo. E então, subitamente, é necessário assumir a nossa dependência de outros seres. Admitir a enorme complexidade orgânica embutida na constatação de que o corpo de uma pessoa possui apenas 43% de células humanas. E, também, a forma como podemos, facilmente, ser “colonizados” por outros seres — inclusive em larga escala, como nos mostrou a pandemia. Eis as novas perspectivas que adotamos para enxergar o mundo, indica a autora: “Já não somos um bionte, mas um holobionte, ou seja, um grupo de vários organismos que vivem em simbiose. Justaposição, multiplicidade, diversidade, influência mútua, metassimbiose” (Tokarczuk, 2023).

Trata-se, afinal, de assumir que o “Terrestre” (ou Gaia) é um novo ator político, como define Bruno Latour (2020, p. 52). A profunda erosão do solo comum, a perda de terra estável que se avoluma como fenômeno incontornável de nossos tempos nos leva a um Novo Mundo, mas bem diferente daquele desenhado pelos modernos. Este é um mundo em que a geografia física é indissociável da geografia humana; em que o espaço não é mais apenas pano de fundo para a ação humana, mas sim “uma história agitada da qual nós somos meros participantes entre outros” (Latour, 2020, p. 53-54). Um mundo em que a consciência da complexidade orgânica do todo e da nossa dependência de outros seres faz emergir — ou deveria — o conceito de simbiose, cooperação, enxame, como sugere Tokarczuk (2023).

Talvez não seja à toa que abelhas tenham papel de destaque em duas obras literárias publicadas recentemente no Brasil. Em “A extinção das abelhas” (2021), de Natalia Polesso, o desaparecimento desses insetos é importante marcador do colapso que arruina a vida como a conhece-

mos hoje, dando espaço a um cenário distópico pós-pandemia. Já em “Bugônia”, novela que integra “O deus das avencas” (2021), de Daniel Galera, as abelhas são elemento essencial à sobrevivência de uma comunidade que resiste, isolada, num cenário pós-apocalipse, em que os vírus são ameaça permanente.

Neste trabalho, vamos examinar como esse “novo reflexo no espelho” apontado por Tokarczuk surge nessas duas obras literárias de autores brasileiros contemporâneos. Para isso, numa investigação de reflexão teórica e de perfil ensaístico, recorreremos a conceitos propostos por pensadores que têm se debruçado sobre questões do tempo presente. Interessa-nos buscar vestígios sobre como as ameaças à ideia de saúde coletiva emergem dessas narrativas ficcionais, já tão marcadas pelo contexto atual, ou seja, pelos impactos da pandemia e pelo recrudescimento das crises contemporâneas no imaginário em comum. Estamos levando em conta que o discurso literário é dimensão importante no processo de construção dos imaginários e da memória coletiva. E que, por isso, observar as formas como a prosa brasileira tem criado tramas em que a erupção de ameaças graves à saúde é elemento-central pode oferecer rastros interessantes sobre a produção de sentidos que emerge no bojo deste “Novo Mundo” ao qual se refere Latour. Um mundo atravessado por catástrofes, em que as dimensões de “risco” (Castiel; Guilam; Ferreira; 2010) que se associaram à ideia de “saúde” nas últimas décadas deslocam-se do escopo de escolhas individuais, ou seja, da preponderância do nexos causal entre hábitos de vida e doenças orgânicas, para a ameaça constante de riscos de grandes dimensões — cujas consequências não podem ser aplacadas por medidas de prevenção individual. Ao mesmo tempo, um acontecimento como a pandemia de covid-19 enfatiza as consequências das ações individuais sobre as possibilidades de vida dos outros — consequências que se dão no presente imediato, e não mais no decorrer do tempo. Consequências que reiteram o quanto a vida individual é inextricável da coletividade.

Um lugar chamado Saúde

Na zona central da cidade do Rio de Janeiro, há um bairro chamado “Saúde”. Às margens da Baía de Guanabara, desdobra-se em ladeiras de sobrados coloridos e calçamento pé-de-moleque. É, hoje, uma zona boêmia e festiva, que guarda em sua geografia muitas marcas e camadas da História. Integra a chamada “Pequena África”, nome dado pelo artista Heitor dos Prazeres (1898-1966) ao conjunto de bairros da região portuária cuja história está intimamente ligada ao tráfico transatlântico de escravizados, mas também à resistência da cultura negra (Muhcab, s.d.). É ali, na Saúde, que ficava o Cais do Valongo: maior porto de desembarque de africanos escravizados nas Américas. Recebeu milhares deles, entre o final do século XVIII e o início do século XIX. E foi também ali que o samba, em seu formato carioca, foi em grande parte gestado.

A cada sábado, guias circulam com visitantes em roteiros-aula a céu aberto, narrando como aquele bairro — a “Saúde” — foi palco de inúmeras atrocidades, ao receber os sobreviventes das longas e terríveis travessias do Atlântico. Este nome, “Saúde”, deve-se provavelmente à presença da Capela de Nossa Senhora da Saúde, erguida no século XVIII. Mas talvez o nome também tenha a ver com a existência de um lazareto (Biblioteca Nacional, 2020), espécie de hospital onde ficavam em quarentena os escravizados que chegavam doentes da travessia. No mesmo bairro, havia as “casas de engorda”, local onde eram alimentados para serem vendidos. Os escravizados, afinal, tinham seu valor de venda aferido em arrobas, num dos inúmeros marcadores de seu processo de desumanização pelo universo escravocrata. Não é coincidência que, em 2022, o então presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, tenha repetido uma afirmação racista que já havia feito anteriormente, dizendo que pessoas negras são pesadas em arrobas (Teixeira, 2022). Ontem como hoje: no biopoder, a função do racismo é regular a distribuição de morte.

O bairro da Saúde e a região da Pequena África são um território

em litígio, costumam dizer os guias. Alvo de intenso processo de gentrificação e de cobiça, cenário que ganhou visibilidade (sob a égide da racionalidade neoliberal) durante as obras para os megaeventos da década de 2010, território de resistência e de reinvenção há séculos. Difícil não fazer uma associação com a própria ideia de “saúde”, e a intrincada rede de disputas de imaginário quanto a ela, na arena pública. Esta breve digressão toponímica, afinal, é uma alegoria para trazer ao corpo do texto um elemento-chave a qualquer tentativa de olhar a saúde pelo viés do coletivo: a necropolítica. Políticas de morte; a soberania como detentora do poder e da capacidade de determinar quem pode viver e quem deve morrer (Mbembe, 2016).

Durante a pandemia de covid-19, a expressão “necropolítica” frequentou com assiduidade textos jornalísticos e de opinião, análises e relatos que buscaram lançar luz às múltiplas dimensões envolvidas na intensidade com que a crise sanitária assolou o Brasil. Apenas cerca de 100 anos nos separavam, afinal, de outra epidemia com altíssimas taxas de mortalidade: a gripe espanhola. E, no entanto, a sociedade brasileira mostrou que não pôde tomar lições da “espanhola” que se tornassem úteis ao enfrentamento da covid-19. Em “A bailarina da morte: a gripe espanhola no Brasil” (2020), Lilia Schwarcz e Heloisa Starling dão provas de como as atitudes negacionistas de médicos e governantes, a inércia das autoridades e o massacre especialmente de populações mais vulnerabilizadas foram semelhantes em uma e em outra. Na história brasileira, afinal, a ideia de “saúde” muito frequentemente é usada em prol das políticas de morte. Quando as autoridades transferiram da Praça XV para o Cais do Valongo o ancoradouro de barcos vindos da África, um dos motivos foi que o fluxo de moradores havia aumentado muito nos arredores da atual Rua Primeiro de Março, e que a presença de tantos escravizados poderia gerar o contágio de doenças entre a população. No século XVIII, assim como no XXI, era política de Estado regular a distribuição de morte.

Mas talvez seja hora de retornar ao papel da ideia de “saúde” nos processos de subjetivação. Importante frisar que os sentidos de “saúde” são configurados social, histórica e culturalmente (Czeresnia; Maciel; Oviedo, 2013, p. 12). E, assim, os estados de saúde e de doença não devem ser considerados de forma cristalizada, mas sim processual e dinâmica. Se observarmos o transcorrer do último século, podemos identificar mudanças significativas na nossa relação com esses conceitos.

O modelo biomédico e a organização da saúde pública como diretamente ligados às técnicas disciplinares e à vigilância, ao exercício do biopolítico como forma de estabelecer controle sobre as populações, como indica a análise foucaultiana. A saúde como processo muito além do biológico, envolvendo múltiplas dimensões: direito ao lazer, ao trabalho, à democracia, à qualidade de vida. A determinação social como agente ativo no processo saúde-doença. A tecnologia médica, com suas prescrições e dispositivos, modulando cada vez mais o cotidiano. O crescimento do discurso do risco fazendo com que a doença paire como uma ameaça sempre presente; e, com isso, influenciando processos de subjetivação e modos de vida, formatando a importância de escolhas individuais para a garantia do bem-estar. Processos históricos e culturais que têm desenhado e transformado nossas percepções sobre os conceitos de saúde e de doença.

E, no entanto, o desmoronamento de um solo em comum — a sensação generalizada de carência de terra firme — talvez nos acene com outras fronteiras para a ideia de saúde e de bem-estar. Que tipo de “saúde” pode emergir de nosso “novo reflexo no espelho”, a apontar para a interdependência e para o entrelaçamento de múltiplas formas de vida, com as quais teremos de aprender a conviver, para garantir nossa própria perpetuação? A experiência da pandemia, o colapso climático, o acentuamento dos fascismos e autoritarismos nos últimos anos, a chamada “pós-verdade”, o fenômeno da infodemia: que tipo de “saúde”, como direito coletivo, poderá ser reivindicado pelas gerações futuras?

Não é à toa que a filósofa feminista Donna Haraway arriscou alienar seu “velho *doppelgänger*, o ciborgue, na tentativa de convencer os leitores que os cachorros podem ser guias melhores para os emaranhados da tecnobiopolítica no Terceiro Milênio da era atual” (2021, p. 18-19). Se, em seu clássico “Manifesto ciborgue”, ela diagnosticava uma transição política do biopoder ao tecnobiopoder, em “O manifesto das espécies companheiras” (2021) reivindica a percepção de uma “alteridade significativa”. Ou seja, a implosão da ideia de que “natureza” e “cultura” são polos opostos ou categorias universais. Em vez disso, pensa em termos de conexões parciais, nas quais os atores não são nem todo, nem parte.

Após décadas investigando o binarismo natureza/cultura, Haraway investe na indissolubilidade desses dois polos do pensamento moderno, passando a usar com profusão o termo “natureza-cultura”.

Seu intuito é suspender a operação que separa o que seria natural do que seria cultural: as trajetórias de vidas humanas, caninas, ou de qualquer outro ser, são sempre naturais-culturais. Isto é, são produto e produtoras de naturezas-culturas em que a vida individual é inextricável da coletividade e a existência de uma espécie depende incontornavelmente de suas relações com outras espécies e com os ambientes. Para as naturezas-culturas humanas, isso significa que o humano é inseparável do mais que humano (Silva, 2021, p. 181).

“O mundo é grande, vasto e cheio de vida assertiva”, diz Haraway (2021 p. 42), lembrando que os órgãos sensíveis à luz das lulas só se desenvolvem se elas receberem uma colônia de bactérias luminescentes. Que o tecido do intestino humano não se desenvolve normalmente sem colonização de sua flora de bactérias. Que a diversidade de formas animais na Terra só pôde emergir na sopa bacteriana do oceano. Isso que chamamos “saúde”, pois — e que não é o oposto de doença, mas sim algo muito mais amplo —, só floresce no cerne da contraditória trama dos

relacionamentos e alianças, nas “preensões” e movimentos para alcançar uns aos outros. Uma coreografia que, talvez possamos dizer, é o que eventualmente também reluz na literatura ficcional.

Feras que espreitam ruínas

“A extinção das abelhas” (2021), segundo romance de Natalia Borges Polessio, é dividida em três partes. Na primeira, somos apresentados a Regina, protagonista e narradora da maior parte do livro. Aos 40 anos, vive sozinha numa casa que precisa de reformas, num bairro imerso em abandono. É diabética e hipertensa, mas não pode mais contar com o sistema público de saúde, então suborna uma enfermeira para conseguir seus remédios. Não tem emprego fixo, vive de pequenos serviços. Foi abandonada pela mãe quando ainda criança, e perdeu o pai no começo da vida adulta. Sua namorada, uma mulher de 60 anos, também decide partir, após ser demitida da faculdade onde dá aulas. A solidão é um traço marcante na composição da personagem.

Pouco a pouco, a narrativa descortina o cenário distópico em que se instaura o romance. A necropolítica se desdobra em mecanismos ainda mais acentuados do que os que vemos hoje. A cidade em que vive a protagonista, ao Sul do país, foi dividida em zonas, que oficializam a segregação. Cada zona conta com esquema próprio de segurança e proteção. Os mais ricos vivem isolados em condomínios, que funcionam como mini cidades; os mais pobres precisam se revezar em guaritas ou em barricadas improvisadas; em muitas zonas, milícias supostamente cuidam da segurança. A comida está tão contaminada que as sementes desapareceram das poucas frutas que restam à venda. Não há empregos, e sim desamparo e violência. O lixo se acumula nas ruas. Um “colapsômetro” é inaugurado em Davos, com estardalhaço, indicando as temperaturas em diferentes lugares do mundo; os limites deveriam ser respeitados por todos — caso contrário, o país ou a região sofreriam sanções.

O colapso ambiental está acrescido do descrédito na ciência e de uma espécie de anestesia, ancorada na espetacularização promovida pelo regime hegemônico do pós-capitalismo. “Estávamos mesmo na era do espetáculo de circo, na coisa material óbvia e redundante, só palavras não davam conta”, resigna-se Regina. Por isso era preciso criar monumentos, como o colapsômetro, para que as pessoas acreditassem nas palavras, nas promessas. Relatórios e pesquisas haviam sido banidos dos debates oficiais.

Desamparo e desesperança emergem na narrativa. Um desencanto do mundo. Nos termos de Jonathan Crary: terra arrasada, ou seja, “o sufocamento da esperança, o cancelamento da possibilidade de restauração ou cura do mundo” (2023, p. 65). Apesar de ser uma obra que imagina um futuro ainda fictício, há muitos traços em “A extinção das abelhas” que já são identificados em nossos tempos pelo crítico de arte americano. A homogeneização interminável da experiência, a anestesia parcial que se tornou necessária para a sobrevivência, a desintegração de formas de solidariedade social, a erosão de um senso mínimo de estabilidade. A “patologia da internet”; não aquilo que está “transacionado em seus circuitos menos acessíveis, mas na naturalização do modo como nossas necessidades, desejos e afeições são desviados ou apartados do compromisso com o cuidado com um mundo vivido em comum com os outros” (Crary, 2023, p. 47).

Grande parte dos capítulos breves que formam a primeira parte do livro é encadeada como se fossem cartas de Regina para a mãe desaparecida, de quem a protagonista guarda uma única fotografia. São textos em que concilia descrições sobre o mundo colapsado a relatos mais pessoais. Entremeadas às narrativas em que a narradora é a própria Regina, irrompem capítulos em que é sua mãe, Lupe, a personagem em foco. Jamais fica claro se essa linha da trama seria um exercício de imaginação de Regina, inventando uma memória para a mãe ausente.

A segunda parte da obra consiste em uma espécie de colagem que mescla trechos de notícias, relatórios científicos, relatos que parecem excertos de diários, microficcões. Juntos, dão dimensão da escalada apocalíptica que dá base ao livro. E a terceira parte do romance acompanha a corrida de Regina pela sobrevivência, após uma série de acontecimentos que aprofundam ainda mais o colapso em que já viviam, por exemplo, a explosão de um novo sol.

Estruturas e mecanismos narrativos à parte, nos interessam aqui algumas dimensões do romance. Primeiramente, o próprio exercício de fabulação, a projetar um cenário que, apesar de fictício, é perfeitamente crível. Um alerta para nossos dias:

Depois da morte das abelhas, colmeias artificiais foram criadas. Elas têm o formato clássico por motivos comerciais e afetivos. O mel produzido com a glicose do açúcar de cana é produzido artificialmente. Dizem que um zumbido constante atravessa os campos-fábrica e que os funcionários colhem o mel com roupa apropriada, telas no rosto, respiradores e luvas, isso para não contaminarem o néctar com o choro da ausência e do arrependimento. E para não se contaminarem com o veneno no ar. Depois da morte das abelhas, os homens ficaram mais sensíveis e começaram a tomar probióticos para aliviar os sintomas da febre gastrointestinal, mas morrem do mesmo jeito. Depois da morte das abelhas, repensaram os limites do consumo, mas já não havia muito (Polesso, 2021).

Outro aspecto de destaque é como o romance tensiona a impossibilidade de qualquer aliança social ou afetiva mais duradoura. Os laços comunitários parecem ter sido abolidos. Sem família de sangue, Regina tem como pessoas próximas apenas Denise e Eugênia, um casal de vizinhas, que a adotam como a uma filha. Elas são mães de Aline, que Regina considera como irmã. Ainda assim, conflitos ideológicos perturbam a relação com essa família postiça.

O impacto do complexo cibernético sobre o mundo produz, “de forma esmagadora, subjetividades autocentradas incapazes de imaginar objetivos e resultados que não aqueles consagrados ao privado, ao individual”, sugere Crary (2023, p. 31). Nesse sentido, o mundo desenhado pelo romance de Polessio é um reflexo do enfraquecimento da solidariedade do grupo.

Não à toa, o grande companheiro de Regina é uma fantasmagoria. Paranoia, seu gato, morre logo no início da trama; mas está sempre presente: uma companhia-ameaça. Regina o vê por acaso, engana-se, ouve seu miado, pressente sua presença. Paranoia é o gato-fantasma que encarna o próprio paradoxo da impressão que o mundo estende sobre Regina, e que balanceia entre a ameaça constante e o desejo de movimento em direção ao outro. Paranoia morreu, então vê-lo e ouvi-lo é, também, sintoma do adoecimento ao qual o atual estado das coisas lançou a personagem. Mas Paranoia, o gato morto, é também o lampejo de vida selvagem — e encarnação da intimidade compartilhada — que ainda preserva em Regina o vislumbre de sua própria subjetividade.

Quando tenta elaborar um gesto de solidariedade, Regina esbarra num desfecho terrível. Dona Norma é uma catadora de lixo a quem se afeiçoa. Tanto que a convida para morar em sua casa. Eugênia e Denise a advertem: Regina não deveria se meter com a catadora; não é problema seu. Mas a protagonista insiste, e Dona Norma aceita. Um dia, porém, a casa pega fogo. Regina está fora, havia deixado a convidada trancada, pois tinha medo de que ela, ingênua, abrisse a casa para estranhos, expondo-as a algum perigo. Dona Norma morre no fogo, e é assim, com Regina mergulhada no horror, na culpa e no desespero que se encerra a primeira parte do livro.

O filósofo Roberto Esposito (2010) tem traçado uma revisão do conceito de comunidade, associando-a à ideia de imunidade. Ele atribui à *communitas* o sentido de uma associação humana baseada na pertença

mútua, uma partilha, uma dádiva recíproca. Um compromisso com o outro, porém baseado, também, na comum expropriação das suas subjetividades. A comunidade seria, pois, também o conjunto de pessoas ligadas por estarem em débito, em dívida permanente. Já a imunidade representaria o seu inverso: o aparecimento de uma associação humana não comunitária, cuja fonte se encontra não na gratuidade de uma dádiva recíproca, mas na impossibilidade de qualquer relação de gratuidade. A imunidade isenta o indivíduo da dívida; porém, ela própria se ampara na violência. Ela libera da convivência compartilhada e do dever do dom, do débito para com a comunidade, protegendo do perigo representado pelo contato com o outro. Mas, justamente por isso, abole as possibilidades de convivência.

Em “A extinção das abelhas”, o paradigma imunitário desenha-se não apenas na quase total impossibilidade de se tramarem relações de partilha num mundo em ruínas, mas também pelo impacto das violências que tentam extirpar do corpo social as ameaças de inimigos fictícios, de corpos e sexualidades considerados diferentes. “No Brasil, foi criado um jogo (...), cujo objetivo é perseguir mulheres lésbicas e trans e homens trans. O governo se absteve de agir. (...) Disseram que a existência do jogo era mentira. Os assassinatos, desaparecimentos, agressões e violência sexual cresceram” (Polesso, 2021).

No acentuado paradigma imunitário do futuro distópico projetado pelo romance, a desinformação alimentada pelos fascismos enfatiza ainda mais o horror de um mundo que vê seus recursos se extinguirem. “Querem matar a gente pra continuar vivendo impunemente no planeta. Como gafanhotos, hienas, predadores, parasitas, gente ruim” (Polesso, 2021), afirma Regina. “Querem matar a gente”: quem quer? O mundo convulsionado e violento que se desdobra na narrativa deixa claro que não se trata de uma guerra tradicional ou de inimigos claros.

Naquele futuro distópico, os dispositivos e aparatos legitimados

de autoridade e a própria ideia de “soberania” já não retêm o poder decisório entre as pessoas que devem viver e as que devem morrer. Vale lembrar um alerta de Mbembe (2016): a noção de biopoder tem sido insuficiente para explicar as formas contemporâneas de subjugação da vida ao poder da morte.

Regina faz a afirmativa acima quando está num carro em fuga para uma região rural da Argentina, ao lado de uma amiga que a resgatou, ferida e faminta, numa construção em escombros. Ante o silêncio atordoado da companheira, Regina narra que sempre havia imaginado que o fim do mundo seria despertado por algum fenômeno como a colisão de um planeta com a Terra, a explosão de usinas nucleares ou mísseis lançados num arranjo terrorista. Mas não. “Foi um golpe. Pirotécnico. Mentiras elaboradas com consequências mundiais”, define. “A nova arma de destruição de massa: a mentira. Uma construção ao mesmo tempo tosca e refinada.” E, claro, uma referência às consequências disso que alguns chamam pós-verdade.

Por fim, há ainda outra dimensão do romance que precisa ser examinada. No passado Lupe, a mãe de Regina, abandonou a família para viver com o circo. Um clichê. E, por isso mesmo, um contraponto à atmosfera de niilismo e desencanto que marca a narrativa central. Lupe se deixa seduzir pela figura da Conga, a mulher-gorila, personagem ao mesmo tempo apavorante e erótica. Personagem de circo que é, também, símbolo de misoginia. Mas Lupe não deixa a família para se submeter ao regime de um único circo, e sim para viver de forma errante, enquanto estabelece laços provisórios — porém exuberantes — por onde passa.

As infiltrações de Lupe na narrativa que tem Regina como protagonista são como formas de dilacerar o sufocamento e a apatia do universo pós-pandemia descrito pelo romance. Não que a história de Lupe seja forjada por momentos gloriosos ou arrebatadores; há, na verdade, muito sofrimento: a perda de uma perna num acidente, por exemplo. Mas há,

também, a possibilidade de deslumbramentos a espreitar as experiências; há a insistência em não se deixar domesticar e submeter; há um constante impulso de vida, que faz com que a Lupe se lance aos riscos, em vez de tentar controlá-los. Há, enfim, a busca por “saúde”, incluindo o tramar e o destramar de alianças intrínsecas a esse vitalismo.

Lupe e sua fantasia de mulher-gorila, que preserva consigo até a morte, em suas errâncias pelo mundo. Regina e seu fantasma de um gato morto, que a persegue dentro de seu quase cativeiro (a protagonista, afinal, quase não sai de casa). Talvez não seja por acaso que a fantasia da animalidade — uma animalidade que, porém, não é real; não implica efetivamente o contato com essa espécie outra — habite essas duas faces do mesmo romance.

Em “A extinção das abelhas” quase todas as personagens — e todas as de destaque — são mulheres. Não foi, claro, escolha ocasional. Não abordaremos, porém, esta dimensão neste texto. Mas importante frisar que, na etapa final do romance, Regina é resgatada por uma conhecida, e acolhida por um grupo de mulheres que integra uma rede clandestina. Elas partem por uma viagem pela América do Sul — como Lupe fizera anos antes, mesmo que Regina não saiba. As relações que se estabelecem na viagem, com as novas companheiras, são repletas de atritos, desconfianças, mal-entendidos. Mas, também, de plenitude. Numa região rural da Argentina, à beira de um lago, o grupo de mulheres experimenta algo parecido com o bem-estar. Uma sensação quase desconhecida para Regina. É uma comunidade precária, instaurada de forma provisória. Ainda assim, comunidade. Um gato surge na casa. Elas decidem adotá-lo.

Um pacto reescrito a todo instante

“Bugônia” é a terceira — e última — novela de “O deus das avenças” (2021), livro de Daniel Galera. A trama transcorre no “Topo”, onde

resiste o “Organismo”: uma pequena comunidade de pessoas que sobreviveram ao colapso climático e à chamada “peste de sangue”. Vivem isoladas do resto do mundo, em simbiose com a natureza e com as colmeias de abelhas. São elas, as abelhas, que fabricam um mel especial que protege dos vírus que assolam o planeta, devastando as populações. Isso só é possível, porém, se o Organismo alimentar a cooperação com oferendas: cadáveres. Corpos de integrantes da comunidade que morreram naturalmente, e que são, então, oferecidos às abelhas. Estas, em troca, fabricam o necromel, única substância capaz de imunizar contra a peste do sangue. “Bugônia” fabula um mundo onde já não vigora o antropocentrismo, e onde a ideia de “saúde” está diretamente relacionada ao equilíbrio, sempre mutável, e à comunicação com o meio ambiente. “A aliança, não cansa de ensinar a Velha, é um pacto reescrito a todo instante. Uma sintonia frágil entre corpos, uma dança” (Galera, 2021).

Instaurada num futuro que parece ainda mais distante do que o cenário de “A extinção das abelhas”, a novela de Galera é um exercício exuberante de fabulação, que narra em minúcias a simbiose entre os humanos e a natureza com quem vivem em mútua relação. Chama, a protagonista, é uma adolescente que já nasceu no Organismo, de modo que desconhece os modos de vida de fora da comunidade. O sentimento de pertença que nutre pelo lugar em que vive irrompe na narrativa por meio de descrições que a situam em comunhão profunda com as outras espécies e formas de vida que habitam o Topo. Espécies companheiras, alteridades significativas.

Na aurora violácea Chama se afasta do Organismo pela trilha que leva às colmeias. Seus chinelos feitos de borracha de pneu e cabos de carregador esmagam nódoas de terra seca, o imundo poncho-pala de fibra de cânhamo roça seus quadris estreitos, as perneiras de couro de javali nas coxas e canelas impedem que as macegas altas e espinhentas rasguem sua pele castanha, na qual ferimentos superficiais deixam cicatrizes

lisas e brancas. Atravessa pela rota bem conhecida o campo de eucaliptos mortos, uma cama de gato de troncos caídos, finos e estranhamente preservados no ar seco, contorna o morro de onde se avista o vale, cumprimenta com um olhar Boloto, o vigia daquele turno, trepado no esqueleto retorcido da antiga torre de transmissão (Galera, 2021).

Chama é fascinada pelas colmeias, e as visita com frequência. Tanto que consegue estabelecer uma forma de comunicação com as abelhas. Além de produzir o necromel, os insetos desenvolveram uma estratégia para manter seu habitat mais fresco do que o resto do mundo, que padece de extremo calor. Em contato com as colmeias, o corpo de Chama se atíça e se refresca. Toda ela se umedece: a língua, as mucosas, o meio das pernas. Os joelhos amolecem.

Trinta e nove pessoas vivem no Organismo. Velha é uma espécie de matriarca, e divide a liderança não formal do grupo com Alfredo, com quem tem diferenças ideológicas. Velha foi a primeira a chegar, dizem. Mas ela não confirma a história. Pois, para ela, não deve existir história. “Precisamos resistir a inventar o passado, ela ensina, esquecer os relatos e desfazer os registros. Não há necessidade de passado, pois o presente guarda todos os indícios que precisamos para manter o Organismo vivo” (Galera, 2021). Que busquem o conhecimento no tempo presente, ela incita, numa clara repulsa ao passado e ao que esse tempo legou de maléfico. “(...) O passado reforça a identidade, e a identidade é o veneno das comunidades. O pertencimento é uma ilusão e uma deformidade do medo. A Velha aboliu a lembrança e entronou a experiência” (Galera, 2021). Para ela, um humano não deve ser nada além do que vai se tornar no instante seguinte. E por isso proíbe livros, diários, anotações para qualquer propósito.

Identidade: “o veneno das comunidades”. O quanto podemos associar isso que a Velha chama de “identidade” ao “paradigma imunitário”

de Esposito? A imunização como uma proteção negativa da vida. O processo reconstitui a identidade, ameaçada pelo enredar da comunidade, e protege o indivíduo daquilo que difere de si. A interiorização preventiva e neutralizante do externo, do diferente, da alteridade.

Ao ter sua história gravada num relato escrito, a comunidade passa a ter História, uma versão de si mesma que ultrapasse diferentes temporalidades: uma identidade que, possivelmente, irá exigir proteção. Ao escrever essa História, registrando o passado, perigam resgatar sua antiga ideia de autoridade do homem sobre o mundo.

Não teremos oportunidade de desenvolver este tópico neste ensaio, mas um aspecto que parece se destacar nos relatos ficcionais que de algum modo reverberam os impactos da pandemia de covid-19 e de nossas crises contemporâneas é justamente sua relação com a memória coletiva, com seus esquecimentos e tensionamentos. Vale lembrar que, em “A extinção das abelhas”, a história de Lupe, a mãe desaparecida da protagonista, é narrada num fio paralelo que não sabemos se é fabulação da própria Regina, na busca por resgatar a memória da mãe. Impossível ao leitor decifrar, pois, se é fabulação ou memória; mas fato é que a trajetória de Lupe é repleta de lacunas, tramada sempre de modo errante e não linear, com muitas zonas obscuras. Como se justamente o corpo que, no conjunto do livro, é aquele que mais desfruta de saúde em seu conceito amplo — a liberdade vitalista de fruir os riscos de uma existência ainda não esvaziada pela homogeneização de experiências de nossos tempos —, estivesse naturalmente legado ao espaço do esquecimento.

Mas voltemos à Chama e ao Organismo. Uma série de incidentes provoca desordem no delicado equilíbrio que sustenta a comunidade. Como a queda de um homem vindo do espaço, por exemplo (após o colapso, algumas pessoas ricas passaram a viver em naves espaciais, na busca por se salvar). O astronauta é visto como um intruso, e parte da comunidade — justamente aquela que defende que se mantenha um pas-

sado, com livros e registros — enxerga a sua presença como uma grande ameaça, defendendo que ele seja morto. Chama-se e insurge contra a proposta, e acaba sendo punida e segregada. Experimenta o “horror repentino de não mais pertencer”. Tanto em “A extinção das abelhas” quanto em “Bugônia”, a preservação da saúde dos seus protagonistas aparece intrinsecamente ligada ao resgate da ideia de comunidade e de pertencimento.

Uma reportagem de 2021, da revista *Bula*, apregoa: “Narrar sentimentos como o do iminente colapso planetário (e nacional) exige outras formas de contar histórias” (Vieira, 2021). E alguns romances publicados a partir de 2020, sugere, apresentam uma nova sensibilidade brasileira para imaginar o futuro: “O primeiro passo é, sem dúvida, reconhecer o desmoronamento do presente”.

Talvez seja prematuro afirmar que a leva de obras brasileiras inspiradas na ou pela pandemia apresentam “uma nova sensibilidade brasileira para imaginar o futuro”. O que narrativas como “A extinção das abelhas” e “Bugônia” mostram, porém, de fato é a necessidade de olhar para o desmoronamento do presente. Usar a criatividade e o labor artístico como ferramentas políticas para fabular práticas emergentes que levem em conta a inextricável dependência individual do coletivo, as relações entre alteridades significativas e as possíveis coreografias relacionais entre vidas e histórias que, apesar de tão díspares, pulsam no cerne do que entendemos por saúde. Obras que olham para as possibilidades de criação de um futuro comum – quase impossível, mas absolutamente necessário.

REFERÊNCIAS

BIBLIOTECA NACIONAL. **Quarentena e isolamento:** O Lazareto da Gamboa, espaço de quarentena próximo ao cais e ao mercado [notícia]. Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro, 21 abr. 2020. Disponível em: <https://antigo.bn.gov.br/acontece/noticias/2020/04/quarentena-isolamento-lazareto-gamboia-espaco>. Acesso em: 18 abr. 2024.

CASTIEL, Luis Davi; GUILAM, Maria Cristina; FERREIRA, Marcos Santos. **Correndo o risco:** uma introdução aos riscos em saúde. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2010.

CZERESNIA, Dina; MACIEL, Elvira Maria; OVIEDO, Rafael Antonio. **Os sentidos da saúde e da doença.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2013.

CRARY, Jonathan. **Terra arrasada:** além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista. São Paulo: Ubu Editora, 2023.

ESPOSITO, Roberto. **Bios:** biopolítica e filosofia. Lisboa: Edições 70, 2010.

GALERA, Daniel. **Bugônia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

HARAWAY, Donna. **O manifesto das espécies companheiras:** cachorros, pessoas e alteridade significativa. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

LATOURETTE, Bruno. **Onde aterrizar?** Posfácio e revisão técnica: Alyne Costa. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020.

MBEMBE, Achille. Necropolítica. **Revista Arte & Ensaios**, Rio de Janeiro, n. 32, p. 123-151, dez. 2016.

MUHCAB - Museu da História e da Cultura Afro-Brasileira. **Cais do Valongo - Patrimônio Mundial.** Disponível em: <https://www.rio.>

rj.gov.br/web/muhcab/cais-do-valongo-e-pequena-africa. Acesso em: 18 abr. 2024.

POLESSO, Natália Borges. **A extinção das abelhas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

SCHWARCZ, Lilia; STARLING, Heloisa. **A bailarina da morte**: a gripe espanhola no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SILVA, Fernando Silva e. Uma filosofia multiespécie para a sobrevivência terrestre (posfácio). *In*: HARAWAY, Donna. **O manifesto das espécies companheiras**: cachorros, pessoas e alteridade significativa. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

TEIXEIRA, Matheus. “Bolsonaro volta a dizer que negro é pesado em arrobos e ironiza sua condenação”. **Folha de S. Paulo, São Paulo**, 12 maio 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/05/bolsonaro-volta-dizer-que-negro-e-pesado-emarrobos-e-ironiza-sua-condenacao.shtml>. Acesso em: 18 abr.2024.

TOKARCZUK, Olga. **Escrever é muito perigoso**: Ensaios e conferências. São Paulo: Todavia, 2023.

VIEIRA, Enio. Em 'A Extinção das Abelhas', Natália Borges Polessos pensa a vida após o colapso. **Revista Bula**, versão digital, [S. l.], 28 dez. 2021. Disponível em: <https://www.revistabula.com/46742-em-a-extincao-das-abelhas-natalia-borges-polessos-pensa-avida-apos-o-colapso>. Acesso em: 18 ago.2023.

CAPÍTULO 6

QUANDO O OUTRO FALA POR SI: GRADIENTE DE PARTICIPAÇÃO POPULAR EM AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DA FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ EM TEMPOS DE EPIDEMIA

Luiza Gomes Henriques

Inesita Soares de Araujo

Introdução

Apesar da orientação das conferências nacionais de saúde por uma política de comunicação que abrace os princípios do Sistema Único de Saúde (SUS) e dos avanços na compreensão dos processos comunicacionais para além dos limites colocados pelos modelos centrados na informação, o campo da Comunicação e Saúde ainda apresenta, de forma hegemônica, metodologias, práticas e técnicas correspondentes ou em alguma medida deles tributários (Araujo; Cardoso; Murtinho, 2009). Observa-se histórica e reiteradamente a adoção de práticas que, por sua orientação teórica, ocupam-se de transferir informações à população de forma descontextualizada, sem consideração a conhecimentos, informações e saberes previamente existentes e mais ajustados a seus contextos particulares. As ações decorrentes são centralizadas e centralizadoras do direito a falar e ser levado em consideração (Araujo, 2004). Essa forma de agir se apoia num modelo de base transferencial e informacional que, principalmente a partir dos anos 1990, começou a conviver com iniciati-

vas contra-hegemônicas apoiadas em outras matrizes, como a freireana e a da produção social dos sentidos, que valorizam a multiplicidade de vozes e os contextos dos sujeitos na cena social.

Nesse cenário de disputas por diferentes modos de estabelecer uma relação comunicacional da instituição com a população, emerge a constatação da necessidade de desenvolver formas de avaliar a participação da população nas ações que dizem respeito diretamente à sua vida e saúde. Com este ponto de partida e apoiadas numa observação empírica de que na pandemia da covid-19 estavam sendo experimentados na Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) alguns novos formatos comunicacionais, realizamos entre 2020-2022, no contexto de uma dissertação de mestrado, uma pesquisa com o objetivo principal de avaliar o grau de participação das populações de áreas periféricas em três epidemias ocorridas no século XXI: Dengue (2008-2009), Zika (2015-2016) e Covid-19 (2020-2021), neste último caso configurando-se mundialmente como uma pandemia. A pesquisa incluiu o desenvolvimento de uma matriz analítica, de natureza qualitativa e a produção de mapas como parte da metodologia, embora sejam componentes importantes dos resultados a que pudemos chegar. O objetivo deste paper é apresentar os principais componentes dessa pesquisa, com ênfase no processo metodológico, principais resultados e conclusões.

Ancoragens e contextos

Em seu livro *“Renovar la teoría crítica social y reinventar la emancipación social”* (2006), Boaventura de Sousa Santos retoma uma de suas principais contribuições teóricas à sociedade, a ideia da existência e predominância de uma monocultura do saber. Segundo o autor, a falta de diversidade dos conhecimentos disponíveis hoje na sociedade é fruto de uma resistência, fundada na racionalidade ocidental moderna em reco-

nhecer como válidos os saberes, modos de vida e de produção que não estejam inscritos nos modos do “norte global”, constituído pelas nações que ocupam historicamente lugares estratégicos na geopolítica mundial, em sua maioria, de tradição colonial e imperialista.

Tanto na abordagem tradicional da comunicação, quanto no fundamento epistemológico ao qual Boaventura contempla na sua crítica à racionalidade moderna, encontra-se um elemento comum: a invisibilidade daquilo ou daqueles que são colocados para além da linha abissal (Santos, 2007). Essa demarcação simbólica – linha abissal – define tudo aquilo que vai ou não ser visto, ouvido e considerado. Em nossa pesquisa, definimos o Outro como aquele que, não estando identificado com as formas legitimadas de existência, saber e produzir, é tratado como menor, residual ou particular (Santos, 2006) no ato comunicacional.

Na relação entre as instituições de Estado e a população, os modelos comunicacionais dominantes levam ao favorecimento das falas institucionais e a uma prática centrada na transmissão de informação, (Araujo; Cardoso; Murtinho, 2009), ignorando os contextos e potencializando o negligenciamento em saúde (Araujo; Moreira; Aguiar; 2013). Por essa via, são assim negados alguns princípios fundamentais do SUS (Araujo; Cardoso, 2009).

A recorrência do paradigma transferencial nas instituições de saúde contraria tanto princípios teóricos que vêm se fortalecendo em alguns âmbitos de produção de conhecimento da comunicação – como é o caso da ampla corrente da comunicação como produção social de sentidos (Verón, 1980; Pinto, 1994) – quanto nas de Saúde Coletiva, no tange à participação da população no controle social das políticas de saúde. Também exclui a possibilidade de considerar, na relação dos indivíduos com o Estado, a dimensão da comunicação como direito à voz. Não apenas como direito à expressão, mas como direito a ser ouvido e levado em consideração nos temas que lhes dizem respeito, da saúde e da sociedade em geral.

Consideramos a comunicação um processo social de produção de sentidos, sempre contextualizado, que opera aos modos de um mercado – um mercado simbólico –, no qual se disputa discursiva e desigualmente os sentidos da realidade (Araujo, 2004). Nesse mercado, os agentes ocupam lugares de interlocução (idem) diferenciados, mais centrais ou periféricos em relação ao seu capital simbólico (Ibidem), condição do exercício do poder simbólico, poder de fazer ver e fazer crer (Bourdieu, 1989).

Contextos das crises sanitárias

Os períodos de crise sanitária são estratégicos para nossos fins, por visibilizar e intensificar a interface da comunicação com a saúde, constituindo-se a Comunicação como um recurso central para prevenção e enfrentamento das epidemias. O controle das epidemias requer corresponsabilização de Estado e sociedade, como afirmam Negreiros *et al.* (2009); essa é uma das razões pelas quais não só se intensifica a comunicação, como também se observa o crescimento da mobilização social, inclusive exigindo providências dos órgãos públicos.

Em 1986, ocorreu o primeiro surto de dengue na cidade do Rio de Janeiro. O segundo surto, entre 1990 e 1991, destacou-se pelo grande alarde por parte dos jornais impressos (Lima, 2017). Apesar de, naquele período, serem predominantes em nível nacional práticas institucionais de comunicação e educação com objetivo de controlar a dengue ainda com modelagem centralizada, vertical e unidirecional (Rangel-S, 2008), na década de 1990 também ocorreram mobilizações protagonizadas por movimento sociais, em que técnicas e canais de comunicação foram apropriados como estratégia para reivindicação junto a instituições públicas de saúde do efetivo direito à saúde.

No período de 2008 a 2009, a epidemia bateu recordes de óbitos na cidade (Coelho *et al.*, 2016) e houve um aumento significativo da

modalidade hemorrágica da doença (Brasil, 2008), acompanhado de um intenso investimento comunicacional por parte das instituições, sendo inclusive criada no Rio de Janeiro uma rede de pesquisadores, a Rede Dengue, tendo a Fiocruz ficado como responsável pela coordenação do segmento Informação, Educação e Comunicação.

Em 2015, outra arbovirose – a Síndrome Congênita do Zika – demandou uma reconfiguração de serviços de saúde, da atuação dos movimentos sociais na interface com o Sistema Único de Saúde e das práticas comunicacionais de instituições e órgãos públicos de saúde. Os efeitos do vírus não se restringiam à microcefalia, incluindo outras alterações como epilepsia, deficiências auditivas e visuais e a maioria dos casos incidiu mais fortemente entre as pessoas pobres de periferias, em particular, mulheres negras (Matos; Quadros; Silva, 2017).

Em 2020, o “novo coronavírus” foi introduzido no país, caracterizando a epidemia da covid-19 no país e inaugurando-se um capítulo de intensa mobilização dos serviços de saúde, comunicação, pesquisa e mobilização social. Embora a covid-19 tenha inicialmente sido descrita como uma “doença democrática”, por supostamente não distinguir entre ricos e pobres, uma produção da Fundação Oswaldo Cruz lançada em 2021 afirmou o oposto. Em seu primeiro Boletim Socioepidemiológico sobre a pandemia nas favelas do Rio de Janeiro, a instituição apontou que o impacto e velocidade de transmissão da doença eram maiores nas áreas onde a pobreza urbana é mais acentuada (Fiocruz, 2020). A partir de dados levantados em 15 favelas cariocas, o informativo concluiu que a letalidade por covid-19 foi maior nos bairros em que há alta ou altíssima concentração de favelas - maior inclusive que a taxa do município à época.

No Brasil, em 2019, cerca de 17,5 milhões de pessoas viviam em aglomerados subnormais – vários constituídos por favelas - e 2,2 milhões delas (12,6%) residiam no Estado do Rio de Janeiro (Instituto Brasileiro

de Geografia e Estatística, 2019 *apud* Fiocruz, 2020). Segundo o Instituto Pereira Passos (IPP), existem atualmente 1.074 favelas na cidade, onde residem cerca de 1,4 milhões de pessoas, em uma área de 48 milhões de m². Esses territórios concentram uma série de déficits estruturais, particularmente no que tange ao saneamento, mas também no acesso ao sistema de direitos como um todo (Bueno *et al.*, 2016) – um dos motivos que dá sentido à categoria “território vulnerabilizado” empregada por alguns pesquisadores e instituições públicas (Bueno *et al.*, 2016; Oliveira, 2018; Pires, 2020; Fiocruz, 2020; Soares, 2021).

No macro contexto comunicacional e político da pandemia de covid-19, destacamos a propagação de discursos desabonadores da ciência emanando do próprio Governo Federal (falas do próprio presidente ou de seus ministros), conferindo maior grau de complexidade ao lugar enunciativo das instituições de ciência, em particular, as públicas de saúde. Essa foi uma particularidade diferença marcante da pandemia em relação às outras crises sanitárias, nas quais as estruturas institucionais do Estado cooperaram para criação de programas e planos de ação coordenados nacionalmente, com produção de documentos técnicos e científicos acerca dos agravos em foco.

Nas últimas décadas do século XX, o cenário comunicacional e de participação social já começara a apresentar mudanças, com um “notório aumento e diversificação das vozes que publicamente falam de comunicação no campo da saúde, seja demandando políticas, exigindo participação, seja desenvolvendo trabalhos de pesquisa e produzindo conhecimentos específicos”, como constataram Araujo, Cardoso e Murtinho, em pesquisa nacional sobre a comunicação no/do SUS (2009, p. 106). Somada à alta incidência de covid-19 (Fiocruz, 2020), dengue e zika no Rio de Janeiro e a correspondente intensidade comunicacional constatada por pesquisadores da comunicação nos períodos referenciados, configurou-se um cenário cujos elementos centrais

constituíram nossa decisão pela pesquisa e particularmente por essas três epidemias. O objetivo estabelecido foi comparar a natureza da participação popular nas estratégias de enfrentamento desses agravos à saúde em diferentes períodos e contextos epidêmicos, estabelecendo um gradiente relativo a essa participação que pudesse vir não só a caracterizar a ação comunicacional que vem sendo desenvolvida na Fiocruz, mas responder às nossas perguntas sobre um possível movimento de mudança na orientação dessas ações. Por outro ângulo, o objetivo poderia ser descrito como investigar o lugar de interlocução de organizações populares nas ações de comunicação da Fundação Oswaldo Cruz voltadas para população moradora de favelas e periferias em períodos de epidemias e contribuir com a memória de ações que levam em consideração o princípio da participação na comunicação.

Percurso metodológico

O percurso metodológico foi cumprido em três etapas: composição da *corpora*, estruturação e aplicação da matriz analítica e produção de mapas da participação popular na comunicação. Na primeira, identificamos, selecionamos e categorizamos diferentes produtos de comunicação que circularam nas três epidemias. Realizamos buscas nos domínios virtuais da instituição e em suas mídias sociais e nos valemos também de consultas a pesquisadores, profissionais de comunicação e gestores da Fiocruz envolvidos nas iniciativas.

Os mapas, tais como utilizamos, consistiram em um procedimento metodológico e produto cartográfico (Araujo, 2004) que possibilitaram transformar em imagem o poder relativo das organizações populares de falarem, serem ouvidas e levadas em consideração nas experiências analisadas.

O material obtido foi planejado e as iniciativas categorizadas por

natureza, conformando o corpus estendido de análise com 115 materiais, aos quais aplicamos duas camadas de critérios para composição do corpus estrito, os critérios básicos (filtrando iniciativas que se enquadrassem no recorte temporal, geográfico e temático) e os critérios adicionais (para obter a composição do corpus estrito, definido anteriormente como três iniciativas por epidemia). Os critérios adicionais foram diversidade – como forma de delinear a heterogeneidade de ações comunicacionais da instituição – e alcance – forma de definir o direcionamento da ação, se a um público amplo ou explicitamente às classes populares. Nos casos em que os critérios não foram suficientes para uma escolha clara, acrescentamos um último: a quantidade de pessoas, organizações ou territórios envolvidos em sua produção.

Em dengue, apenas duas iniciativas atendiam aos critérios básicos: o “Programa de Controle da Dengue em Manguinhos” e o site “Dengue: vírus ou vetor”. Em zika, selecionamos o “Plano de Controle do *Aedes* em Manguinhos”, as páginas especiais criadas no contexto daquela epidemia e o debate promovido pelo Jornal Extra e Fiocruz entre leitores e cientistas. Em covid-19, selecionamos o boletim “Radar Covid19 Favelas”, a campanha “Se liga no Corona” e a plataforma “Cidades em Movimento”.

Na sequência, fizemos buscas direcionadas nos sites institucionais para mais informações sobre as iniciativas, elaboramos uma matriz descritiva das mesmas, formamos dossiês por iniciativa e por agravado e aplicamos a matriz analítica a cada uma das ações.

A matriz analítica foi composta por cinco perguntas, cada uma relacionada a uma das cinco etapas de construção e desenvolvimento de um projeto ou iniciativa e no seu conjunto contemplando as três etapas do circuito produtivo da comunicação: produção, circulação e apropriação (Verón, 1980).

- A demanda que deu origem à iniciativa partiu da população/

organizações populares ou da Fiocruz?

- Houve participação popular na definição da estratégia e em seu planejamento? Como se caracterizou essa participação?
- Houve participação popular na produção/implementação das ações? Como se caracterizou essa participação?
- Houve participação popular na circulação dos materiais e conteúdos produzidos pela iniciativa? Como se caracterizou essa participação?
- Houve participação popular na avaliação da iniciativa? Como se caracterizou essa participação?

Com base nas situações concretas já estudadas na construção dos dossiês, criamos uma tipologia, estabelecendo um gradiente de participação de 0 a 2, em que:

- 2 pontos: a máxima pontuação coube à modalidade de participação “protagonismo coletivo pleno”, tendo a população direito à voz, poder de decisão e influência direta nos processos constitutivos da iniciativa;
- 1,5 ponto: quando a população é vista como parte de um trabalho conjunto com a Fiocruz, com influência nas principais decisões do processo;
- 1 ponto: é permitido à população contribuir de forma localizada em algumas decisões do processo;
- 0,5 ponto: quando apenas há consulta à população ou envolvimento de organizações populares e lideranças na execução de tarefas, no aspecto operacional da iniciativa;

- 0 pontos: o lugar da população é o de público passivo, situação em que não ocorre participação.

Principais resultados

Na aplicação da matriz analítica, foram somados os pontos das questões e atribuída uma pontuação total a cada iniciativa. Com esse escore, as iniciativas foram localizadas em uma escala de poder discursivo representada no mapa da participação popular na comunicação por uma espiral. A maior proximidade das iniciativas ao centro da espiral configurou maior poder simbólico da população; em contraposição, a posição mais periférica representou menor protagonismo, portanto menor poder simbólico, como ilustra o mapa abaixo.

Figura 1: Mapa base da participação popular na comunicação

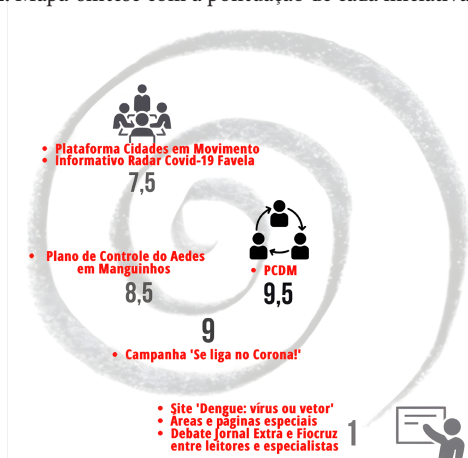


Fonte: As autoras (2021).

Foram gerados 13 mapas: um por iniciativa analisada (8); um mapa por agravo de saúde (3); um mapa síntese evidenciando o deslocamento do lugar de interlocução das organizações populares na espiral

discursiva de 2008-2021 e um mapa-síntese referenciando a pontuação das iniciativas.

Figura 2: Mapa-síntese com a pontuação de cada iniciativa estudada



Fonte: As autoras (2021).

Figura 3: Mapa-síntese 2 com referência dos anos em que as iniciativas estudadas foram desenvolvidas



Fonte: As autoras (2021).

Comparando as 12 iniciativas do corpus estrito, aquelas que tiveram pontuação mais alta (9-10 pontos) – Programa de Controle da Dengue em Manguinhos (Dengue) e Campanha Se liga no Corona (Covid-19) foram também as mais completas, abrigando uma série de subestratégias de mobilização e comunicação. Nelas, o envolvimento da população ocorreu em diferentes graus de protagonismo, mas, em ambas, com elevado grau de poder discursivo na interlocução com a instituição. As iniciativas relacionadas à covid-19 estiveram nas duas faixas de pontuação mais alta, com predominância de arranjos comunicacionais mais participativos.

No processo de análise das três crises sanitárias, examinamos as 115 ações e estratégias do *corpus* estendido pelo seu aspecto participativo – pela presença ou pela ausência – categorizando-as por temas: informação científica, vigilância epidemiológica, mobilização, outras linguagens e dispositivos comunicacionais, arranjos participativos. Pela extensão desse resultado e por não serem centrais nos nossos objetivos principais, optamos pela simples menção, sem detalhamento.

Principais conclusões

Retomando a questão inicial sobre o possível avanço da comunicação praticada na covid-19, em relação às epidemias anteriores, quanto à participação ativa da população, iniciamos discernindo, entre as múltiplas práticas comunicacionais, aquelas que representam uma permanência de modelos comunicacionais consolidados, de natureza marcadamente informacional e transferencial e aquelas que apontam para descontinuidades, assinalando a emergência de outras práticas, refletindo maior consonância com o debate sobre a comunicação como direito a voz. Destacamos como “permanência” a estratégia de criação de áreas e páginas especiais temáticas dos agravos nos sites institucionais; o privi-

legiamento da atuação da instituição nas mídias sociais, apontando para uma ampliação e consolidação de um processo de midiaticização das instituições públicas de saúde (em particular em zika e covid-19); a prática do gênero campanha nas três emergências sanitárias. Em zika, a categoria com o maior número de ações foi o de campanhas, com alguns diferenciais, como a presença dos movimentos sociais na concepção e gestão de planos de controle da doença, o que sem dúvida representa um avanço.

Como descontinuidades, destacamos também o desenvolvimento da parceria entre a instituição e um portal de entretenimento focado nas juventudes de periferias urbanas no YouTube, na crise da covid-19. Nesse caso, além da “ocupação de espaço”, está presente uma lógica de estabelecimento de redes e parcerias com outras vozes influentes presentes nesses espaços virtuais, por meio das quais emergem novos arranjos de comunicação que modulam o discurso institucional.

Principalmente, identificamos espaços abertos para participação ativa de coletivos ligados a interesses de classe, etnia, gênero e território em iniciativas das diferentes áreas do saber (educação, pesquisa) e do fazer (intervenção social). A população moradora de favelas esteve presente não apenas nas ações de vigilância e mobilização (que podem ser consideradas continuidades na forma de se relacionar do Estado e das instituições públicas com os territórios populares), mas também subsidiando pesquisas e materiais científicos; na produção de conhecimento e em debates; na publicação de narrativas e reportagens em informativos especializados e nos próprios portais institucionais; na produção de materiais de informação e comunicação. Esse tipo de participação da população em iniciativas de outras naturezas (que não o mutirão) pode ser vista como um processo emergente, cuja ocorrência identificamos apenas na crise sanitária provocada pela covid-19, não tendo ocorrido de forma constatável e consistente nem em zika e dengue.

Essas ações evidenciam a emersão de um reconhecimento dos co-

nhcimentos e competências de atores sociais de territórios populares, um elemento central para a descontinuidade das práticas correntes em comunicação institucional, que privilegiam posicionamentos oficiais, notícias, notas técnicas e o trabalho de assessoria de imprensa, em uma via unidirecional de difusão de mensagens e prescrições. Esse reconhecimento é indispensável se quisermos avançar na direção da “ecologia dos saberes” preconizada por Santos em sua obra (2002, 2006, 2007), quando faz a crítica do viés discriminatório constitutivo da perspectiva científica, que exclui como legítimos os saberes populares, do campesinato, dos indígenas, conhecimentos urbanos e respectivas práticas sociais.

As mudanças no sentido de uma maior participação popular não ocorreram da noite para o dia. Os arranjos participativos na comunicação foram aumentando progressivamente com o passar dos anos e das epidemias, mas certamente o esse movimento ganhou mais força na covid-19, correspondendo inclusive a um movimento interno na própria Fundação Oswaldo Cruz que, um pouco antes da pandemia, publicou sua Política de Comunicação, buscando ressoar os princípios fundantes do Sistema Único de Saúde e as deliberações das Conferências Nacionais de Saúde. Mas, com certeza nada disso aconteceria se não fosse o concomitante crescimento dos próprios movimentos populares, fortalecidos politicamente pelas diversas lutas identitárias, por um aumento muito expressivo da qualificação de seus integrantes em formas diversas de expressão de suas vozes e pela percepção clara do direito à reparação pelo silêncio a que foram e ainda são submetidos historicamente.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita Soarea. Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. **Interface-** Comunicação, Saúde, Educação, São Paulo, v. 8, n. 14, p. 165-77, set. 2003-fev. 2004.

ARAÚJO, Inesita Soares; CARDOSO, Janine Miranda; MURTINHO, Rodrigo. A Comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências. **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación - ALAIC**, São Paulo, ano 6, n. 10, p. 104-115, jan./jun. 2009.

ARAÚJO, Inesita Soares; CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2009.

ARAÚJO, Inesita Soares; MOREIRA, Adriano de Lavor; AGUIAR, Raquel. Doenças negligenciadas, comunicação negligenciada. Apontamentos para uma pauta política e de pesquisa. **RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, suplemento, fev. 2013.

AZEVEDO, Cristina. Covid-19: Fiocruz apoia TikTok no combate à desinformação. **Portal Fiocruz**, Rio de Janeiro, 18 mai. 2021. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/Covid-19fiocruz-apoia-tiktok-no-combate-desinformacao>. Acesso em: 30 mai. 2024.

AZEVEDO, Cristina. Pandemia pode mascarar casos de arboviroses, indica seminário. **Portal Fiocruz**, Rio de Janeiro, 27 set. 2021. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pandemiapode-mascarar-casos-de-arboviroses-indica-seminario>. Acesso: 30 mai. 2024.

BARBOSA, Mariana. Audiência de podcasts no Brasil registra aumento de 33% em ano de pandemia. **O Globo**, Rio de Janeiro, 21 jan. 2021. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/capital/post/>

audiencia-de-podcast-cresce-33-em-ano-depandemia.html. Acesso em: 30 mar. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. **Informe epidemiológico da Dengue**: janeiro a junho de 2008 – documento interno. Brasília: Ministério da Saúde, 2008. Disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/informe_epidemiologico_Dengue_janeiro_junho_2008.pdf. Acesso: 30 out. 2023.

BUENO, Leonardo B. *et al.* (org.). *Saúde e Segurança Pública: desafios em territórios marcados pela violência*. Rio de Janeiro: Cooperação Social; Fiocruz, 2015.

COELHO, Juliana; OLIVEIRA, Marília A. A.; PAIVA, Carlos Henrique A. 30 anos de Dengue no Rio de Janeiro: sua epidemiologia. **Observatório da Saúde**, Rio de Janeiro, 25 ago. 2016. Disponível em: <http://observatoriodasauderj.com.br/30-anos-de-Dengue-no-rio-de-janeiro-suaepidemiologia/>. Acesso em: 01 mai. 2024.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. **Boletim Socioepidemiológico da Covid-19** nas Favelas. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2020.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. **Política de Comunicação da Fiocruz**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2017. Disponível em: https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/documentos/politica_de_comunicacao_da_fiocruz.pdf. Acesso em: 10 jan. 2024.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS. **'Quadro resumo' do Sistema de Assentamentos de Baixa Renda (Sabren)**. Rio de Janeiro: Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP), 2022. Disponível em: <https://sabrenpcrj.hub.arcgis.com/pages/favelaquadroresumo>. Acesso em: 14 ago. 2023.

LIMA, André Luiz da Silva. **Não vou bater palmas para maluco dançar: participação social nas favelas de Mangueiras** (Rio de Janeiro, 1993-2011). 2017. 335 f. Tese (Doutorado em História das Ciências e da Saúde) - Fundação Oswaldo Cruz. Casa de Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2017.

MATOS, Silvana S.; QUADROS, Marion T.; SILVA, Ana Cláudia R. da. Economia Política do Zika: Realçando relações entre Estado e cidadão. **Anthropológicas**, [S. l.], ano 21, v. 28, n. 1, p. 223-246, 2017.

NEGREIROS, Jardel Alcântara de *et al.* Estratégias de mobilização social e comunicação no enfrentamento da Dengue no município de Sobral-CE. **SANARE**, Sobral, v. 8, n. 1, p. 57-64, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://sanare.emnuvens.com.br/sanare/article/download/44/39>. Acesso 02 nov. 2023.

OLIVEIRA, Roberta G. Práticas de saúde em contextos de vulnerabilização e negligência de doenças, sujeitos e territórios: potencialidades e contradições na atenção à saúde de pessoas em situação de rua. **Saúde Soc.**, São Paulo, v.27, n.1, p.37-50, 2018. Disponível em: <https://scielosp.org/pdf/sausoc/2018.v27n1/37-50/pt>. Acesso em: 24 fev. 2024.

PINTO, Milton José. **As marcas lingüísticas da enunciação**: esboço de uma gramática enunciativa do português. Rio de Janeiro: Numen, 1994.

PIRES, Roberto Rocha. Os efeitos sobre grupos sociais e territórios vulnerabilizados das medidas de enfrentamento à crise sanitária da Covid-19: propostas para o aperfeiçoamento da ação pública. Nota Técnica. **DIEST**, n. 33, abr. 2020. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9839/1/NT_33_Diest_Os%20Efeitos%20Sobre%20Grupos%20Sociais%20e%20Territ%3b3rios%20Vulnerabilizados.pdf. Acesso em: 23 abr. 2024.

RANGEL-S, Maria Lígia. Dengue: educação, comunicação e mobiliza-

ção na perspectiva do controle: propostas inovadoras. **Interface** – Comunicação, Saúde e Educação, v. 12, n. 25, p. 433-441, abr./jun. 2008.

RIO DE JANEIRO. Secretaria Municipal de Saúde do Rio de Janeiro. **Série Histórica da Dengue**. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1586788/DLFE221407.pdf/Dengue86a96.pdf>. Acesso em: 14 ago.2023.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e das emergências. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, Portugal, n. 63, p. 237-280, out. 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar La teoría crítica y reinventar la emancipación social**. Buenos Aires: CLACSO, agosto 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Novos estudos** – CEBRAP, São Paulo, n. 79, nov. 2007. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-33002007000300004>. Acesso em: 01 mai. 2021.

SCHINCARIOL, Isabela. Encontros virtuais de educação debate ações afirmativas e povos indígenas. **Agência Fiocruz de Notícias**, Rio de Janeiro, 13 jul. 2017. Disponível em: <https://agencia.fiocruz.br/encontros-virtuais-de-educacao-debate-acoes-afirmativas-e-povosindigenas>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SOARES, Giselle S. A urgência do direito à cidade e as alternativas de enfrentamento à Covid19 em territórios vulnerabilizados. **Serviço Social em perspectiva**, Montes Claros (MG), v. 5, n. 1, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/seso-perspectiva/article/view/3426/351>Acesso em: 26 out. 2023.

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

CAPÍTULO 7

PÂNICO E “GRIPEZINHA” NAS PÁGINAS DOS JORNAIS: SENTIDOS SOBRE A ESPANHOLA E A COVID-19

Radígia Santos de Oliveira

Izamara Bastos Machado

Introdução

A Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou a covid-19 como pandemia em 11 de março de 2020 e, no dia seguinte, o Brasil registrou o primeiro óbito causado pelo então novo coronavírus (Matta *et al.*, 2021). A partir daí, o ano de 2020 começou a ficar marcado pela doença causada pelo vírus SARS-CoV-2 e virou manchete nos principais jornais brasileiros e no mundo, a exemplo do que ocorreu com a gripe espanhola, no início do século 20.

Independentemente da época, vestígios do passado, recente ou longínquo, possibilitam a identificação dos múltiplos sentidos que emergem das páginas dos jornais. Para Barbosa, “é a partir de restos e vestígios, que chegam do passado ao presente, que podemos recontar as histórias que envolvem prioritariamente as ações comunicacionais do passado” (2009, p. 22). Quando o objetivo é recuperar a historicidade dos meios em relação a certo período de tempo e lugar, a autora acrescenta ser necessária a construção de “um nexos a partir de narrativas configuradas em outros tempos e que chegaram ao presente sob forma de rastros” (2007, p. 26).

Neste estudo, optamos por investigar dois jornais que noticiaram a gripe espanhola e a covid-19. Os escolhidos foram *O Estado de S. Paulo*, também conhecido como *Estadão*, e o *Diario de Pernambuco*. O objetivo foi identificar os sentidos relacionados às palavras “gripezinha” e “pânico” em textos publicados pelos dois periódicos, tanto durante a pandemia de gripe espanhola quanto de covid-19.

De abordagem qualitativa, este trabalho é recorte da pesquisa de mestrado “Gripe espanhola e covid-19: estudo à luz do jornalismo centenário”, em andamento no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde, ligado ao Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, da Fundação Oswaldo Cruz (PPGICS/Icict/Fiocruz). Para este estudo, especificamente, selecionamos uma pequena amostra resultante de achados referentes à pesquisa de mestrado. Realizamos buscas, nos dois jornais, pelas palavras-chave “pânico” e “gripezinha” – e variações da última – relacionadas com os anos de 1918 e 2020, e focamos em identificar os sentidos.

A consulta ao jornal *O Estado de S. Paulo*, por data ou palavras-chave, foi feita no Acervo Estadão. As edições antigas do *Diario de Pernambuco* foram acessadas por meio da Hemeroteca Digital, da Fundação Biblioteca Nacional. As versões recentes do *Diario de Pernambuco* podem ser encontradas no *site* do próprio veículo.

No jornal *O Estado de S. Paulo* de 1918, a busca pela palavra “pânico” apresentou 130 resultados. Outubro daquele ano se destacou com a maioria deles: 30. Em 2020, por sua vez, o vocábulo “pânico” apareceu 885 vezes no mesmo jornal. A maioria – 121 achados – estava concentrada no mês de março. Para “gripezinha”, as buscas não revelaram nenhuma ocorrência no *Estadão* de 1918 nos meses de janeiro e fevereiro de 2020. No restante do primeiro ano da pandemia de covid-19, “gripezinha” surgiu 49 vezes no período de março a dezembro. Os meses com mais ocorrências foram março e abril, com 7 e 11 resultados, respectivamente.

No *Diario de Pernambuco* de 1918, a palavra “pânico” surgiu 88 vezes. A maioria das ocorrências foi nos meses de setembro e outubro, com 14 e 13 resultados, respectivamente. A busca pelas palavras “pânico” e “covid”, ao mesmo tempo, gerou 726 achados de 2020 até o momento. Não existem ocorrências para “gripezinha” em 1918, ao contrário de 2020 para cá, com 172 resultados.

A justificativa para escolha dos dois jornais centenários está, principalmente, no fato de ambos terem publicado vários textos sobre as duas pandemias, marcadas por uma diferença temporal de pouco mais de 100 anos. Considerado o mais antigo jornal em circulação na América Latina, o *Diario de Pernambuco* completa 199 anos em 2024, enquanto o periódico *Estado de S. Paulo*, um dos três mais vendidos do Brasil (Newman *et al.*, 2023), 149 anos. Os dois veículos possuem versões impressas disponíveis para compra nas bancas e edições recentes ou antigas acessíveis de forma *online*, para assinantes. As edições antigas do *Diario* podem ser encontradas na Fundação Biblioteca Nacional.

Neste estudo, decidimos por cinco textos: três do *Estadão* e dois do *Diário de Pernambuco*. Os do *Estadão* datam de 13 de outubro de 1918, 21 de março de 2020 e 23 de setembro do mesmo ano. Os textos do *Diario de Pernambuco* são de 6 de outubro de 1918 e 20 de março de 2020. No caso da gripe espanhola, outubro de 1918 foi o pior mês da doença no Brasil, por isso a opção pelo período nos dois jornais. Para a covid-19, março de 2020 foi escolhido porque marca a classificação da doença como pandemia. Em setembro de 2020, o mundo chegou a 1 milhão de mortos pela covid e o Brasil registrou quase 140 mil óbitos, de acordo com dados publicados na capa do *Estadão* do dia 30 desse mês (A pandemia, 2020).

Entre os autores “convidados” para auxiliar neste estudo, estão Michel Foucault (2008) e Norman Fairclough (2016), quando as reflexões envolvem principalmente discurso, linguagem e poder. Para as reflexões sobre história, memória e comunicação, convocamos Ana Paula

Ribeiro (2012), Marialva Barbosa (2007, 2009, 2010) e François Dosse (2013). No que diz respeito aos debates sobre comunicação e saúde, selecionamos Inesita Araujo e Janine Cardoso (2007).

Diante do exposto, o nosso interesse é investigar os sentidos emergentes dos dois jornais quando o foco da análise está nas palavras “gripezinha” e “pânico” e suas relações com as pandemias de gripe espanhola e covid-19. A hipótese inicial é que as duas palavras estejam relacionadas com a tentativa de diminuição da gravidade das duas doenças. A palavra “gripezinha”, por exemplo, quando usada em sentido diferente de tamanho, pode significar, segundo Bechara (2009, p. 141), “pouco caso”.

Os jornais e suas contribuições na produção dos sentidos de pânico e “gripezinha”

Com o título “Grippe hespanhola”, o jornal *O Estado de S. Paulo* publicou, em 13 de outubro de 1918, o seguinte diálogo ocorrido entre o médico brasileiro Murtinho Nobre e um jornalista:

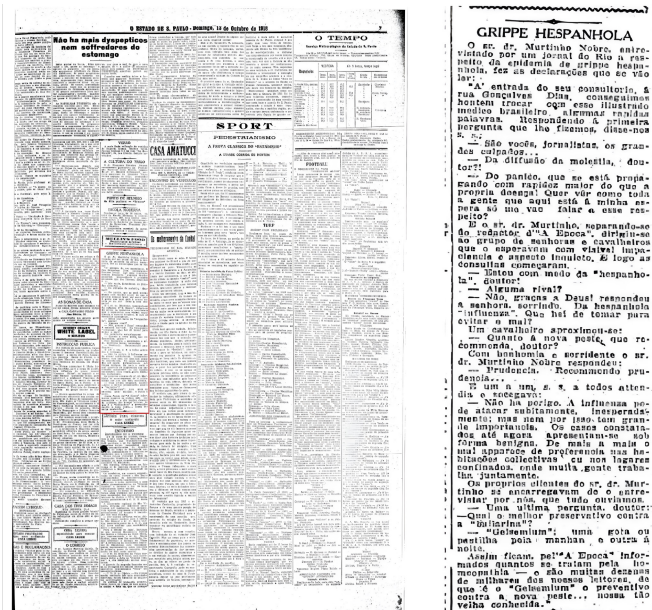
- São vocês, jornalistas, os grandes culpados...
- Da difusão da moléstia, doutor?!
- Do pânico que se está propagando com rapidez maior que a própria doença! Quer ver como toda a gente que aqui está só vai falar a esse respeito? (Grippe [...], 13 out. 1918, p. 7)

Segundo o *Estadão*, o texto era a reprodução de uma entrevista dada pelo médico ao jornal fluminense *A Época*. Publicado na página 7 do veículo paulista, saiu no mês seguinte à data em que o navio com os primeiros contaminados pelo vírus da gripe espanhola aportou no Recife, em Pernambuco (Schatzmayr; Cabral, 2012; Schwarcz; Starling, 2020). Segundo Bertucci (2007), Murtinho Nobre era médico homeopata atuante em São Paulo.

Os pacientes do doutor Murтинho Nobre, continua o texto, realmente só perguntaram sobre a gripe espanhola, conforme previu o médico: “– Estou com medo da ‘hespanhola’, doutor! [...] Que devo tomar para evitar o mal?; – Quanto à nova peste, que recomenda, doutor?; – Qual o melhor preservativo contra a ‘bailarina’?”. O médico homeopata, “com bonomia e sorridente”, ainda segundo o texto, recomendou “prudência” e afirmou: “Não há perigo. A influenza pode atacar subitamente, inesperadamente, mas nem por isso tem grande importância. Os casos constatados até agora apresentam-se sob forma benigna”.

Sobre a melhor forma de prevenção da enfermidade, Murтинho Nobre aconselhou “Gelsemium”, remédio homeopático manipulado pelo próprio médico (Bertucci, 2007). O texto termina assim: “Gelsemium’, o preservativo contra a nova peste... nossa tão velha conhecida” (Figura 1, com destaque nosso, em vermelho).

Figura 1: Conselhos médicos sobre a “grippe hespanhola” - *Estadão*, 13 out. 1918



Fonte: *O Estado de S. Paulo*, 13 out. 1918, p. 7.

Além de culpar os jornalistas pelo pânico da população, o doutor Murтинho Nobre minimiza a pandemia de gripe espanhola e nega a gravidade da doença ao afirmar não haver perigo e chamá-la de benigna, mesmo em quase meados do mês de outubro, mês em que, segundo Schwarcz e Starling (2020, p 166), a “capital paulista amanheceu apavorada nos primeiros dias”. Entre os motivos, de acordo com as autoras, estava a divulgação de casos no Recife, em Salvador e no Rio de Janeiro: “Em poucos dias, os registros de ‘gripados’ e ‘mortos’ passavam a saltar nos jornais de São Paulo, que procuravam ainda manter calma a população” (Schwarcz; Starling, 2020, p. 166).

O jornal em que o texto de 1918 foi publicado originalmente também minimiza a doença ao considerar a pandemia “nossa tão velha conhecida”. Embora Fairclough (2016, p. 246) defenda, com algumas reservas, que “quando se troca a palavra também se troca o significado”, nos dias atuais, o trecho pode ser interpretado como “gripezinha”, sem prejuízo de entendimento. Além disso, pode-se inferir que o *Estadão*, ao reproduzir, sem contestar, texto de outro jornal, contribuiu para minimizar a enfermidade. Pouco mais de um mês depois dessa publicação, no fim de novembro de 1918, o número de paulistanos mortos pela gripe espanhola superou 5 mil, o equivalente a 1% dos paulistas, conforme apontam Schwarcz e Starling (2020).

Diferentemente de 1918, em que os jornais eram em preto e branco e, no caso do *Estadão*, o número de fotos divulgadas poderia ser contado nos dedos, em 23 de setembro de 2020, pouco mais de um século depois, o “mesmo” jornal, agora colorido e com várias imagens, publica chamada de capa para três páginas na editoria de Política, todas relacionadas com a covid-19. A capa da versão digital (cópia da edição impressa) convida o leitor para notícias sobre o discurso do então presidente do Brasil (2019-2022) na 75ª Assembleia-Geral da Organização das Nações Unidas (ONU).

A manchete da primeira página, acompanhada de imagem, afirma: “Na ONU, Bolsonaro distorce dados sobre queimadas e covid”. Os títulos principais das outras três páginas (A4, A10 e A11), todas acompanhadas de fotos, são, respectivamente, “Bolsonaro mantém tom de confronto em fala da ONU” (Soares, 2020), “Presidente distorce dados em discurso” (Monnerat *et al.*, 2020) e “Entidades ambientais veem danos para o País” (Borges; Moura; Sampaio, 2020). Focamos na matéria publicada na página A4 (**Figura 2**), que começa da seguinte maneira:

O presidente Jair Bolsonaro abriu ontem os debates da 75ª Assembleia Nacional das Nações Unidas (ONU) com um discurso contundente em que manteve o tom de confronto e apresentou seu governo como vítima de perseguição internacional. [...] Criticado pela condução da crise do coronavírus, o presidente insistiu na narrativa contra o isolamento social, usou informações falsas sobre a pandemia e defendeu a hidroxicloroquina, medicamento sem eficácia comprovada para o tratamento da covid-19 (Soares, 2020, p. A4).

O texto continua e destacamos, em seguida, o início do quinto parágrafo: “Bolsonaro acusou a imprensa de politizar a doença [covid-19] e espalhar pânico e criticou a quarentena recomendada por autoridades de saúde para evitar o contágio”.

Em 1918, o *Estadão* apenas reproduz texto de outro jornal que, por sua vez, não contesta as afirmações do doutor Murtinho, descrito como um homem com “bonomia e sorridente”. Nas matérias de 2020, de alguma forma, o *Estadão* confronta algumas falas do então presidente da República com os seguintes termos: “Bolsonaro distorce dados”, “insistiu na narrativa”, “usou informações falsas sobre a pandemia”, “defendeu [...] medicamento sem eficácia comprovada”.

Figura 2: Manchete da editoria de Política sobre passagem do ex-presidente Jair Bolsonaro na ONU - Estadão, 23 set. 2020

A4 | QUARTA-FEIRA, 23 DE SETEMBRO DE 2020

O ESTADO DE S. PAULO



COLUNA DO ESTADO

Muda Senado reagiu ao avanço de manobra

O **Muda Senado decidiu** que não aceitará pedido de imunidade para permitir a manobra do DNU. Em 22 de setembro, no entanto, o Conselho do grupo chegou a um acordo em manifesto contrário ao posicionamento de rejeição dos presidentes do Congresso por autodefesa por um mês de resolução interna, como estipulava a **Coluna** na semana passada. A reação não deve ser surpresa para quem manobrou no Senado. Porém, significaria desgasto para o presidente Alcides Moreira em termos de credibilidade que aponta para a candidatura vitoriosa dele contra Renan Calheiros.

Coluna O **Muda Senado** foi formado por cerca de 20 legisladores, e hoje sua única função parlamenta- riana é discutir a manobra. Não há delimitação clara sobre o tipo de organização de trabalho e quem o Ministério Público pode fazer intervir em caso de corrupção.

Coluna 2 O grupo criou uma comissão para analisar a proposta de imunidade.

Empunha A tese de rejeição por meio de votação da comissão levou à decisão da Procuradoria Geral da República e a Alcides Moreira. O grupo não tem o apoio de todos os membros do Senado, e a decisão é quanto à forma de organização, não se trata de um projeto de lei, mas de um acordo político.

Questões A dificuldade de trazer a manobra para o plenário do Senado em meio a um momento de crise política, que em formato não tão amplo o grupo decidiu não fazer, foi o ponto de partida para o projeto de lei.

Mão à obra A decisão do Ministério da Administração Regional, que está em andamento, é o primeiro passo para a implementação do projeto, em um momento de crise política.

Decisão O grupo decidiu não aceitar a manobra de imunidade para permitir a manobra do DNU. Em 22 de setembro, no entanto, o Conselho do grupo chegou a um acordo em manifesto contrário ao posicionamento de rejeição dos presidentes do Congresso por autodefesa por um mês de resolução interna, como estipulava a Coluna na semana passada.

Coluna 2 O grupo criou uma comissão para analisar a proposta de imunidade.

Empunha A tese de rejeição por meio de votação da comissão levou à decisão da Procuradoria Geral da República e a Alcides Moreira. O grupo não tem o apoio de todos os membros do Senado, e a decisão é quanto à forma de organização, não se trata de um projeto de lei, mas de um acordo político.

Questões A dificuldade de trazer a manobra para o plenário do Senado em meio a um momento de crise política, que em formato não tão amplo o grupo decidiu não fazer, foi o ponto de partida para o projeto de lei.

Mão à obra A decisão do Ministério da Administração Regional, que está em andamento, é o primeiro passo para a implementação do projeto, em um momento de crise política.

Decisão O grupo decidiu não aceitar a manobra de imunidade para permitir a manobra do DNU. Em 22 de setembro, no entanto, o Conselho do grupo chegou a um acordo em manifesto contrário ao posicionamento de rejeição dos presidentes do Congresso por autodefesa por um mês de resolução interna, como estipulava a Coluna na semana passada.



Discurso. Na Assembleia-Geral das Organizações das Nações Unidas, presidente brasileiro defende dados ambientais e diz que seu governo é vítima de 'campanha brutal de desinformação'

Bolsonaro mantém tom de confronto em fala na ONU



Nações Unidas. Discurso do presidente brasileiro é transmitido em telão na abertura da 75ª Assembleia-Geral da ONU

Jair Bolsonaro defendeu a ideia de "campanha" e "desinformação" durante seu discurso na Assembleia-Geral das Organizações das Nações Unidas (ONU) em 23 de setembro. O presidente brasileiro afirmou que seu governo é vítima de uma "campanha brutal de desinformação" e que os dados ambientais apresentados pelo Brasil são precisos e confiáveis. Ele também criticou a atuação da Organização Mundial da Saúde (OMS) e a Organização das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (ONU Meio Ambiente) em relação à pandemia de COVID-19. Bolsonaro afirmou que o Brasil é um país desenvolvido e que possui uma das economias mais fortes do mundo. Ele também mencionou a importância da cooperação internacional para enfrentar a crise global.

ANÁLISE: Carlos Melo

País que se atrela a outro na ONU vira garoto de recados

Na Assembleia-Geral das Organizações das Nações Unidas, o presidente brasileiro afirmou que seu governo é vítima de uma "campanha brutal de desinformação" e que os dados ambientais apresentados pelo Brasil são precisos e confiáveis. Ele também criticou a atuação da Organização Mundial da Saúde (OMS) e a Organização das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (ONU Meio Ambiente) em relação à pandemia de COVID-19. Bolsonaro afirmou que o Brasil é um país desenvolvido e que possui uma das economias mais fortes do mundo. Ele também mencionou a importância da cooperação internacional para enfrentar a crise global.

BOMBAS NAS REDES!

João Abreu
@joaoabreu

Discurso de Bolsonaro na ONU segue o padrão de alguns mentiras e transfere as responsabilidades. Desinforma e prejudica a imagem do País.

Trump usa ONU como palanque:
Mensagem enviada ao presidente dos EUA, Ats

Trump usa ONU como palanque:
Mensagem enviada ao presidente dos EUA, Ats

Tanto o médico do início do século passado quanto o ex-presidente brasileiro, ao acusar a imprensa de provocar pânico, demonstram, de alguma maneira, a importância dos jornais no interior das sociedades e os possíveis impactos que os seus discursos podem causar. Além disso, a partir das reflexões propostas por Foucault (2008), destacamos a relevância da figura do médico, que, para o autor, confere *status* e dá legitimidade ao discurso:

A fala médica não pode vir de quem quer que seja; seu valor, sua eficácia, seus próprios poderes terapêuticos e, de maneira geral, sua existência como fala médica não são dissociáveis do personagem, definido por status, que tem o direito de articulá-lo, reivindicando para si o poder de conjurar o sofrimento e a morte (Foucault, 2008, p. 57).

O *status* do presidente da República, por sua vez, está relacionado com o cargo. Ainda sobre a importância dos jornais, Dosse (2013) afirma que as mídias participam ativamente e chegam a interferir nos acontecimentos. Para Ribeiro (2012), a mídia jornalística não apenas possui legitimidade reconhecida, mas também pode ser considerada registro único para sociedades futuras e agente poderoso da memória dos tempos atuais. “Sua força moral se sustenta em diversos elementos, a começar na sua ancoragem factual” (Ribeiro, 2012, p. 77).

Para Polistchuk e Trinta (2003, p. 63), “uma mensagem [...] porta significados; todavia, são seus destinatários os que a ela emprestam um ou mais sentidos. Provido de sentido, todo ato comunicativo providencia (ainda mais) sentido”. Dessa forma, os significados dos textos publicados pelos jornais ganham múltiplos sentidos quando chegam ao leitor. Araujo e Cardoso (2007, p. 37), por sua vez, ressaltam a estreita relação entre a produção dos sentidos e a comunicação. E acrescentam: “Quando um ponto de vista consegue se impor como mais verdadeiro [...], ele amplia sua influência sobre as políticas, que, entre outras coisas, trazem financiamentos que viabilizam a ação”.

Assim, diante da importância dos veículos de mídia, pode-se inferir que os sentidos que emergem dos jornais possuem, por exemplo, o poder de barrar ou deslançar políticas públicas, afinal, para serem eficazes, essas iniciativas dependem da comunicação, área entendida por autores como Araújo e Cardoso (2007) e Murтинho (2012) como um direito. O direito à comunicação, por sua vez, tem a imprensa como braço.

Pode-se considerar, a partir das matérias analisadas no *Estadão* de 2020, que a pandemia de covid-19 foi minimizada e, por vezes, negada pela autoridade máxima do Brasil. No mesmo texto da página A4, o *Estadão* destaca o Brasil como o segundo país em número de mortos pela pandemia, com 137 mil óbitos até aquele momento.

De volta ao início do século passado, trazemos como exemplo o editorial “Folhas ao vento...”, publicado no jornal *Diario de Pernambuco* de 6 de outubro de 1918, em que destacamos o seguinte trecho:

“Hespanhola!” Nobre forasteira que tamanho alarido vem fazendo agora no seio da população do Recife. Quem te viu e quem te vê! E, todavia, nada tens de novo. [...] E viram de perto os sábios que eras aquela mesma gripe, conhecida de toda gente, familiar em todo o mundo, tão antiga quanto a terra e o mar, a chuva e a umidade... (Folhas [...], 6 out. 1918, p. 3).

A opinião da empresa jornalística sobre o tema dá uma ideia de como a gripe espanhola foi minimizada naquele momento. Da mesma maneira que o trecho “tão velha conhecida”, aqui também, sem prejuízo de entendimento, pode-se traduzir “aquela mesma gripe” pela “gripezinha” dos tempos de hoje.

A “gripezinha” volta à cena em vários jornais do país em 2020. No site do *Diario de Pernambuco* de 20 de março de 2020, por exemplo, o título reproduz palavras do então presidente brasileiro sobre a covid-19 e ainda chama a atenção para a figura de linguagem usada por ele: “De-

pois da fachada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar’, ironiza Bolsonaro” (Ferraz, 2020).

A palavra “gripezinha”, por si só, quando não está relacionada com tamanho, ganha sentido pejorativo, segundo Bechara (2009, p. 141): “As formas aumentativas e diminutivas podem traduzir o nosso desprezo, a nossa crítica, o nosso pouco caso para certos objetos e pessoas”. O uso das aspas também é significativo porque o jornal marca, com o título em discurso direto, a fala do outro, no caso, a do ex-presidente brasileiro. Dessa forma, o periódico, de alguma maneira, se isenta. O *Estadão* também ressalta, logo no título, que a frase do ex-presidente era irônica. De acordo com Fairclough (2016), essa figura de linguagem “depende de os intérpretes serem capazes de reconhecer que o significado de um texto ecoado não é o significado do produtor do texto”.

O “não” do título também merece atenção. Para Fairclough (2016), o uso de frases negativas, geralmente, objetiva provocar polêmica. Ainda segundo o autor (2016, p. 163), elas “carregam tipos especiais de presuposição que também funcionam intertextualmente, incorporando outros textos somente para contestá-los ou rejeitá-los”. No caso do *Estadão*, a intenção seria contestar a fala “não vai ser uma gripezinha”.

Na imagem que acompanha o texto do *Diário de Pernambuco* de 20 de março, o então presidente da República aparece, ao microfone, com a máscara contra a covid-19 no pescoço, foto que reflete fala e postura negacionistas. No primeiro parágrafo da matéria, o texto abre aspas para o comentário do então mandatário, após ser questionado se divulgaria resultado de exame de covid: “Agradeço a preocupação, espero que você tenha muito amor e carinho por mim’, disse Bolsonaro, ironizando a pergunta do repórter Felipe Frazão, d’O Estado de São Paulo, durante coletiva de imprensa”.

Em 21 de março de 2020, o *Estadão* publica, na primeira página,

manchete semelhante à do *Diário de Pernambuco*: “Mandetta prevê colapso na Saúde em abril e Bolsonaro fala em ‘gripezinha’” (Mandetta [...], 2020). A “gripezinha”, nesse caso, está no discurso indireto. Essa manchete do *Estadão* e, também, do *Diário de Pernambuco* do dia 20 de março evidenciam “representação do discurso”, conforme Fairclough (2016):

Uma forma de intertextualidade na qual partes de outros textos são incorporados a um texto e explicitamente marcadas como tal, com recursos, como aspas e orações relatadas (por exemplo, “ela disse” ou “Maria afirmou”) (Fairclough, 2016, p. 146).

A capa do *Estadão* chama para quatro páginas distribuídas em três editorias do jornal: Política (página A4), Metrópole (páginas F1 e F6) e Internacional (página A12). Conforme Lage (2001), “o espaço dos jornais é geralmente fatiado entre editorias que tratam de diferentes assuntos: política, economia, esportes etc”. O Metrópole do *Estadão*, como o nome sugere, é voltado a temas sobre a Grande São Paulo.

O texto da chamada de capa para os três cadernos ressalta o fato de o então presidente ter voltado a minimizar a pandemia, diferentemente de seu ministro da Saúde. O discurso também marca a fala do ex-presidente, mas, agora, de forma indireta. Muda a forma, mas o sentido continua semelhante. Ao mostrar as contradições entre o então presidente e o seu ministro da Saúde, demitido no mês seguinte à publicação desses textos, os jornais também evidenciam a tensão entre as duas autoridades.

Segundo Goulart (2005), de 50 milhões a 100 milhões de pessoas morreram no mundo por causa da tal “gripezinha” em 1918, mas a autora ressalta não haver consenso sobre os números. Em quatro anos da pandemia de covid-19, completados em março de 2024, a covid-19 matou 7 milhões de pessoas no planeta, segundo a OMS (Mathieu *et al*, 2024) No Brasil, foram mais de 700 mil óbitos pela covid-19 no mesmo período, segundo o Painel Coronavírus, do Ministério da Saúde (Brasil, 2024).

Entre os choros pelos mortos e/ou hospitalizados, múltiplos fatores entram em cena na produção dos sentidos, como o modo de apresentação dos discursos, a maneira como cada texto é tratado pelo jornal e como cada pessoa faz a “leitura”.

Comunicação e saúde nos contextos da gripe e da covid-19

Alguns dados são bastantes relevantes para a compreensão dos distintos cenários e a relação das pessoas com o jornalismo. A época da gripe espanhola, por exemplo, era de inovações na área da comunicação. Os periódicos brasileiros haviam acabado de passar por diversas mudanças, especialmente depois da chegada de máquinas para impressão em larga escala (Barbosa, 2010).

Além de aumentar a tiragem, os veículos começavam a adotar a chamada primeira página moderna, com fotos, ilustrações e manchetes (Vieira, 2017, p. 79). O objetivo era atrair cada vez mais leitores, inclusive os iletrados, representados por 60% da população brasileira da época (Brasil, 2003, p. 6).

Mesmo com os avanços, as fotos ainda eram raridade no início do século 20. O *Estadão*, por exemplo, apresentou apenas seis em 1918, nenhuma relacionada com a gripe espanhola. No entanto, além da pandemia, o mundo vivia o último ano da Primeira Guerra Mundial, iniciada em 1914, com reflexos no abastecimento de papel, matéria-prima para a fotografia e o próprio jornal (Luca, 1999). Com a chegada da gripe, a Primeira Guerra passou a dividir espaço nos jornais com a doença, mas, muitas vezes, o conflito ganhou mais destaque que a pandemia.

Sobre a saúde, o acesso da população ao serviço público, na época da gripe, era limitado. No início do século 20, o órgão responsável pela área era vinculado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores. Assim,

de acordo com Paim (2015), o setor era considerado mais caso de polícia que social. Nos tempos da gripe, “a situação só não foi pior porque o próprio povo se solidarizou, criando hospitais de emergência e cozinhas populares que distribuíam alimentação gratuita aos mais carentes” (Bertolli Filho, 2006, p. 27). O modelo de assistencialismo, completa Paim (2015), durou até os anos 1920.

O Ministério da Saúde foi criado em 1953. O Sistema Único de Saúde (SUS), por sua vez, nasceu de reivindicações de movimentos sociais, trabalhadores, gestores e usuários (movimento conhecido como Reforma Sanitária Brasileira), quando a saúde passou a ser incluída como direito na Constituição Federal de 1988 (artigo 196). A partir da criação do SUS, a população pôde contar com um sistema público de saúde universal e gratuito. Ainda que não seja considerado perfeito, especialmente pelo subfinanciamento e denúncias de má gestão, o SUS atende, de acordo com o Ministério da Saúde, mais de 190 milhões de pessoas – 80% delas dependem exclusivamente dos serviços públicos para qualquer atendimento de saúde (Machado, 2020).

Para além de todas as características, variações e contextos que envolvem a gripe espanhola e a covid-19, os sentidos produzidos e identificados nas matérias de 1918 e de 2020 podem ser diferentes do previsto porque a mensagem passa por alguns processos, as chamadas “mediações”, conforme Martín-Barbero (2006). A partir das próprias experiências de vida e do contexto em que está inserido, o leitor passa a integrar a produção do texto e colabora na produção de sentidos – que podem ser múltiplos e nem sempre homogêneos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os sentidos que emergem sobre “pânico” e “gripezinha” nos discursos analisados dos jornais *Diário de Pernambuco* e *O Estado de S. Paulo* sobre a gripe espanhola e a covid-19, destacados nos textos deste estudo, estão relacionados, entre outros fatores, com o negacionismo e a minimização das pandemias, conforme hipótese levantada no início desta investigação, apesar dos diferentes contextos que envolvem as duas doenças.

Nos tempos da gripe, por exemplo, os jornais reinavam como porta-vozes das notícias, afinal, não havia concorrência com a televisão, o rádio e a internet. O rádio chegou ao Brasil em 1922, a televisão foi inaugurada em 1950 e a internet só ganhou força no século 21. A população brasileira era de 30 milhões (Anuário, 1996), número quase sete vezes menor que os primeiros resultados do Censo demográfico de 2022 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023). Em 1918, 60% dos brasileiros eram analfabetos (Brasil, 2003); em 2020, o percentual caiu para 6,6% (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019). Além disso, diferentemente dos dias atuais, comunicação e saúde não eram considerados ou vistos como direitos.

Assim, mesmo com contextos díspares, na amostra dos textos analisados, nos casos em que a palavra “pânico” foi acionada, tanto o médico do início do século passado quanto o ex-presidente brasileiro acusam a imprensa de provocar medo na população. Nas vezes em que aparece a palavra “gripezinha” ou variações, como “velha conhecida” ou “aquela mesma gripe”, a intenção é considerar a espanhola ou a covid-19 como doença benigna, sem perigo.

Cientes de que a amostra analisada não representa a totalidade dos sentidos sobre “gripezinha” e “pânico” porque o universo de publicações é muito maior, consideramos este estudo um exercício preliminar

para uma investigação maior, que é a dissertação de mestrado em curso. A ideia não é esgotar o debate, e sim possibilitar novos investimentos reflexivos sobre o tema, até porque uma análise mais minuciosa exige detalhamento. Além disso, muitos textos identificados pedem um olhar mais atencioso, ao mesmo tempo em que possibilitam reflexões ainda mais aprofundadas que, futuramente, esperamos realizá-las.

Pesquisas que investigam os discursos jornalísticos, ao longo do tempo, podem contribuir para maior compreensão dos sentidos produzidos pela imprensa e, conseqüentemente, vir a colaborar, em última instância, para o bem-estar social. Se as pessoas deixam de tomar a vacina contra a covid-19 porque, entre os múltiplos sentidos observados, não acreditam na gravidade da doença, a situação pode resultar em mortes, hospitais lotados e impacto direto nas políticas públicas. Vale destacar que as empresas jornalísticas têm suas linhas editoriais e determinadas narrativas tendem a ser repetidas ao longo do tempo.

Se a produção dos sentidos é indissociável da comunicação, conforme apontam as autoras Araújo e Cardoso (2007), pesquisas sobre o conteúdo produzido pela mídia ganham cada vez mais importância, especialmente em momentos de crise.

REFERÊNCIAS

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO BRASIL 1996. Rio de Janeiro: IBGE, 1996.

A PANDEMIA no Brasil. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.369, p. 1, 30 set. 2020.

ARAÚJO, I. S; CARDOSO, J. M. **Comunicação e Saúde** (Coleção Temas em Saúde). Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

BARBOSA, M. Meios de Comunicação e história: um universo de possíveis. In: RIBEIRO, A. P. G.; FERREIRA, L. (orgs.). **Mídia e memória – A produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, M. Comunicação e história: presente e passado em atos narrativos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 6, p. 1-27, 2009.

BARBOSA, M. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BECHARA, E. **Moderna Gramática Portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BERTOLLI FILHO, C. **História da saúde pública no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2006.

BERTUCCI, L. M. Ciências da cura: debates, embates, educação popular no final dos anos 1910. **Esboços: histórias em contextos globais**, Florianópolis, v. 13, n. 16, p. 73-86, 2007.

BORGES, A; MOURA, R. M; SAMPAIO, R. Entidades ambientais veem danos para o País. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.362, 23 set. 2020. Política, p. A11.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Mapa do Analfabetismo no Brasil**. Brasília: Ministério da Educação, 2003.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Painel Coronavírus**. Brasília: Ministério da Saúde, 11 abr. 2024 (data da atualização). Disponível em: <https://covId.saude.gov.br/>. Acesso em: 15 abr. 2024.

DOSSE, F. **O renascimento do acontecimento**. São Paulo: Unesp, 2013.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. 2. ed. Brasília: UnB, 2016.

FERRAZ, B. N. “Depois da facada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar”, ironiza Bolsonaro. **Diário de Pernambuco Online**. Recife, 20 mar. 2020.

FOLHAS ao vento... **Diário de Pernambuco**, Recife, ano 94, n. 275, p. 3, 6 out. 1918.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

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

GRIPPE espanhola. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano XLIV, n. 14533, p. 7, 13 out. 1918.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio. **PNAD Contínua – Educação 2019**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

LAGE, N. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. Florianópolis: Record, 2001.

LUCA, T. R. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.

MACHADO, I. B. **O SUS midiático: historicidades e sentidos sobre saúde pública no jornal O Globo (1988-2018)**. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2020.

MANDETTA prevê colapso na saúde em abril e Bolsonaro fala em gripezinha. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.176, p. 1, 21 mar. 2020.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

MATHIEU, E.; RITCHIE, H.; RODÉS-GUIRAO, L.; APPEL, C.; GAVRILOV, D.; GIATTINO, C.; HASELL, J.; MACDONALD, B.; DATTANI, S; BELTEKIAN, D.; ORTIZ-OSPINA, E.; ROSER, M. **Coronavirus Pandemic (COVID-19)**. 2020. Disponível em: <https://ourworldindata.org/coronavirus>. Acesso em: 9 abr. 2024.

MATTA, G. C., REGO, S., SOUTO, E. P., SEGATA, J. (orgs.). **Os impactos sociais da Covid-19 no Brasil: populações vulnerabilizadas e respostas à pandemia**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2021.

MONNERAT, A.; BRAMATTI, D.; CASTRO, F.; COELHO, G.; BIANCHINI, G.; PRATA, P.; LIMA, S.; AGUIAR, T. Presidente distorce dados em discursos. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.362, p. A10, 23 set. 2020.

MURTINHO, R. **Estado, comunicação e cidadania: diálogos pertinentes sobre a relação entre direito à saúde e direito à comunicação**.

2012. Tese (Doutorado em Comunicação) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, 2012.

NA ONU, Bolsonaro distorce dados sobre queimadas e *covId*. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.362, p. 1, 23 set. 2020.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; EDDY, K.; ROBERTSON, C. T.; NIELSEN, R. K. Digital News Report 2023. Oxford: Reuters Institute, University of Oxford, 2023.

PAIM, J. **O que é o SUS**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015.

POLISTCHUK, L.; TRINTA, A. **Teorias da comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

RIBEIRO, A. P. G. A memória e o mundo contemporâneo. In: RIBEIRO, A. P. G.; FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (org.). **Entretenimento, Felicidade e Memória: forças moventes do contemporâneo**. São Paulo: Anadarco, 2012.

SCHATZMAYR, H. G.; CABRAL, M. C. **A virologia no estado do Rio de Janeiro: uma visão global**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2012.

SCHWARCZ, L. M.; STARLING, H. M. **A bailarina da morte: a gripe espanhola no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SOARES, J. Bolsonaro mantém tom de confronto em fala na ONU. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, ano 141, n. 46.362, p. A4, 23 set. 2020.

VIEIRA, A. B. **Primeira página: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2017.

CAPÍTULO 8

COMUNICAÇÃO E SAÚDE NA PREVENÇÃO AO SUICÍDIO: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA SETEMBRO AMARELO NO INSTAGRAM

*Aponira Maria de Farias
Marcia Rodrigues Lisboa
Irene Rocha Kalil
Mariela Campos Rocha
Denise Nacif Pimenta*

Introdução

Um dos grandes desafios da saúde pública é o combate ao suicídio. Entre as iniciativas com esse intuito está a criação de uma data simbólica, o dia 10 de setembro, para abordar o tema de forma educativa e preventiva. Nessa data em 2014, surgiu no Brasil a campanha Setembro Amarelo, que instigou a pesquisa qualitativa que gerou este artigo. O estudo teve o objetivo de analisar a campanha de 2022 a partir das 78 postagens do perfil da Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) na plataforma Instagram, observando os tipos de postagens, as pautas e as pessoas participantes da campanha.

A análise considerou a abordagem e o direcionamento dado à campanha sob a perspectiva transdisciplinar e dialógica da Comunicação e Saúde, pondo em relevo o debate sobre o direito à saúde e o direito à comunicação, a defesa dos princípios do Sistema Único de Saúde (SUS), a Política Nacional de Promoção à Saúde e a Política Nacional de Saúde Mental.

Nesta direção, discute-se a promoção da saúde como uma estratégia de articulação transversal e biopsicossocial, visando à criação de mecanismos que reduzam as situações de vulnerabilidade, defendam a equidade e incorporem a participação e o controle sociais na gestão das políticas públicas (Brasil, 2010). Diferentemente de uma concepção de saúde centrada no paradigma biomédico, cujo foco é a doença e suas manifestações, essa perspectiva da produção social de saúde, é resultado da combinação das abordagens da medicina preventiva e da saúde integrativa e da expansão do conceito de educação em saúde (Gaino *et al.*, 2018).

Tal visão influenciou a Política Nacional de Saúde Mental no Brasil, que buscou superar o paradigma hospitalocêntrico medicalizador pelo paradigma psicossocial, fortalecendo a autonomia, a inclusão e o resgate da cidadania. O marco dessa mudança foi a Lei nº 10.216, de 6 de abril de 2001, ao determinar a responsabilidade do Estado no desenvolvimento da política de saúde mental, da assistência e da promoção de ações de saúde às pessoas com adoecimento mental, com participação social e dos sujeitos envolvidos (Brasil, 2001).

Estratégias de prevenção ao suicídio

A designação suicídio, morte autoprovocada, morte autoinfligida ou morte voluntária remete a um ato deliberado executado pelo próprio indivíduo, cuja intenção seja a morte, de forma consciente e intencional (Associação Brasileira de Psiquiatria, 2014). O suicídio nunca se deve a uma única causa, mas a uma série de fatores, Trata-se, portanto, de um fenômeno complexo e multicausal, proveniente da interação entre fatores de ordem filosófica, antropológica, psicológica, biológica e social, que não dispõe de uma explicação universal (Cassorla, 2017).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), um dos pontos

de partida para a construção de uma política pública de prevenção de transtornos mentais é a descriminalização e a quebra de tabus, ou seja, a abertura de espaços de fala que não somente acolham de forma cuidadosa as pessoas que passam por essa experiência, mas que as incluam como atores sociais protagonistas do campo. A negação e o silenciamento se mostraram mecanismos ineficazes para lidar com a questão (Organização Pan-Americana da Saúde, 2022a).

Uma das primeiras iniciativas do Brasil de prevenir e combater o suicídio na perspectiva da saúde pública foi a Estratégia Nacional de Prevenção do Suicídio, que ressalta o papel dos meios de comunicação no apoio à prevenção e no tratamento humanizado dos casos de tentativas de suicídio, bem como estabelece a importância da intersetorialidade e articulação no combate à morte autoprovocada (Brasil, 2006).

Apesar de quase duas décadas de existência dessa Portaria e de outras leis posteriores, como a Política Nacional de Prevenção da Automutilação e do Suicídio (Brasil, 2019), a legislação não tem sido suficiente para reduzir o número de casos de violência autoprovocada no Brasil, que só aumenta a cada ano, especialmente depois da pandemia de covid-19 (Orellana; Souza, 2022). A Política Nacional de Prevenção da Automutilação e do Suicídio, mesmo tendo como um dos objetivos promover o fortalecimento de estratégias permanentes de educação e saúde, em especial quanto às formas de comunicação, prevenção e cuidado, a implantação dessa política pública, no que se refere à eficácia da comunicação e redução do número de casos de suicídio, ainda não mostrou resultados satisfatórios (Brasil, 2022).

Esta análise parte do entendimento da comunicação como um bem público, que se constitui em uma das determinações sociais da saúde (Fundação Oswaldo Cruz, 2017). Portanto, as políticas e campanhas de comunicação e saúde devem buscar a efetivação do direito social, coletivo e individual à informação, à expressão e ao diálogo. Isso implica em

reiterar que o direito à comunicação é indissociável ao direito à saúde (Stevanin; Murтинho, 2021) e que a comunicação é uma demanda para a consolidação, o fortalecimento e a expansão dos projetos da Reforma Sanitária, do SUS e para o desenvolvimento de políticas públicas inter e multissetoriais (Fundação Oswaldo Cruz, 2017). O eixo balizador da prática comunicativa são os princípios do SUS. Nessa perspectiva, a comunicação e saúde não é restrita ao profissional de comunicação. Está inscrita em outros setores que se ocupam do tema e chamam para si parte da responsabilidade de ampliar sua abrangência e transformar as concepções e práticas (Araújo; Cardoso, 2007).

O Setembro Amarelo

A instituição do Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio foi uma iniciativa da Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), em parceria com o Conselho Federal de Medicina (CFM) e o Centro de Valorização da Vida (CVV), para divulgar, nas mídias tradicionais e em meios digitais, a campanha Setembro Amarelo, com o objetivo de estimular o debate responsável sobre saúde mental e prevenção ao suicídio.

A Campanha Setembro Amarelo deu visibilidade a um assunto tabu: o suicídio. É preciso responsabilidade e cautela para abordar o tema, evitando o efeito contágio, mas ignorá-lo, invisibilizá-lo, tem-se mostrado pouco eficaz diante do avanço do número de casos ao longo dos anos. O suicídio por contágio, ou por imitação, está associado ao processo de identificação e imitação, à influência sócio-histórica e cultural dos locais, dos métodos e do próprio ato suicida influenciador (Kovács; Hwang, 2019). Entre as recomendações para abordar o assunto evitando o efeito contágio, sobretudo nas mídias, há uma abordagem narrativa que não atribua culpas, não informe detalhes específicos sobre métodos, não use estereótipos religiosos ou culturais e não forneça explicações simplistas para o ato de morte voluntária (Stevanin, 2018).

Apesar das iniciativas de prevenção, o número de casos de suicídio vem aumentando nos últimos anos. Entre 2010 e 2019, ocorreram no Brasil 112.230 mortes por suicídio, com um aumento de 43% no número anual de mortes: de 9.454 em 2010 para 13.523 em 2019, tendo as Regiões Norte, Sul e Centro-Oeste com as maiores taxas de suicídio entre as regiões brasileiras (Brasil, 2021). No ano de 2020, ocorreram mais de 13.000 mortes por suicídio no Brasil, resultando em uma taxa nacional de 6,6 mortes por 100.000 habitantes (Dantas; Bredemeier; Amorim, 2022). Isso sem levar em conta a subnotificação.

Métodos e achados

A pesquisa qualitativa analisou 45 perfis no Instagram intitulados “Setembro Amarelo”, no final de outubro de 2022. A quase totalidade deles tinha poucos seguidores e poucas postagens. Os dois perfis do Instagram com mais público que abordam a campanha Setembro Amarelo são os do Centro de Valorização da Vida (CVV) (@setembroamarelo), com 360 publicações e 9.316 seguidores, e o da Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) (@abpbrasil), com 8.206 publicações e 96.800 seguidores. Por ter mais seguidores, o perfil da ABP foi o escolhido para o estudo das postagens feitas em setembro de 2022.

Foram analisados o número e o tipo de postagens, as pautas e as pessoas participantes da campanha. Também foram objeto de análise a abordagem e o direcionamento dado à campanha, na perspectiva da Comunicação e Saúde, dos princípios do SUS e da Política Nacional de Promoção à Saúde. A coleta dos dados ocorreu em outubro de 2022.

A campanha Setembro Amarelo no Instagram da ABP teve 78 postagens, incluindo fotos, vídeos, *lives*, eventos promocionais, divulgação de matérias, entrevistas e eventos sobre o tema, além de parcerias com eventos, empresas, times de futebol e artistas, bem como o depoi-

mento de uma atriz. Também foram postadas fotos de prédios públicos com iluminação amarela, para chamar atenção para o tema.

O slogan de 2022 da campanha Setembro Amarelo foi “A vida é a melhor escolha”, que pode ser analisado por dois aspectos. Um deles seria o de valorizar a autonomia do sujeito, algo tão enaltecido pela Reforma Psiquiátrica e que permeia a Política Nacional de Saúde Mental. Porém a campanha é verticalizada, protagonizada por psiquiatras para a população em geral. Questiona-se, portanto, até que ponto a pessoa que acompanha a campanha Setembro Amarelo no perfil da ABP no Instagram tem autonomia e tem seu sofrimento psíquico reconhecido e acolhido. E quais são as escolhas efetivamente apresentadas para ele?

Outro aspecto, já apontado por Bteshe (2018), é a forma como, frequentemente, o ato suicida aparece nas mídias associado à presença de transtornos mentais, a um discurso de risco que acaba, quase sempre, por normatizar, homogeneizar e patologizar a experiência subjetiva de sofrimento. Em determinados meios, sobretudo naqueles orientados pelo discurso médico, como é o perfil no Instagram da ABP, associar o autoextermínio à possibilidade de escolha é incorrer em um grave erro. O imperativo de evitar novas mortes acabou se sobrepondo a toda e qualquer tentativa de compreensão da urgência subjetiva que pode acompanhar um suicídio, comprometendo sua prevenção. Essa abordagem, que se verifica no slogan da campanha Setembro Amarelo de 2022, evidencia um discurso que visa salvar ou curar a todo custo e que traz associado um tom de responsabilização dos sobreviventes e de inadequação das pessoas que não se identificam com essa mensagem.

Durante o mês de setembro de 2022, o perfil da ABP fez 134 postagens. Dessas, 78 postagens eram relacionadas à campanha Setembro Amarelo, ou seja, quase 60% das postagens de setembro de 2022 do perfil foram direcionadas à campanha Setembro Amarelo. As demais eram relacionadas a eventos diversos. Em algumas postagens, a campanha era

o mote para divulgar os eventos da instituição ou dos quais ela participou, como Simpósio de Suicidologia, Festival Internacional de Cinema e Psiquiatria Minas Shopping e Congresso Nacional de Psiquiatria. Sobre a decisão de usar uma campanha de saúde consolidada para publicizar eventos, Cardoso e Rocha (2018) pontuam que iniciativas isoladas e sob a hegemonia de modelos de marketing ou comunicação organizacional nos moldes predominantes no mercado, são insuficientes e na contra-mão dos projetos do SUS e da Reforma Sanitária.

Um outro aspecto que chama a atenção é que, mesmo tendo mais de 6 mil psiquiatras cadastrados em todo o Brasil (Associação Brasileira de Psiquiatria, 2022), o presidente da instituição é também coordenador da campanha Setembro Amarelo e monopoliza todos os eventos relacionados à campanha no perfil do Instagram e nas demais mídias, como é possível conferir nesta postagem abaixo, de 31 de agosto de 2022, na qual o anúncio da campanha é o mote para divulgar e dar engajamento a um evento local de Psiquiatria no Paraná do qual ele participou. A postagem teve 59 curtidas.

Figura 1: Presidente da ABP anunciando campanha Setembro Amarelo durante evento de Psiquiatria



Fonte: Postado no perfil da ABP no Instagram em 31 de agosto de 2022.

Além dele, quando há participação de outros profissionais de saúde mental, geralmente são médicos, especialmente psiquiatras, do sexo masculino e brancos. As exceções foram uma audiência pública, da qual, além do presidente da ABP, participaram duas psicólogas e uma psicanalista, em 1º de setembro de 2022, na Câmara dos Deputados; e uma *live* no dia 22 de setembro de 2022, que teve participação de uma psicóloga. Chamou a atenção uma postagem de 25 de setembro de 2022, com o vídeo de uma matéria para o Globo Esporte sobre alimentos não recomendados para pessoas com depressão. Ao invés de um nutricionista, quem concedeu a entrevista foi o presidente da ABP, psiquiatra.

Sobre as postagens da campanha Setembro Amarelo no perfil da ABP, há fotos, vídeos e *lives*, além de divulgação de matérias, entrevistas e palestras sobre o tema. A campanha no Instagram contou com a parceria da banda musical Maneva; dos eventos musicais Salvador Fest, com o cantor Léo Santana, e do Rock in Rio, com exibição de vídeo da campanha durante o evento. Teve ainda apoio dos times de futebol Flamengo, Vasco e Coritiba. A *live* com a banda Maneva foi a que teve mais audiência, com 11.683 visualizações, em 21 de setembro de 2022, seguida do vídeo de apoio do time Flamengo à campanha Setembro Amarelo, em 6 de setembro de 2022, com 10.398 visualizações. Houve ainda a parceria entre a ABP e o Minas Shopping, via Festival Internacional de Cinema e Psiquiatria, totalizando nove postagens sobre o evento. Foram exibidas fotos com a mudança de iluminação de prédios públicos em todo o Brasil para a cor amarela, objetivando chamar a atenção para campanha, a exemplo do Cristo Redentor (16/09/2022), do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (21/09/2022) e dos Arcos da Lapa, no Rio de Janeiro (25/09/2022).

Durante a campanha Setembro Amarelo, o Instagram da ABP divulgou duas *lives* com a Miss Brasil 2022 e a Miss Universo, ambas comandadas pelo presidente da ABP, o que leva a refletir acerca da escolha dessas convidadas, que não representam os grupos mais acometidos pelo risco de suicídio, a partir dos dados epidemiológicos. Uma alternativa

seria convidar outro profissional de saúde, por exemplo, que atue numa emergência psiquiátrica, ou uma pessoa da sociedade com mais representatividade, com a qual os seguidores se identifiquem, melhorando a audiência e o engajamento.

A sugestão se justifica a partir de pesquisas que mostram a influência dos tabus relacionados ao suicídio no atendimento e no acolhimento dos profissionais de saúde aos pacientes com essas demandas, tanto quando estes chegam às emergências, como após terem alta hospitalar das emergências. Essa lacuna já vem desde a formação profissional, conforme atesta a pesquisa de Costa e Moreira (2017). Segundo Marquetti, Kawachi e Pleffken (2015, p. 38), muitos profissionais de saúde que atendem pessoas que tentam suicídio consideram o ato “algo da ordem do anormal, antissocial ou imoral”.

A produção da ABP na campanha Setembro Amarelo reforça essa narrativa de patologização e estigmatização do fenômeno, embora se defina como “a maior campanha anti-estigma do mundo”, conforme postagem em 20 de setembro de 2022. Em discordância a essa postura de patologização do comportamento autodestrutivo, Stevanin (2018, p. 21) ressalta a necessidade de acolhimento, empatia e de cuidados durante o atendimento inicial. Essa postura profissional deve continuar após a alta hospitalar das tentativas de suicídio e é essencial para preservar a vida dessas pessoas e suas famílias. Devem envolver um encaminhamento qualificado, numa perspectiva de corresponsabilização interdisciplinar e intersetorial.

Nesta direção, Oliveira *et al.* (2020a) enfatizam que os profissionais de saúde não podem ser negligenciados na campanha Setembro Amarelo, até porque há muitos casos de adoecimento mental e tentativas de suicídio com esse público, especialmente após a pandemia de covid-19. Um estudo da Organização Pan-Americana da Saúde feito em 11 países, dentre eles o Brasil, revelou que trabalhadores da área da saúde na América Latina apresentaram índices elevados de sintomas

depressivos e pensamentos suicidas durante a pandemia de covid-19 (Organização Pan-Americana da Saúde, 2022b), mostrando-se um público vulnerável, que requer mais atenção e direcionamento das campanhas de prevenção ao suicídio.

Por exemplo, houve uma postagem com foto de depoimento de uma atriz, objetiva e esclarecedora, tentando desconstruir preconceitos sobre a depressão. Foi feita em 29 de setembro de 2022 e teve 768 curtidas (Figura 2). O equívoco da postagem é restringir o cuidado em saúde mental à figura do psiquiatra. Além disso, o texto só indica o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) e os contatos para consultórios particulares de psiquiatras. Não há indicações para políticas públicas específicas de saúde mental nos Estados, a exemplo dos serviços substitutivos, como os Centros de Atenção Psicossocial (CAPS), que contam com equipe interdisciplinar – inclusive psiquiatra. Esse tipo de abordagem acaba excluindo pessoas em maior situação de vulnerabilidade socioeconômica, que não têm um direcionamento de atendimento especializado em saúde mental no serviço público de saúde.

Figura 2: Depoimento de atriz jovem e branca sobre depressão e preconceito

abpbrasil
Associação Brasileira de Psiquiatria - ABP

abpbrasil A Organização Mundial da Saúde estima a existência de mais de 264 milhões de pessoas com depressão no mundo e considera essa doença mental como a terceira maior causa de incapacidade.

Apesar de ser uma doença bastante comum, ela carrega o estigma, assim como os outros transtornos mentais. A disseminação de conteúdos corretos sobre #SaúdeMental é a principal forma de combater a Psicofobia!

Alguns sintomas da doença são:

- Tristeza prolongada
- Pouco interesse por atividades antes prazerosas
- Irritabilidade ou hipersensibilidade
- Pouca energia
- Sentimentos de culpa ou desesperança
- Falta ou aumento de apetite

Se a depressão tem tratamento! Se você apresenta ou conhece alguém com esses sintomas, procure ajuda! Vá ao Médico Psiquiatra.

Quer saber mais sobre o assunto? Acesse o Canal da Psiquiatria no Youtube!

Fonte: Tradido da Psiquiatria da ABP.

768 Curtido por barboza.jai e outras pessoas
SETEMBRO 29

Adicione um comentário...

Fonte: Postado no perfil da ABP no Instagram em 29 de setembro de 2022, no site https://www.instagram.com/p/CjGpE6HAzlm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA

Além da falta de articulação com o Estado, a campanha da ABP não dialoga com o terceiro setor, as Organizações Sociais Não governamentais, que são instituições filantrópicas sem fins lucrativos, a exemplo do Centro de Valorização da Vida (CVV). Outra falha a ser destacada é que não há, no perfil da ABP, menção ao trabalho do CVV, que também faz parte da campanha Setembro Amarelo, trabalha há mais de 60 anos com prevenção ao suicídio e realiza mais de 3 milhões de atendimentos anuais no Brasil todo (Centro de Valorização da Vida, 2022).

É preciso reconhecer que a ABP foi bem-sucedida em duas postagens, no que se refere à prevenção ao suicídio com grupos mais vulneráveis: uma live sobre suicídio de crianças e adolescentes, realizada em 20 de setembro de 2022, que teve 794 visualizações, e outra sobre bullying e cyberbullying como fatores de risco para suicídio em jovens, em 28 de setembro de 2022, com 403 curtidas. Essas postagens visaram atingir jovens com idade entre 15 e 29 anos, faixa etária que mais tem aumentado o número de casos de suicídio no Brasil. Destaca-se o aumento de 113% das mortes por suicídio em menores de 14 anos (Oliveira *et al.*, 2020b).

Outro ponto positivo de prevenção ao suicídio da campanha Setembro Amarelo no perfil da ABP no Instagram em 2022 é uma postagem sobre posvenção, em 6 de setembro de 2022, que teve 1.059 curtidas. O termo posvenção abrange as várias medidas que favoreçam a expressão de ideias e sentimentos relacionados ao trauma e a elaboração do luto, de enlutados e de sobreviventes do suicídio (Botega, 2023). Grupos de autoajuda, formados por sobreviventes enlutados após ocorrência de um suicídio, têm sido reconhecidos como um meio valioso de posvenção, capaz de ajudar emocionalmente familiares e amigos da pessoa que cometeu suicídio. Nesse aspecto, parece ser uma lacuna representantes desses grupos não estarem participando ativamente da campanha Setembro Amarelo no perfil da ABP no Instagram.

Ausência de diálogo com os princípios do SUS

Analisando as postagens da ABP na campanha Setembro Amarelo de 2022 a partir dos princípios do SUS, da Política de Promoção à saúde e de uma perspectiva transdisciplinar da Comunicação e Saúde, é possível concluir que, apesar de a iniciativa ser relevante para estimular o debate sério do suicídio como grave problema de saúde pública, desconstruindo tabus e incentivando o cuidado em saúde mental, alguns pontos precisam ser aprimorados.

Nessa direção, uma campanha dialógica deveria incorporar os princípios e diretrizes do SUS às políticas e práticas de comunicação e saúde. Com base no princípio da universalidade, a comunicação é direito de todos. Isso significa que as pessoas não são apenas destinatárias da comunicação, mas interlocutoras, devendo serem levadas em conta como quem tem o que dizer e quer ser escutada e considerada (Stevanin; Murтинho, 2021). Tendo como referência uma comunicação em rede, multidirecional, multipolar e descentrada (Araújo; Cardoso, 2007), evidencia-se que a campanha Setembro Amarelo de 2022 no perfil da ABP não se deu na perspectiva da universalidade. Feita por psiquiatras, em geral homens, brancos, do Sul e Sudeste, falhou em termos de representatividade, restringindo a campanha à Psiquiatria, como se o suicídio e a saúde mental fossem um problema estritamente psiquiátrico.

Pelo princípio de equidade, haveria a tentativa de promover a redistribuição do poder de produzir e fazer circular as ideias, de ser ouvido e levado em consideração (Araújo; Cardoso, 2007). Na campanha Setembro Amarelo de 2022 no perfil da ABP no Instagram não se observa essa equidade, pois, além de não contemplar públicos-alvo específicos, por região, por demandas, a partir do que os dados epidemiológicos mostram, apresenta um discurso predominantemente médico, normativo, patologizante e excludente, visto que é direcio-

nado para pessoas que podem custear um tratamento particular com psiquiatra. Não há referências para suporte interdisciplinar em saúde mental no setor público. Assim, a campanha Setembro Amarelo deixa a desejar no que se refere a pessoas mais vulneráveis, em saúde mental e economicamente. Elas até podem chegar à conclusão que precisam cuidar da saúde mental, mas não são informadas de como ter acesso a um serviço de saúde mental público e gratuito.

A partir do princípio de integralidade, observa-se que não se restringe aos comunicadores (Araújo; Cardoso, 2007). Por esse princípio, ter psiquiatras fazendo essa comunicação é um avanço. O problema é quando só eles protagonizam a campanha. Não convidar profissionais de outras áreas, pesquisadores ou organizações não governamentais que trabalham com o tema para integrar o debate, leva a um discurso uníssono e vertical, que não contempla a multifatorialidade e inter-setorialidade que demanda o combate e prevenção ao suicídio. Evidencia-se que a pauta e convidados não contemplam públicos mais vulneráveis ao risco de suicídio além dos adolescentes, como idosos (Santos *et al.*, 2021), pessoas LGBTQIA+ (Chinazzo *et al.*, 2023), indígenas (Araújo *et al.* 2023), agricultores que trabalham com agrotóxicos (Lima; Cunha, 2021), profissionais de segurança pública (Pereira *et al.*, 2023) e, inclusive, profissionais de saúde (Carvalho, 2023). Se é para enfrentar tabus, estimular o cuidado em saúde mental, seria mais eficaz contemplar públicos mais vulneráveis, que se sentissem acolhidos e representados no discurso da campanha Setembro Amarelo.

Assim como na pesquisa de Monari e Bertolli Filho (2019), ao não contemplarem essas pessoas mais vulneráveis na campanha Setembro Amarelo, a ABP faz com que esse público não sinta identificação com a campanha de prevenção ao suicídio e acaba por corroborar a invisibilidade social e a estigmatização que já vivenciam, agravando seu sofrimento psíquico. Como afirmam Stevanin e Murtinho (2021, p.

145), “saúde é o território da diversidade e ela nunca poderá ser plena se não houver diálogo, reciprocidade e construção coletiva”.

Quanto ao princípio de descentralização, a comunicação põe em questão a produção autoritária, restrita à espaços de poder, a partir do capital econômico, da política e da cultura (Araújo; Cardoso, 2007). Uma iniciativa institucional nessa direção seria ter a participação de membros da ABP de todas as regiões do Brasil, trazendo contribuições a partir da realidade e das demandas locais. Mas vai além. É preciso a participação e articulação de vários segmentos sociais, não apenas médicos.

Pelo princípio da hierarquização, a comunicação deve ocorrer em vários níveis, a partir de condições para que a polifonia social seja ouvida e de fato considerada, fortalecendo diretamente o exercício dos demais princípios e diretrizes do SUS, no âmbito da comunicação. (Araújo; Cardoso, 2007). No entanto, a comunicação da campanha Setembro Amarelo foi extremamente centralizada, por região geográfica, por categoria profissional, por discurso, por escolha de pautas, por público-alvo.

Complementando todos os princípios do SUS está o da participação social, tão importante para a comunicação em saúde. Por esse princípio, a comunicação deve ser universal, equitativa, integral, descentralizada e hierarquizada. Assim, a comunicação e saúde não deve se restringir a profissionais de saúde e de comunicação (Araújo; Cardoso, 2007). Por esse princípio, é preciso refletir acerca do público que a ABP quer atingir pelas postagens do Setembro Amarelo: quem pauta a campanha e quem produz esse conteúdo.

No contexto da promoção da saúde, a campanha Setembro Amarelo produzida pela ABP, apesar de pretender incentivar a promoção da saúde mental, acaba por produzir um discurso predominan-

temente médico, elitista, patologizante, focado em situações de crise e de medicalização – ou internação. Esse objetivo não condiz com a promoção de saúde mental, nem com a Política Nacional de Saúde Mental, que prioriza a inclusão social, o tratamento interdisciplinar em serviços substitutivos, o fortalecimento dos vínculos sociais e a autonomia dos sujeitos. O próprio discurso normativo da campanha, dependendo do estado de saúde mental de quem consome, pode levar a uma culpabilização e sentimento de impotência, quando coloca a vida como uma escolha.

“As pessoas ainda têm uma visão de que suicídio é uma escolha e que a pessoa está consciente, tendo uma escolha livre. Alguém que está inundado de dor e sofrimento não tem uma escolha livre, não é assim que funciona” (Santos, 2022). Em geral, a pessoa quer acabar um sofrimento que parece insolúvel, não acabar com a vida. Por isso, as campanhas de prevenção ao suicídio, somada à eficácia de políticas públicas permanentes em educação em saúde e saúde mental, poderiam contribuir para reduzir a quantidade de casos no país.

Assim, a campanha Setembro Amarelo falha devido à sua produção centralizada e à incapacidade de atender a grupos específicos. Além disso, usa um estilo impessoal, desprovido de referências culturais, unidirecional, verticalizado e focado em difundir normas e mudar comportamentos das pessoas. Tais características parecem inadequadas em um país tão diversificado quanto o Brasil, pois alienam diversos grupos da sociedade, limitando a eficácia dessas campanhas (Araújo; Cardoso; Murtinho, 2009).

A análise da campanha realizada em 2022 leva a concluir que o Setembro Amarelo tem sido um espaço importante de prevenção em saúde mental. Como toda campanha, necessita avaliação e atualização, devendo priorizar grupos mais vulneráveis e conectar-se ao Estado, organizações não governamentais e representantes das diversas ca-

tegorias de saúde, como os Conselhos Profissionais. Não basta a repetição de dados epidemiológicos descontextualizados ou alertas nos moldes de mitos e verdades. Melhorar a prevenção do suicídio e as ações de prevenção exige uma maior compreensão de como e por que as pessoas decidem acabar com suas próprias vidas em diferentes contextos. Como ressalta Bteshe (2018), a construção de um plano de cuidado implica em pensar no caso a caso, conhecer e escutar as diferentes histórias e narrativas que constituem aquele sujeito ou grupo social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de a iniciativa da campanha Setembro Amarelo por parte da Associação Brasileira de Psiquiatria ser relevante para estimular o debate sério do suicídio como grave problema de saúde pública, desconstruindo tabus e incentivando o cuidado em saúde mental, alguns pontos precisam ser aprimorados. Um deles é a articulação intersetorial da ABP com organizações não governamentais, representações de outras categorias profissionais, não só de saúde, de organizações de apoio à enlutados e do poder público, a partir da articulação de vários Ministérios, estados e municípios. O Estado não pode se eximir do seu papel e precisa se envolver de forma mais efetiva na campanha, não apenas em setembro, mas o ano todo. A ABP vem há 20 anos cumprindo uma função importante no combate ao suicídio, mas, além de ser restrita a um mês, requer aprimoramento, ampliação, atualização. Falta ao Estado atuar intersetorialmente o ano todo em campanhas educativas de promoção e prevenção em saúde mental.

À luz dos princípios do SUS de universalidade, equidade, descentralização, hierarquização e participação social, a campanha Setembro Amarelo protagonizada pela ABP no Instagram necessita de alguns ajustes e maior participação da sociedade, inclusive nas pautas e produção de conteúdo, promovendo maior engajamento e eficácia da campanha. Sobre a promoção de saúde, apesar de a campanha se propor a ser um incentivo à prevenção do suicídio, que envolve uma abordagem preventiva, intersetorial e interdisciplinar, ainda é centrada na figura do médico, especialmente o psiquiatra, e com foco na patologização e na intervenção em crise.

Os dados epidemiológicos mostram que os suicídios não ocorrem apenas em setembro. Ampliar a campanha para o ano todo, articulando

com a educação em saúde, pode gerar maior engajamento, melhorando a eficácia da campanha na redução dos casos. Apesar de o perfil da ABP no Instagram contar, em 2024, com 118 mil seguidores, o aumento do número de casos aponta a necessidade de reformular a campanha, para que atinja seu objetivo: informar e diminuir o número de casos de suicídio. Isso não significa pensar nos processos comunicacionais de forma linear e horizontal, mas buscar outros canais de escuta e de diálogo.

Por fim, essas campanhas precisam ser periodicamente avaliadas, revistas, pesquisadas, não apenas em termos de engajamento. As pessoas que vivenciam problemas de saúde mental precisam ser ouvidas acerca dessas campanhas e contribuir na sua produção. Quem produz a campanha precisa ser mais empático e ter como foco a questão da saúde mental, e não algumas pessoas ou instituições. O protagonismo deve ser da causa: saúde mental e prevenção ao suicídio.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, J. A. P. de *et al.* Suicide among Indigenous peoples in Brazil from 2000 to 2020: a descriptive study. **The Lancet Regional Health – Americas**, [S. l.], v. 26, artigo, out. 2023.

ARAÚJO, I. S. de; CARDOSO, J. M. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, I. S. de; CARDOSO, J. M.; MURTINHO, R. A comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, ano 6, n. 10, p. 104-115, jan./jun. 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PSIQUIATRIA. **Suicídio**: informando para prevenir. Brasília: Associação Brasileira de Psiquiatria, 2014. Disponível em: https://www.icict.fiocruz.br/sites/www.icict.fiocruz.br/files/suicidio_informado_para_prevenir_abp_2014.pdf. Acesso em 31 out. 2022.

BOTEGA, N. J. **Crise suicida**: avaliação e manejo. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2023.

BRASIL. **Campanha Setembro Amarelo destaca leis e estratégias de prevenção ao suicídio**. Brasília: Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, 2022.

BRASIL. **Lei Nº 10.2016, de 6 de abril de 2001**: Dispõe sobre a proteção e os direitos das pessoas “portadoras” de transtornos mentais e redireciona o modelo assistencial em saúde mental. 2001.

BRASIL. **Lei Nº 13.819, de 26 de abril de 2019**: Institui a Política Nacional de Prevenção da Automutilação e do Suicídio, a ser implementada

pela União, em cooperação com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; e altera a Lei nº 9.656, de 3 de junho de 1998. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Boletim **Epidemiológico**, Ministério da Saúde 6, v. 52, n. 33, set. 2021. Disponível em: https://www.gov.br/saude/ptbr/centraisdeconteudo/publicacoes/boletins/epidemiologicos/edicoes/2021/boletim_epidemiologico_svs_33_final.pdf. Acesso em: 25 out. 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Política Nacional de Promoção da Saúde**. 3. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2010.

BRASIL. **Portaria Nº 1.876, de 14 de agosto de 2006**: Institui Diretrizes Nacionais para Prevenção do Suicídio, a ser implantadas em todas as unidades federadas, respeitadas as competências das três esferas de gestão. 2006.

BTESHE, M. O suicídio na mídia: reflexões para o cuidado em saúde mental. **Reciis** – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 252-257, jul./set. 2018. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/download/1597/2222/6206>. Acesso em: 29 out. 2022.

CARDOSO, J. M.; ROCHA, R. L. Interfaces e desafios comunicacionais do Sistema Único de Saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 6, p. 1871-1879, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/pTXBdCDZGJGbpX93xQd3gGK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 01 set. 2022.

CARVALHO, A. N. de. O suicídio do profissional de saúde frente à tempos pandêmicos. **Revista Multidisciplinar do Sertão**, Serra Talhada, v. 2, n. 1, p. S33-S41, 31 jan. 2023. Disponível em: <https://revistamultisertao.com.br/index.php/revista/article/view/502>. Acesso em: 17 mar. 2023.

CASSORLA, R. M. S. **Suicídio**: fatores inconscientes e aspectos socio-culturais – uma introdução. São Paulo: Blucher, 2017.

CENTRO DE VALORIZAÇÃO DA VIDA. **O CVV**. 2022. Disponível em: <https://www.cvv.org.br/o-cvv/>. Acesso em: 7 nov. 2023.

CHINAZZO, Í. R. *et al.* Impacto do estresse de minoria em sintomas depressivos, ideação suicida e tentativa de suicídio em pessoas trans. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 26, suppl 3, p. 5045-5056, 15 nov 2021. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csc/2021.v26suppl3/5045-5056/pt>. Acesso em: 3 dez. 2023.

COSTA, R. A. da; MOREIRA, M. I. B. Formação interprofissional em saúde e o acolhimento a situações limites: compreensão do fenômeno do suicídio. **Mental [online]**, [S. l.], v. 11, n. 21, p. 378-395, 2017. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/mental/v11n21/v11n21a06.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2023.

DANTAS, E. S. O.; BREDEMEIER, J.; AMORIM, K. P. C. Sobreviventes enlutados por suicídio e as possibilidades para posvenção no contexto da saúde pública brasileira. *Saúde Soc.*, São Paulo, v. 31, n. 3, e210496pt, 2022.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. **Política de Comunicação da Fiocruz**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2017.

GAINO, L. V. *et al.* O conceito de saúde mental para profissionais de saúde: um estudo transversal e qualitativo. **SMAD**, Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog. (Ed. port.), Ribeirão Preto, v. 14, n. 2, p. 108-116, 2018. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/smad/v14n2/07.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

KOVÁCS, M. J.; HWANG, E. Suicídio por contágio e o papel das mídias de comunicação em massa. **Revista M. Estudos Sobre a Morte, Os Mortos E O Morrer**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, p. 77-100, jan./

jun. 2019. Disponível em: <https://seer.unirio.br/revistam/article/view/8976/7973>. Acesso em: 14 out. 2023.

LIMA, A. L.; CUNHA, M. Agroquímicos e suicídio: uma emergência epidemiológica?. **Servir**, [S. l.], v. 2, n. 01, p. 75-81, 2021. DOI: 10.48492/servir0201.25678. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/servir/article/view/25678>.

MARQUETTI, F. C.; KAWAUCHI, K. T.; PLEFFKEN, C. O suicídio, interditos, tabus e consequências nas estratégias de prevenção. **Revista Brasileira de Psicologia**, Salvador, v. 2, n. 1, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revbraspsicol/issue/download/1839/441>. Acesso em: 8 out. 2023.

MONARI, A. C. P.; BERTOLLI FILHO, C. Entre o debate público e o silêncio: análise a cobertura jornalística online sobre a questão do suicídio de adolescentes e jovens negros no Brasil. **Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 4, p. 754-767, out./dez. 2019. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/download/1853/2327/7664>. Acesso em: 12 ago. 2023.

OLIVEIRA, A. V. *et al.* Suicídio entre os profissionais de saúde. **Revista Brasileira Interdisciplinar de Saúde**, Brasília, v. 2, n. 4, p. 11-16, abr. 2020a. Disponível em: <https://revistarebis.rebis.com.br/index.php/rebis/article/view/117>. Acesso em: 20 mar. 2024.

OLIVEIRA, E. de C. *et al.* Prevalência de tentativas de suicídio entre adolescentes e jovens. **SMAD, Rev. Eletrônica Saúde Mental Álcool Drog.** (Ed. port.), Ribeirão Preto, v. 16, n. 4, p. 85-91, dez. 2020b. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/smad/v16n4/v16n4a11.pdf>. Acesso em: 07 out. 2023.

ORELLANA, J. D. Y.; SOUZA, M. L. P. de. Excess suicides in Brazil: Inequalities according to age groups and regions during the COVID-19 pandemic. **International Journal of Social Psychiatry**, [S. l.], v. 68, n. 5, p. 997–1009, maio 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/00207640221097826>. Acesso em: 3 nov. 2023.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **OPAS lança campanha para combater o estigma contra pessoas com condições de saúde mental**. 7 out. 2022a. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/7-10-2022-opas-lanca-campanha-para-combater-estigma-contra-pessoas-com-condicoes-saude>. Acesso em: 18 abr. 2024.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **OMS destaca necessidade urgente de transformar saúde mental e atenção**. 17 jun. 2022b. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/17-6-2022-oms-destaca-necessidade-urgente-transformar-saude-mental-e-atencao>. Acesso em: 18 out. 2023.

PEREIRA, P. O. B. *et al.* Suicídio em profissionais de segurança pública. **Revista de Epidemiologia e Saúde Pública - RESP**, São Paulo, v. 1, n. 3, set. 2023. Disponível em: <https://respcientifica.com.br/index.php/resp/article/view/39/35>. Acesso em: 6 out. 2023.

SANTOS, J. V. Suicídio não é escolha, mas um ato de desespero imerso numa grande dor. **Instituto Humanitas Unisinos**, 30 set. 2022. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/159-entrevistas/622601-suicidio-nao-e-escolha-mas-um-ato-de-desespero-imerso-numa-grande-dor-entrevista-especial-com-karen-scavacini>. Acesso em: 16 out. 2023.

SANTOS, M. C. L. dos *et al.* Suicídio em idosos: um estudo epidemiológico. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, São Paulo, v. 55, p. e03694, 2021.

STEVANIN, L. F. Precisamos falar sobre suicídio. **Radis**, Rio de Janeiro, n. 193, p. 16-26, out. 2018. Disponível em: <https://radis.ensp.fiocruz.br/index.php/home/reportagem/precisamos-falar-sobre-suicidio>. Acesso em: 28 out. 2023.

STEVANIN, L. F.; MURTINHO, R. **Direito à Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.

CAPÍTULO 9

DOUTOR, O QUE FAÇO COM A DESINFORMAÇÃO? O MAL DO SÉCULO NA PERCEPÇÃO DE MÉDICOS

*Pedro Henrique de Oliveira Macedo
Claudia Irene de Quadros
Chirlei Diana Kohls
Tatiana Dourado*

Introdução

Neste estudo, destacamos as percepções de médicos sobre pacientes que pesquisam na internet informações sobre saúde, procurando compreender como os médicos estão lidando com notícias fraudulentas (*fake news*) e outros conteúdos tipicamente enganosos (Dourado, 2020) que podem prejudicar a saúde da população. Na área da saúde, por exemplo, informações falsas podem afetar milhares de pessoas (Levy *et al.*, 2021). Neste contexto, a comunicação pública da ciência (CPC) é acionada para refletir o momento da pós-pandemia de covid-19 e contribuir para o combate a informações falsas e enganosas. Além de uma pesquisa *survey* com médicos que trabalham em três hospitais de Curitiba (PR) e os resultados da Análise de Conteúdo (AC), procuramos evidenciar algumas estratégias de comunicação utilizadas para criar respostas contra desinformação.

A desinformação é considerada o mal do século por muitos pesquisadores (Jorge, 2023), e instituições, como a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, a Unesco (2021), têm en-

fatizado os riscos que o aumento da circulação de informações falsas, negacionismo e discursos nocivos geram à sociedade. Neste capítulo, observamos como a exposição de indivíduos a informações incorretas, equivocadas e imprecisas, muitas das quais induzidas por meio de campanhas de desinformação, pode afetar a saúde das pessoas e a relação entre médico e paciente. A partir do projeto de pesquisa de mestrado “De frente com o Dr. Google: o que os médicos pensam sobre pacientes que se informam sobre saúde na Internet”, fizemos um recorte para estudar o impacto causado pela desinformação.

Na discussão teórica, resgatamos fundamentos dos estudos da desinformação e da comunicação pública da ciência. Desinformação pode ser compreendida como um conjunto de conteúdos produzidos e distribuídos para cumprir algum tipo de objetivo, e pode gerar danos a indivíduos, à eficácia de políticas públicas e à imagem pública de instituições. A CPC envolve cidadãos especialistas e não especialistas interessados na produção do conhecimento e, para isso, diversas ações são realizadas, como coletar dados para uma pesquisa e/ou organizar atividades estratégicas para o avanço da sociedade. No combate à desinformação, a CPC pode contribuir no planejamento de ações mais efetivas com envolvimento de cientistas, população e comunicadores.

Nesta investigação, por meio de uma pesquisa *survey*, ouvimos médicos que trabalham em três hospitais de Curitiba para conhecer as percepções desses profissionais que se relacionam constantemente com pacientes que se deparam com a desinformação na área da saúde. A partir dos resultados, apresentamos algumas propostas para combater a desinformação com a CPC. Diante de tanta desinformação que pode causar problemas graves para a saúde pública, como surtos de doenças ocorridos pelo boicote à vacinação incentivado por grupos nas redes sociais digitais que propagam conteúdos falsos e/ou distorcem uma notícia (Almeida, 2019), consideramos necessário evidenciar (possíveis) ações que

esclarecem a população sobre a necessidade de verificar a informação recebida ou consultada na internet.

Desinformação: o mal do século XXI

A crise de saúde desencadeada pela covid-19 trouxe desafios de toda ordem (política, econômica, sanitária, social, familiar) no mundo. Em países como o Brasil, que tem vivido um processo acentuado de polarização social e afetiva nos últimos anos, principalmente entre os mais interessados por política (Fucks; Marques, 2022), a pandemia do novo coronavírus aprofundou mais ainda o fosso de uma crise também epistêmica (Gomes, 2019). No Brasil, esse processo se agravou, entre 2020 e 2022, com as atitudes do então presidente da República, Jair Bolsonaro, que levantava suspeitas sobre a vacinação, rejeitava a necessidade de distanciamento social e defendia o uso de um kit de medicamento para tratamento precoce. Essa abordagem atraía engajamento expressivo em plataformas como o Twitter (Penteado *et al.*, 2022) e interferiu nos rumos da discussão pública e na eficácia de políticas públicas.

Isso contribuiu para que negacionismo científico e teorias da conspiração fossem validados e endossados contínua e publicamente, a partir de publicações feitas por líderes de opinião, de políticos a médicos, jornalistas, religiosos, entre outros segmentos profissionais, além de adeptos de movimentos antivacinas, gerando efeitos negativos significativos e duradouros para o campo da saúde pública, problema definido como “infodemia” (informação + pandemia) pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Na medida em que a crise sanitária evoluiu, identificou-se a escalada de conteúdos incorretos e impróprios, em especial, no Facebook, WhatsApp e Instagram (Galhardi *et al.*, 2022). No Twitter, uma das características identificadas no Brasil e mundo foi a apropriação da linguagem científica e de fontes pseudocientíficas para reforçar cren-

ças que impulsionaram informações falsas sobre como tratar a covid-19 (Piaia *et al.*, 2023).

O Brasil é um dos maiores mercados para as mídias sociais no mundo, com cerca de 152 milhões de usuários ativos em 2023 (We are Social, 2023). Também um dos países onde os indivíduos estão mais expostos a informações falsas, incorretas, imprecisas e descontextualizadas, o que agrava o problema, tendo em vista o cenário digital comunicacional no qual noções de público e privado se tornam híbridas (Papacharissi, 2010) e a ideia da discussão mediante razão pública (Habermas, 2003) mais dispersa. Neste contexto, plataformas como WhatsApp, Google, YouTube e Instagram tornaram-se instrumentos relevantes, quando não os principais, de acesso a informações em saúde para parte expressiva da população brasileira. Por isso, estudos têm chamado a atenção para a necessidade de existir mais parâmetros que sinalizem a qualidade da informação em saúde na internet (Moretti; Oliveira; Silva, 2012).

Neste sentido, os fluxos de mensagens propagados por meio de contas autênticas e inautênticas em plataformas digitais, especialmente os serviços de redes sociais, conformam a desordem informacional típica da contemporaneidade. Essa desordem informacional é, ao mesmo tempo, constituída por múltiplos fenômenos que decorrem dos usos da informação e das possibilidades de manipulação informativa, que podem ser resumidos na concepção de *misinformation* (informação incorreta) e de desinformação, cujas trajetórias precedem a era digital. *Misinformation* representa o tipo de informação que, de forma não intencional, desencadeia um processo de má compreensão dos fatos sociais e acontecimentos públicos. Nesse caso, equívocos de interpretação, muitas vezes, persistem de forma duradoura e se tornam de difícil correção, como no caso da construção de estereótipos em torno de vírus como ebola e HIV (Lewandowsky *et al.*, 2012), além de teorias da conspiração como os efeitos da radiação do 5G, entre outros.

Por sua vez, por desinformação, compreende-se ação sistemática e coordenada de distribuição apócrifa de falsificações e enganos informativos, tradicionalmente realizada pela propaganda política e, de forma mais específica, por meio de propaganda computacional (Bradshaw; Bailey; Howard, 2020; Freelon; Weels, 2020). Neste âmbito, inclui-se produção e distribuição de peças de *fake news*, isto é, de histórias pretensamente factuais, porém objetiva e verificadamente falsas (Allcott; Gentzkow, 2017), distribuídas digitalmente com o objetivo deliberado de disputar o sentido de notícia (Dourado, 2020), visando um ganho pretendido. Esse processo de espraiamento de mensagens, mesmo que ativadas por táticas de propaganda e uso de automação, depende fundamentalmente de envolvimento orgânico para ter seu alcance ampliado (Dourado, 2023), o que diversos autores passaram a definir como “desinformação participativa” (Starbird; Arif; Wilson, 2019). Essas distinções são fundamentais para caracterizar e identificar prioridades para entender a complexidade do problema e construir respostas contra os efeitos nocivos a partir da comunicação pública.

A Comunicação Pública da Ciência (CPC) no combate à desinformação

Neste contexto, o papel central da CPC de democratizar o acesso ao conhecimento científico (Bucchi, 2008; Granado; Malheiros, 2015; Castelfranchi, 2008, 2010; Manso, 2015; Hernando, 2003; Costa; Sousa; Mazocco, 2010; Bueno, 2010; Targino; Torres, 2014; Quadros *et al.*, 2022) torna-se fundamental. A discussão da CPC é relativamente nova quando comparada à tradição mais longa de comunicar ciência ao público (Bucchi, 2008), mas tem sido bastante utilizada para discutir e encontrar uma solução de forma conjunta para um problema enfrentado pela sociedade.

A CPC é um espaço de oportunidades para diálogos que traz para

o centro dos debates o cidadão não especializado em ciência (Manso, 2015). Ao olhar para a produção científica, a CPC também abrange e discute a ciência aberta, “mantendo a centralidade da dinâmica do cidadão como sujeito informacional ativo” (Manso, 2015, p. 4). A crise de confiança na ciência pode ser inclusive também relacionada ao modelo de replicabilidade da ciência aberta, já que promover a replicabilidade como um critério central pode reforçar a desconfiança da ciência entre o público e os cientistas (Oliveira *et al.*, 2021). Por isso, tomando como exemplo a área da comunicação, é essencial manter a pesquisa baseada em perspectivas inclusivas e abertas, além de considerar contextos locais na implementação da ciência aberta (Oliveira *et al.*, 2021).

Dentro da CPC, há outros conceitos que se relacionam com a democratização do acesso ao conhecimento científico: a divulgação científica, a alfabetização científica (ou educação para ciência, ou literacia científica), o jornalismo científico e a comunicação integrada científica que desenvolve estratégias que colocam os públicos envolvidos para o desenvolvimento de ações conjuntas. Esta última pode ser relacionada ao conceito de Envolvimento do Público em Ciência e Tecnologia (ou *Public Engagement in Science and Technology*), que considera os saberes tanto de cientistas quanto de todos os cidadãos para mobilizar ambos numa conversação democrática, incluindo as pessoas em discussões e decisões que afetam sua vida (Granado; Malheiros, 2015).

Com linguagem acessível para um público mais amplo, na maioria das vezes não familiarizado com os processos do fazer científico, a divulgação científica é a extensão do conhecimento, um direito que o público tem de ser informado sobre os avanços da ciência e da tecnologia, como propõe Manuel Calvo Hernando (2003). “A divulgação da ciência nos meios de comunicação é uma prática democrática, pois oferece às maiorias o conhecimento das minorias, no exercício da mais exigente e complexa democracia, a democracia da cultura” (Hernando, 2003, p. 207, tradução nossa).

A divulgação científica abrange outras ações e formatos além do jornalismo científico, como exposições em museus, atividades nas escolas e ações na rua. Com novos elementos e instâncias adicionais de mediação, o jornalismo científico assume a inter-relação estreita e contínua com a ciência para intensificar a divulgação de informações em linguagem acessível ao grande público (Targino; Torres, 2014; Bueno, 2010). Já a alfabetização científica incorpora a noção geral sobre conceitos e temas básicos da ciência, a essência da atividade científica e a função social da ciência e tecnologia, e deve estar prevista na divulgação científica (Targino; Torres, 2014; Bueno, 2010). Wilson da Costa Bueno (2010) destaca que a alfabetização científica precisa abrir espaço para aproximação e diálogo, convocando as pessoas para debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e democracia.

Para conhecer como a ciência funciona, ajudando no combate à desinformação, ao negacionismo e à pseudociência, a educação e alfabetização científica e popularização da ciência são apontadas como caminhos por vários autores (Marineli, 2020; Barnett; Kaufmann, 2018; Howell; Brossard, 2021). Ao buscar que as pessoas se tornem e permaneçam informadas e evitem ser mal informadas sobre questões científicas, a literacia científica precisa considerar todo o “ciclo de vida da informação científica”, como sugerem Emily L. Howell e Dominique Brossard (2021). Desta forma, a alfabetização científica deve incluir: 1) compreender como a comunidade científica produz informação científica e como a ciência se relaciona com a sociedade, ou “alfabetização em ciências cívicas/pública”; 2) como os meios de comunicação reempacotam e partilham a informação, ou “alfabetização científica em mídia digital”; 3) e como os indivíduos encontram essa informação e formam opiniões sobre ela, ou “alfabetização científica cognitiva” (Howell; Brossard, 2021), como mostra a **Figura 1**.

Figura 1: Dimensões da alfabetização necessárias para a alfabetização científica.



Fonte: Howell; Brossard, 2021 (Tradução nossa).

Com estas três dimensões sobrepostas, a literacia científica deveria significar que mais pessoas são capazes de acessar a informação que necessitam, evitar a desinformação e contribuir melhor para um discurso informado e para a tomada de decisões envolvendo a ciência (Howell; Brossard, 2021). Diante das questões complexas e dinâmicas enfrentadas na contemporaneidade, como a própria pós-pandemia de covid-19, há uma urgência em ajudar as pessoas a desenvolverem as competências que a literacia científica abrange (Howell; Brossard, 2021). “Só então a ciência poderá ajudar a construir uma sociedade melhor e mais justa” (Howell; Brossard, 2021, p. 7, tradução nossa), e auxiliar no combate à desinformação nas diversas áreas do conhecimento ao contribuir também para que os cidadãos saibam identificar conteúdos confiáveis sobre ciência.

Nesse esforço, a comunicação pública da ciência exige um trabalho integrado de especialistas e não especialistas. O Decreto Federal nº 11.754, do governo brasileiro, assinado em 25 de outubro de 2023, prevê uma série de ações dentro do Programa Nacional de Popularização

da Ciência - Pop Ciência que contemplam a comunicação pública da ciência para valorizar o engajamento das pessoas de diversas camadas da sociedade. Entre os objetivos deste programa, está o combate à desinformação científica por meio da informação de educação científica, midiática e digital.

Procedimentos metodológicos

Os dados utilizados neste texto foram coletados a partir da técnica de *survey* com médicos que atuam em três hospitais de Curitiba: Hospital de Clínicas da Universidade Federal do Paraná (HC), Hospital Santa Casa de Curitiba e Hospital Erasto Gaertner. Com a abordagem de bola de neve, cada entrevistado indicava um ou mais médicos para participar da pesquisa. A *survey* foi enviada por e-mail após apreciação dos Comitês de Ética de cada instituição. O HC foi criado em 5 de agosto de 1961, sendo o maior hospital público do Paraná e o terceiro universitário federal do Brasil. A Santa Casa de Misericórdia foi o primeiro hospital de Curitiba, inaugurado em 22 de maio de 1880. É uma instituição filantrópica com principal público no Sistema Único de Saúde (SUS). O Hospital Erasto Gaertner foi inaugurado no dia 8 de setembro de 1972 e trabalha com a prevenção e tratamento do câncer, terapias celulares e transplante de medula óssea. Do universo de 1.150 médicos dos três hospitais, fizemos a análise de conteúdo das 74 respostas recebidas. A *survey* foi construída com 34 perguntas utilizando a escala de Linkert e a escala booleana e dividida em três partes: identificação do profissional, o acesso à internet pelo médico e percepções em consultório. Aqui analisamos apenas as percepções dos entrevistados sobre a desinformação no consultório. Essa análise foi feita a partir do cruzamento entre perguntas sobre desinformação, como “você já teve que desmentir uma informação durante o atendimento médico?” e a filtragem com a identificação do participante da pesquisa.

Dos resultados

Outras pesquisas sobre a relação médico e paciente com o uso da internet na busca de informações sobre saúde mostram que pessoas utilizam ferramentas digitais para procurar conteúdos sobre saúde (Coelho *et al.*,2013). No presente estudo, a *survey* mostra que médicos percebem crescimento de pacientes que buscam informações na internet sobre saúde. Em uma escala de 1 a 5, de menos frequente para mais frequente, 41,9% dos médicos que participaram responderam ser muito frequente (escala 4), 14,9% ser sempre frequente (escala 5), e 28,4% ser comum (escala 3). Apenas 13,5% responderam ser pouco frequente (escala 2) e 1,4% responderam nunca terem atendido um paciente que chegou informado sobre sua saúde (escala 1).

Como demonstram os dados, é alto o número de pacientes que chegam em atendimento com informações sobre a própria saúde após consulta na internet, na opinião dos médicos entrevistados. E 95,9 % dos participantes afirmam que já tiveram que desmentir uma informação falsa. Somado a isso, 91,9% dos médicos disseram que já atenderam pessoas que se automedicaram após ler algo na internet.

Em relação à aderência ao tratamento, 93,2% responderam que já se depararam com uma situação em que a informação falsa levada pelo paciente atrapalhou a conduta médica. Ao serem questionados com que frequência as informações falsas prejudicaram de alguma forma o tratamento, 55,4% responderam que isso acontece às vezes e 39,2%, que é raro. Apenas 5,4% afirmaram que, em sua experiência, as informações falsas sempre trouxeram prejuízo ao tratamento. Apesar de os médicos já terem se deparado com, pelo menos, um caso em que o acesso à informação incorreta ou falsa atrapalhou o tratamento, eles apontam que esses episódios são pouco frequentes. Nesse sentido, depreende-se que os pacientes confiam em seus médicos, o que os tornam estratégicos para ajudar a mitigar os efeitos da informação incorreta e da desinformação.

É perceptível que, além da interpretação do caso clínico e da tomada de decisão sobre os melhores tratamentos, os médicos assumem outra função durante o atendimento: verificação de fatos e informações. Mais de 60% já tiveram que desmentir uma informação trazida pelo paciente durante a consulta. Dos médicos participantes da pesquisa, 67,6% afirmaram orientar os pacientes sobre o melhor lugar para encontrar informações verídicas sobre saúde. Para 52,9% deles, essa orientação costuma ser frequente. Outros médicos afirmaram fazer isso em poucos atendimentos, ou raramente.

A importância dos médicos no combate à desinformação pode ser confirmada no relatório de Confiança na Ciência em Tempos de Pandemia (Massarani *et al.* 2022): 60,1% das pessoas entrevistadas no Brasil afirmaram confiar mais nos médicos durante a covid-19, quando comparado com cientistas de universidades e instituições públicas (47,3%) e jornalistas (36,4%). A Pesquisa Percepção Pública da Ciência e Tecnologia no Brasil (CGEE, 2019), do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, mostra que os entrevistados, mesmo antes da pandemia, confiavam mais em médicos (49%), seguidos por jornalistas (38%), cientistas (34%) e religiosos (29%).

Apesar dos pacientes chegarem em atendimento com informações encontradas na internet, inclusive falsas, 43,2% dos médicos participantes afirmam que nunca tiveram um paciente que recusou aceitar o diagnóstico devido à internet. Na pesquisa, 32,4% afirmaram que já estiveram diante dessa situação, mas a maioria em casos isolados (76%). Usar a internet como fonte de informação sobre saúde é uma tendência cada vez mais frequente. A classe médica, no entanto, não vê isso como algo negativo. Quando questionados se o diálogo com o paciente fica mais fácil quando ele chega ao atendimento já informado sobre a própria condição física, 63,5% concordam total ou parcialmente com a frase. No lado oposto, 21,6% discordam parcialmente e 1,4% discordam totalmente. Os neutros representam 13,5% dos participantes.

Ainda que essa atitude de procurar informações na internet não seja vista de forma negativa, a maioria dos médicos (51,4%) acredita que seus pacientes não se preocupam em verificar a informação. A questão sobre quando o paciente chegou com informações prévias a respeito da saúde já fez com que o profissional mudasse de postura foi respondida da seguinte forma: 59,9% dos médicos se mostraram resistentes, enquanto 40,5% afirmaram que já tiveram que mudar o comportamento durante o atendimento. Essa mudança de postura é vista como positiva por 56,7% dos participantes. Nesse sentido, inferimos que os médicos estão aprendendo e se preparando para lidar melhor com os pacientes que chegam com informações prévias.

O consenso entre os médicos participantes está presente em um evento canônico vivido nos últimos anos. Ao serem perguntados se a pandemia da covid-19 incentivou o aumento da procura de informações sobre saúde na internet, 87,7% dos médicos concordam total ou parcialmente com essa afirmação e apenas 6,9% discordam. Neutros representam 5,5% dos participantes.

Da análise

Para expandir a análise, os dados foram cruzados utilizando a ferramenta do Excel, o que permitiu refletir sobre as ações médicas perante a desinformação em atendimentos. A maioria dos médicos que trabalham em hospitais públicos ou clínicas particulares afirma que indicam fontes de informação confiáveis para seus pacientes, enquanto os participantes que responderam que não costumam indicar essas fontes focam sua atividade em hospitais particulares. Isso não significa, no entanto, que o consumo de informações incorretas e falsas não seja uma preocupação dos médicos que trabalham em hospitais particulares. Possivelmente não houve a necessidade de indicar uma fonte confiável entre os entrevistados.

Os pacientes de hospitais públicos e clínicas privadas são os que levam peças usadas para desinformação, na percepção dos médicos entrevistados. Nesses espaços, a recusa de diagnóstico por algo lido na internet é maior: 37,5% em hospitais públicos e 33,3% em clínicas particulares. Logo, os profissionais desses locais precisam explicar com maior frequência sobre como encontrar boas fontes de informação.

De acordo com a Pesquisa Nacional de Saúde divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pelo Ministério da Saúde em 2020, mais de 70% dos brasileiros não possuem acesso a qualquer plano privado de saúde, por isso dependem de serviços públicos (Tajara, 2020; Paula, 2020). As clínicas, apesar de pagas, atraem uma demanda reprimida pelo sistema público. Tal fato obriga parte da população a buscarem clínicas privadas, que têm sido observadas como nicho de mercado que também conquista pessoas com baixo poder aquisitivo (Godoy, 2019).

A *survey* revela que as especialidades que mais indicam conteúdos de qualidade são as com contato direto com o paciente, como cardiologia, dermatologia, ginecologia e obstetrícia. Essas mesmas especialidades, com exceção da ginecologia e obstetrícia, são as mesmas que trabalham o problema da desinformação em consultório. A cardiologia e a dermatologia apresentam maior recusa de diagnóstico devido a um conteúdo encontrado na internet. Há baixa frequência de rejeição do diagnóstico entre pacientes da ginecologia e obstetrícia. As especialidades que menos indicam conteúdos de qualidade são radiologia e diagnóstico por imagem e urologia.

Os dados mostram que médicos de clínicas privadas (35,3%) e de hospitais públicos (32,4%) são os que mais já se depararam com informações fornecidas por pacientes que atrapalhavam o diagnóstico e o tratamento. A tendência segue para médicos que já tiveram que desmentir informações durante o atendimento. Hospitais privados (27,9%)

possuem menor taxa de automedicação de pacientes por algo visto na internet comparado com hospitais públicos (33,8%) e clínicas particulares (36,8%). Os médicos que majoritariamente trabalham em hospitais privados (36,2%) são os que mais acreditam que o diálogo com o paciente fica mais fácil quando ele chega ao atendimento já informado sobre sua saúde. Para essa afirmação, os médicos de clínicas particulares (41,2%) e de hospitais públicos (35,3%) são os que mais discordam. Na parte de especialidades, os ginecologistas e os cardiologistas concordam mais com essa afirmação, enquanto os dermatologistas foram os mais resistentes. Aqueles que mais discordam que a informação deixa o diálogo mais fácil é proporcionalmente maior com os médicos que possuem entre 26 e 30 anos e os maiores de 56 anos.

Atender um paciente que chega ao consultório informado sobre sua condição gera desafios, que podem levar os profissionais a terem que mudar de abordagem. Os médicos que trabalham em hospitais privados (40%) se sentem mais à vontade e enxergam de forma positiva a mudança de postura com o paciente que traz informações para discutir durante a consulta. Já os médicos de clínicas particulares (36,4%) e de hospitais públicos (36,4%) tendem a enxergar isso negativamente. A mudança de postura é mais vista de forma positiva pelos urologistas, pediatras e cardiologistas, na maioria, enquanto mudar de posição é visto como algo negativo pelos ginecologistas e dermatologistas, majoritariamente. Em relação à idade, médicos acima de 56 anos, bem como aqueles entre 26 e 30, tendem a ver essa mudança de forma mais negativa do que os médicos entre 31 e 55 anos, que enxergam isso de forma mais positiva.

Ao serem questionados se a pandemia incentivou as pessoas a procurarem mais sobre saúde na internet, os médicos que concordaram com essa afirmação trabalham em clínicas particulares (34,4%), hospitais públicos (32,8%) e hospitais privados (31,3%). Além da dermatologia, ginecologia e urologia, os pediatras são os que mais percebem o

aumento da procura por informações na internet pelas pessoas após a covid-19. Ao contrário, os médicos que possuem uma carreira em hospitais privados possuem menos dificuldades em lidar com esse público, considerando a internet como algo mais positivo. No âmbito público, os médicos relatam ser mais negativo o diálogo com o paciente informado. Os recém-formados na residência (a partir dos 26 anos) e os médicos acima de 56 anos frequentemente compartilham dos mesmos sentimentos, acreditando que a informação deixa o diálogo mais difícil e enxergam de forma negativa a mudança de postura em consultório.

Considerações

A pesquisa conseguiu demonstrar algumas evidências sobre o fator idade e o tipo de instituição que o médico trabalha. As especialidades que mais participaram da pesquisa foram dermatologia, urologia, pediatria, cardiologia e ginecologia. Por isso, foi mais perceptível compreender padrões nessas áreas, sendo necessário um avanço no estudo com médicos de outras áreas para aprofundamento nelas.

Neste estudo, entrevistamos apenas médicos de Curitiba. Há necessidade de ampliar para outras cidades brasileiras para compreender como a desinformação é observada por médicos de todo o país. Compreendemos que os médicos podem contribuir no combate à desinformação sobre saúde uma vez que é alto índice de confiança nesta categoria profissional. No entanto, é importante recordar que durante a pandemia médicos que propagaram teses infundadas sobre vírus e tratamentos para a covid foram criticados por colocarem a saúde dessas pessoas em risco.

Nesse sentido, a Comunicação Pública da Ciência procura dar autonomia ao cidadão. Ao conhecer mais sobre a ciência, o cidadão também consegue ser mais crítico com as informações recebidas. A

literacia da ciência, dos meios e da saúde são fundamentais para promover essa autonomia. O acesso ao conhecimento científico em linguagem acessível também auxilia as pessoas na tomada de decisão, no caso deste estudo a informação pode ser essencial para evitar riscos à saúde como com a automedicação e ajudar a procurar profissionais de saúde para o tratamento correto.

O conceito de CPC deve ser sempre reconstruído (Lewenstein, 2010). As transformações sociais, políticas, tecnológicas e culturais fazem parte do contexto a ser considerado ao refletir sobre a evolução do referido conceito. Entradas *et al.* (2020) destacam que nas últimas décadas instituições de ensino, governo e agências de fomento mostraram a importância de o cientista envolver o público em suas pesquisas. Num estudo com 2030 instituições do Brasil, Alemanha, Itália, Japão, Países Baixos, Portugal, Reino Unido e Estados Unidos, ela e outros investigadores procuraram saber como a CPC tem sido aplicada em centros de pesquisa. Entre as atividades desenvolvidas para dialogar com o público estão eventos públicos e a mídia tradicional. A pesquisa revela ainda que institutos que contam com equipe profissional apresentam maior atividade *on-line*. E a comunicação da ciência parece atender mais aos objetivos da visibilidade pública do que ao envolvimento do público. O estudo sobre o uso da CPC em vários países (Entradas *et al.*, 2020) mostra o Brasil em primeiro lugar quando é observada a intensidade das ações das organizações científicas.

Compreendemos que a levar a ciência ao público não se resume à transmissão de informações, mas traz a ciência como centro do diálogo que pode acontecer das mais variadas formas (Bucchi; Trench, 2021). Nesse sentido, a CPC envolve muito mais que a interação entre especialistas e não especialistas, é um ato político, cultural e social que mobiliza diferentes públicos para o desenvolvimento da sociedade. Nesse cenário, o planejamento da comunicação da ciência e o mapeamento dos públicos

envolvidos são fundamentais para o desenvolvimento da ciência, a participação de cidadãos e o combate à desinformação. Quadros e Gradim (2023) observam estratégias para combater a desinformação a partir da perspectiva de comunicadores de ciência no Brasil e em Portugal, destacando a importância da CPC para o envolvimento de públicos diversos nessa luta. A pesquisa em tela procura mapear as percepções de médicos sobre esse mal do século, tendo em mente que as informações analisadas podem contribuir para o planejamento de ações de combate à desinformação sobre saúde.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, [S. l.], v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

ALMEIDA, A. M. **Movimento antivacinas na internet**: da apropriação e recirculação do jornalismo de saúde ao empoderamento de grupos no Facebook. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

BARNETT, P. J.; KAUFMAN, J. C. Truth Shall Prevail. In: KAUFMAN, A. B.; KAUFMAN, J. C. (Orgs.). **Pseudoscience: The Conspiracy Against Science**. Cambridge: The MIT Press, 2018.

BRADSHAW, S.; BAILEY, H.; HOWARD, P. N. **Industrialized Disinformation 2020**. Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Oxford: The Project on Computational Propaganda, 2020.

BUCCHI, M. Of deficits, deviations and dialogues: Theories of public communication of science. In: BUCCHI, M.; TRENCH, B. (Eds.). **Handbook of Public Communication of Science and Technology**. Inglaterra: Routledge, 2008. p.57-76.

BUCCHI, M.; TRENCH, B. (Eds.). **Handbook of Public Communication of Science and Technology**. 3. ed. Londres: Routledge, 2021.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Revista Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 1-12, 2010.

CASTELFRANCHI, Y. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? (Muitas respostas óbvias... mais uma necessária). In: MAS-

SARANI, L. **Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana.** Rio de Janeiro: Fiocruz; COC; Museu da Vida, 2010.

CASTELFRANCHI, Y. Para além da tradução: o jornalismo científico crítico na teoria e na prática. *In: MASSARANI, L.; POLINO, C. (Org.). Los desafíos y la evaluación del periodismo científico en Iberoamérica: Jornadas Iberoamericanas sobre la Ciencia en los Medios Masivos.* Santa Cruz de La Sierra, Bolivia: AECI, RICYT, CYTED, SciDev-Net, OEA, 2008. p.10-20.

CGEE - Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. Percepção pública da C&T no Brasil – 2019. **Resumo executivo.** Brasília, DF: 2019.

COELHO, E. Q.; COELHO, A. Q.; CARDOSO, J. E. D. Informações médicas na internet afetam a relação médico-paciente? **Revista Bioética,** Brasília, v. 21, n. 1, p. 142-149, 2013.

COSTA, A. R. F. da; SOUSA, C. M. de; MAZOCCO, F. J. Modelos de comunicação pública da ciência: agenda para um debate teórico-prático. **Conexão,** Caxias do Sul, v. 9, n. 18, jul./dez., 2010.

DOS SANTOS JUNIOR, M. A. Plataformização da comunicação política: governança algorítmica da visibilidade entre 2013 e 2018. **E-Compos,** [S. l.], v. 24, 2021. DOI: 10.30962/ec.2101. Disponível em: <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/2101>. Acesso em: 13 mai. 2025.

DOURADO, T. Who Posts Fake News? Authentic and Inauthentic Spreaders of Fabricated News on Facebook and Twitter. **Journalism Practice,** [S. l.], v. 17, p. 1-20, 2023.

DOURADO, T. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil.** 2020. 308 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.

ENTRADAS, M.; CONEJERO, J. A.; BAUER, M. W.; O'MUIRCHE-ARTAIGH, C.; MARCINKOWSKI, F.; OKAMURA, A.; PELLEGRINI, G. Public communication by research institutes compared across countries and sciences: Building capacity for engagement or competing for visibility? **PLOS One**, [S. l.], v. 15, n. 7, e0235191, 8 jul. 2020.

FREELON, D.; WELLS, C. Disinformation as Political Communication. **Political Communication**, [S. l.], v. 37, n. 2, p. 145-156, 14 fev. 2020.

FUCKS, M.; MARQUES, P. H. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 560-593, set./dez. 2022.

GALHARDI, C. P.; FREIRE, N. P.; FAGUNDES, M. C. M.; MINAYO, M. C. D. S.; CUNHA, I. C. K. O. Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, maio 2022.

GODOY, C. V. As clínicas médicas populares privadas: uma alternativa para a crise da Saúde? os casos de fortaleza (CE) e Belém (PA). **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, Curitiba, maio 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/05/clinicas-medic-as-populares.html>.

GOMES, W. Fake news, crise epistêmica e epistemologia tribal. **Revista Cult**, São Paulo, 8 abr. 2019. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/crise-epistemica-e-epistemologia-tribal>. Acesso em: 13 maio 2025.

GRANADO, A.; MALHEIROS, J. V. **Cultura científica em Portugal: Ferramentas para perceber o mundo e aprender a mudá-lo**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2015.

HERNANDO, M. C. **Divulgación y periodismo científico: entre**

la claridad y la exactitud. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HOWELL, E. L.; BROSSARD, D. (Mis)informed about what? What it means to be a science-literate citizen in a digital world. **PNAS**, [S. l.], v. 118, n. 15, 2021.

JORGE, T. (org.). **Desinformação o mal do século**: distorções, inverdades, fake news: a democracia ameaçada. Brasília: Supremo Tribunal Federal; Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2023. Disponível em: <https://desinformação.stf.jus.br>. Acesso em: 20 jun. 2024.

LEVY, J.; BAYES, R; BOLSEN, T; DRUCKMAN, J. N. Science and the politics of misinformation. *In*: TUMBER, H.; WAISBORD, S. (eds.). **The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism**. New York, Routledge, 2021. p. 231-267.

LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U.; SEIFERT, C.; SCHWARZ, N.; COOK, J. Misinformation and Its Correction. **Psychological Science in the Public Interest**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 106-131, 17 dez. 2012.

LEWENSTEIN, B. V. Modelos de comprensión pública: la política de participación pública. **ArtefaCToS**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 13-29, 2010.

MANSO, B. L. C. A comunicação pública da ciência à luz da ciência aberta: repensando o cidadão como sujeito informacional. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 16., 2015, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: ENANCIB, 2015.

MASSARANI, L.; POLINO, C.; MOREIRA, I.; FAGUNDES, V.; CASTELFRANCHI, Y. Confiança na ciência no Brasil em tempos de pande-

mia. **Resumo executivo.** Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCTCPCT), 2022.

MARINELI, F. O terraplanismo e o apelo à experiência pessoal como critério epistemológico. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física**, [S. l.], v. 37, n. 3, p. 1173-1192, 2020.

MORETTI, F. A.; OLIVEIRA, V. E. D.; SILVA, E. M. K. D. Acesso a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública? **Revista da Associação Médica Brasileira**, [S. l.], v. 58, p. 650-658, 2012.

OLIVEIRA, T. M.; MARQUES, F. P. J.; VELOSO LEÃO, A.; ALBUQUERQUE, A. de; PRADO, J. L. A.; GROHMANN, R.; GUAZINA, L. S. Towards an inclusive agenda of open science for communication research: a Latin American approach. **Journal of Communication**, [S. l.], v. 71, n. 5, p. 785-802, 2021.

PAPACHARISSI, Z. A. **Private Sphere. Democracy in a Digital Age.** Reino Unido: Polity Press, 2010.

PAULA, P. 71% dos brasileiros têm os serviços públicos de saúde como referência. **Agência de Saúde**, Ministério da Saúde, Biblioteca Virtual da Saúde, 2020.

PENTEADO, C. L. DE C.; GOYA, D. H.; DOS SANTOS, P. D.; JARDIM, L. Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 22, n. 40, p. 239-260, 2022.

PIAIA, V.; ALMEIDA, S.; DOURADO, T.; CANAVARRO, M.; DIENSTBACH, D.; CORDEIRO, M. S.; CARVALHO, D. Science For All? Relating Actors, Links, and Discourses with (Fake) Scientific Claims About COVID-19 on Twitter. **Canadian Journal of Communication**, [S. l.], v. 48, n. 3, p. 581-608, 2023.

QUADROS, C. I.; RIBEIRO, R. R.; KOHLS, C. D.; MELO, P. G. Participação, Cidadania e Ciência: A experiência do Pergunte aos Cientistas da Agência Escola Universidade Federal do Paraná. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 81-98, 2022.

QUADROS, C. I.; GRADIM, A. O combate à desinformação: um dos principais desafios dos comunicadores de ciência no Brasil e em Portugal. **III Jornadas de Ciências da Comunicação FLUC**, Coimbra, UC, 2023.

STARBIRD, K.; ARIF, A.; WILSON, T. Disinformation as collaborative work: Surfacing the participatory nature of strategic information operations. **Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction**, v. 3 (CSCW), p. 1-26, 2019.

TAJARA, A. Sete em cada 10 brasileiros dependem do SUS para tratamento, diz IBGE. **Universo UOL**, São Paulo, 04 set. 2020.

TARGINO, M. G.; TORRES, N. H. Comunicação Científica Além da Ciência. **Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura.**, [S. l.], v. 1, n. 7, 2014. DOI: 10.5380/am.v1i7.36899. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36899>. Acesso em: 13 mai. 2025.

WE ARE SOCIAL. The changing world of digital in 2023. **We are social**, [S. l.], jan. 2023. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023>. Acesso em: 20 jun. 2024.

UNESCO. Recomendação sobre ciência aberta. **Unesco**, [S. l.], nov. 2021. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379949_por. Acesso em: 20 jun. 2024

CAPÍTULO 10

A CIRCULAÇÃO DE DISCURSOS SOBRE COVID-19 NAS MÍDIAS SOCIAIS E O PAPEL DOS INFLUENCIADORES HUMORISTAS: UM ESTUDO DE CASO

*Sheila Virgínia de Almeida Bahia
Maria Ligia Rangel Santos
Ivanise Hilbig de Andrade*

Introdução

O presente estudo integra pesquisa de doutorado em andamento, partindo das perspectivas sobre a complexidade do processo de midiaticização da sociedade, abordadas por Eliseo Verón (1997, 2004, 2014) e Couldry e Hepp (2020). Ainda, dos discursos sobre a covid-19 que circularam nas diversas plataformas de mídias sociais, numa relação interdiscursiva que ora negava e ora afirmava os sentidos dos enunciados sobre as medidas preventivas para o enfrentamento da pandemia (Fausto Neto, 2020).

No contexto da pandemia, influenciadores digitais ou mediadores (Verón, 1997; Backes, 2019) colocaram em circulação diversos desses discursos. Alguns, no entanto, aliam a busca por visibilidade positiva ao papel social de ampliação crítica de determinados assuntos e informações, exercendo a sua responsabilidade civil. As práticas *shade* (ironia e ambiguidade), comum entre os jovens, usadas para “brincar com sutilezas e subtextos”, segundo Crystal Abidin, transformaram pautas sensíveis e difíceis de abordar em algo mais fluido associado à cultura

e linguagem jovial (Abidin *apud* Karhawi, 2021, p. 296). Essa estratégia enunciativa vem sendo usada por influenciadores como forma de proteção de acusações futuras, além de alcançar públicos diversos em curto espaço de tempo (*Id.*, 2021, p. 296).

Diante disso, partimos da seguinte pergunta de investigação: de que forma tais mediadores colocaram em circulação discursos com vistas a atender às reais necessidades sociais de acesso ao direito de comunicação e promoção da saúde, em meio ao contexto de pandemia por covid-19? Com isso, pretendemos analisar de que forma o influenciador digital do gênero humorístico, Whindersson Nunes, colocou em circulação discursos sobre o novo coronavírus e quais fluxos discursivos se constituem diante da lógica de consumo nas diversas plataformas de mídias sociais. Para tanto, analisaremos as postagens realizadas em algumas plataformas de mídia social (Instagram, YouTube, Twitter, TikTok e Facebook).

Whindersson Nunes faz parte do rol de influenciadores digitais jovens nascidos na década de 90 do século 20, sem nível superior de escolaridade, que emerge das mídias sociais (considerados nativos digitais) como celebridade de internet (ou megainfluenciador) e parte para diversas articulações em ambientes midiáticos, de “interação mediada *on-line*” (Abidin *apud* Karhawi, 2021; Thompson, 2018; Couldry; Hepp, 2020). Apresenta características culturais nordestinas predominantes no contrato enunciativo (Verón, 2004) – construído em torno de um estilo humorístico – apresentando as vulnerabilidades sócio-econômicas da sua história de vida, com teor crítico e cômico. Seu público de seguidores tem idades que variam entre 25 e 34 anos de idade, atingindo 82% do público no país, segundo relatório HypeAuditor (Instagram, 2022).

No presente estudo, fazemos uma breve caracterização das publicações, a fim de analisar os discursos sobre covid-19 construídos pelo influenciador, considerando também as características das distintas pla-

taformas de mídias sociais. Esperamos, com isso, fomentar discussões mais amplas em torno da cidadania e da responsabilidade civil destes influenciadores, uma vez que a comunicação faz parte do processo de determinação social da saúde e impacta diretamente nos aspectos sociais, culturais, políticos e ao bem estar físico, mental e social dos indivíduos e populações (A Percepção, 2023; Emerich *et al.*, 2016).

Midiatização e discursos sobre a pandemia de covid-19

Quando falamos em midiatização há uma série de questões que se impõem ao campo da comunicação, especialmente com o advento da internet e da cibercultura (Lévy, 1999; Santaella, 2001). No entanto, partiremos da tentativa de sintetizar os conhecimentos sobre o processo de midiatização dialogando mais diretamente com a visão semioantropológica de Eliseo Verón, semiótico, sociólogo e filósofo argentino, mas sem desconsiderar outros autores que trabalham com o conceito (Thompson, 2011, 2018; Fausto Neto, 2018; Ferreira, 2016; Couldry; Hepp, 2020; Andrade, 2020).

Para Verón (1997, 2004, 2014), no campo da comunicação, são necessárias análises sobre a produção de sentido mediatizado, em espaço-tempo, e sobre circulação, com vistas a amadurecer o próprio conceito de midiatização. Para Fausto Neto (2018), a circulação discursiva ocorre em contextos diversos, em que na nova ambiência midiática (não-linear e relacional) envolve as instituições, os media e os atores individuais que impõe novos fluxos e circuito de lógicas, em que os sentidos são construídos a partir de um feixe de relações. Trata-se, pois, de um processo de produção discursiva, de pólos de comunicação em interdiscursividades, sem perder de vista a existência da 'lógica de mídia' nos âmbitos micro e macro das relações sociais (Hjarvard, 2014, Andrade, 2020).

Considerando que os meios de comunicação estão implicados também nos processos de interações sociais (Thompson, 2011, 2018; Hjarvard, 2014; Verón, 1997, 2014; Santaella, 2001), pois são espaços de circulação e intercâmbio de sentidos, faz-se necessário analisar o contexto das mídias sociais, que lançam novos atores comunicantes e novas características concretas nas formas de produção e circulação da informação. O imperativo desse novo ambiente informacional e midiático é a criação de conteúdos pelos usuários, numa espécie de pseudoliberalidade criativa, com o advento de novos atores estratégicos no cenário midiático.

No que tange aos discursos que sobre a covid-19, Fausto Neto (2020) identificou quatro discursos sociais que apontavam para o lugar de fala dos diferentes enunciadore, dando pistas para as “possibilidades de cooperações e de conflitualidades” (Fausto Neto, 2020, p. 213). São eles: o discurso médico-sanitário, fundamentado na Epidemiologia e outras disciplinas do campo da saúde, e voltado para o diagnóstico precoce, prevenção e tratamento, de modo a conter o avanço do vírus; o discurso midiático, composto por instâncias de “gestão didática e de correferência ao discurso sanitarista” (*Id.*, 2020, p. 213); o discurso político, divergente ao discurso médico-sanitário, com foco na economia (que também foi apropriado pelo discurso religioso); e, o discurso jurídico, que buscou a regulamentação das ações em conflito entre os discursos médico-sanitário e político.

Apesar de Véron (1997) ressaltar a importância de refletirmos de forma global e considerarmos que o acesso às mensagens está mais relacionado ao funcionamento de regras econômicas que estruturam os meios de comunicação (aspectos da produção), faz-se necessário refletir acerca do acesso aos sentidos das mensagens, considerando que “os agentes tentam fazer uso dos meios de comunicação para seus próprios fins e objetivos” (Ferreira, 2016, p. 113). Assim, cabe considerar os espaços discursivos desses agentes, diante da diversidade de plataformas de mídias sociais, cada qual com suas características e objetivos peculiares.

As mídias sociais e suas características subjacentes

As mídias sociais digitais, as plataformas digitais e as redes sociais *on-line* são conceitos distintos, dinâmicos e estão em constantes atualizações. Diferentes das mídias tradicionais (televisão, rádio, telefone fixo, etc), as mídias sociais são constituídas como espaços de interação *on-line*, em tempo real e/ou por distinção de espaço-tempo, que promove um novo *habitus* interacional caracterizado por conversações e modos mais velozes de circulação das informações no ciberespaço. Nelas, as plataformas de mídias sociais digitais constituem-se no meio físico dos processos relacionais, a partir de perfis com suas listas de contatos que compõem as redes de socialização *on-line* (ou redes sociais), segundo Recuero (2019) e Rosa e Santos (2015). No presente estudo, tais conceitos aparecem, muitas vezes, entrelaçados, mas todos se reduzem ao uso cotidiano das mídias sociais, em sentido amplo.

A partir do advento do Orkut, em 2004, e depois do Facebook e do YouTube, as mídias sociais digitais passaram a traduzir as estruturas existentes no mundo real (*offline*) e a complexidade das relações sociais. Na busca por maior engajamento possível, a partir de *feed* de publicações, comentários, curtidas e compartilhamentos, começaram a trazer suas características também para outras plataformas de mídias sociais, como, por exemplo, o Instagram. Dentre as plataformas de mídias sociais mais usadas no mundo e no Brasil, estão: o Facebook, o YouTube, o Instagram, TikTok e o Twitter, cada qual com origens gerenciais e características distintas, e que farão parte do nosso estudo.

Além das características comuns a uma rede social *on-line* e a lógica de mercado, cada uma dessas mídias sociais possui suas próprias particularidades e finalidades distintas. O Facebook foi compreendido pela possibilidade de expansão dos contatos e a maior interação com eles, a partir das comunidades *on-line*. O Instagram surge como possibilidade de compartilhamento de fotos e mensagens, inicialmente, depois incluindo

vídeos variando por tempo de exposição (stories por 24h e reels com vídeos mais longos), crescendo por seu uso comercial. O YouTube, por sua vez, surge com função principal de compartilhar vídeos (curtos ou longos), sendo bastante usado para exposição de músicas, aulas e palestras *on-line*. Já o Twitter tem como característica central o compartilhamento de mensagens com poucos caracteres, disseminando o uso dos hashtags e o TikTok surge como forma de entretenimento pelo compartilhamento de vídeos curtos e virais, de onde surgem as dancinhas que viraram moda entre adolescentes e jovens (Personal, 2023; Mahon, 2021).

No entanto, o público alvo de cada plataforma pode ser diferenciado não somente pela faixa etária ou gênero, mas também pelo nível de escolaridade, nível socioeconômico, valores sociais e no modo de consumir as informações, além da região do país - informações que não compreendem a análise apresentada, neste momento.

Influenciadores digitais e a circulação de discursos

No campo da cibercultura, os influenciadores digitais surgem como novos atores do cenário midiático e exercem a função de líderes de opinião (Katz; Lazarsfeld, 1955), usando estratégias enunciativas para que seus seguidores consumam as suas informações. Para tanto, reconfiguram os dispositivos tecnosemióticos na produção de conteúdo e na circulação de discursos nas mensagens, com vistas à manutenção da sua legitimidade e usando a lógica de mercado para seduzir e fidelizar os seus seguidores.

Segundo Karhawi (2022, p. 12), há que se considerar a existência de uma “cointencionalidade” na comunicação do influenciador digital, pela adoção de atos comunicativos em acordo prévio com os contextos estabelecidos nas diferentes plataformas. Com isso, a autora sugere ha-

ver uma perda original de espontaneidade, especialmente no Instagram, em que os influenciadores de mídias sociais terminam por dedicar intencionalmente a uma programação voltada para a produção de conteúdo, havendo, assim, um paradoxo entre a performance e a autenticidade.

No âmbito das mídias sociais, as mensagens enquanto portadoras de significados, ao mesmo tempo em que são acessíveis a uma variedade de público, dependem de dispositivos tecnológicos para permitir uma velocidade em tempo recorde ao seu destinatário. Com isso, nos discursos performáticos dos influenciadores digitais, percebe-se que, em muitos casos, para além do conteúdo, cada vez mais os influenciadores precisam investir no modo de dizer, para seduzir um público maior de seguidores, com foco na forma, nos modos de dizer. No entanto, tais atos enunciativos podem produzir vários efeitos de sentido.

No que tange a regulação na circulação de conteúdos, Ferreira e Moura (2018), tomando por base a obra *“A quoi rêvent les algorithmes: nos vies à l’heure des big data”*, do sociólogo francês, Dominique Cardón, retomam a radiografia crítica dos algoritmos a partir de quatro funções desempenhadas por cálculos precisos e, muitas vezes, invisíveis aos envolvidos: popularidade (relacionado à audiência), a autoridade (retrata a hierarquização das conexões), a reputação (pela rede de seguidores) e predileção (rastros deixados pelos usuários). Desta forma, a criação de conteúdo pelos influenciadores digitais deve seguir os padrões das diferentes plataformas digitais exigindo uma performance compulsória por tentativas de subversão para visibilidade, num sistema complexo de políticas opacas (Santos, 2022).

Assim, a incessante busca por autenticidade na produção de conteúdo conduz à criação de estratégias por parte dos influenciadores digitais para angariar capitais sociais e simbólicos (Recuero, 2005; Karhawi, 2017, 2022). Segundo Andrade (2020), compreendendo as características do ambiente midiático em “ondas de midiaticização” (Couldry; Hepp,

2020), há uma interpenetração das instâncias de produção, circulação e recepção, que reconfiguram os papéis discursivos e sociais do processo comunicativo. Por essa perspectiva, os indivíduos passam a ser coprodutores de informações e cogestores do processo enunciativo, cujo desafio posto aos pesquisadores consiste em reconhecer os discursos e interdiscursos construídos e colocados em circulação.

Nesse cenário, destacam-se, no Brasil, jovens humoristas com habilidades de colocar, espontaneamente, em circulação, no âmbito das plataformas de mídias sociais, discursos sobre a covid-19 que, potencialmente, atendem o direito de acesso à informação e contribuem para as práticas preventivas para o controle da pandemia.

Percurso Metodológico

Partindo de um estudo de caso, apresentamos um pequeno recorte da pesquisa de doutoramento em Saúde Coletiva, com base nos perfis das mídias sociais do jovem humorista Whindersson Nunes. O método adotado busca por dados qualitativos dos eventos, como também dados quantitativos necessários, com vistas a explicar e descrever de forma aprofundada o fenômeno atual inserido em cada contexto (Eisenhardt, 1989; Yin, 2009; Lavelle; Dionne, 1999).

A escolha deste influenciador ocorreu com base na lista de megainfluenciadores selecionados no Top 3, por voto popular, dos Prêmios QualiBest 2020, 2021 e 2022, onde aparece entre os escolhidos nas categorias humor, instagrammer do ano, youtuber do ano e influenciador Twitter. Na **Tabela 1**, destacamos a quantidade de seguidores/plataforma de mídia social, conforme segue:

Tabela 1 - Influenciador digital e quantitativo de seguidores nas plataformas de mídias sociais

Influenciador	Número de seguidores nas plataformas de mídias sociais				
	YouTube	Instagram	Tiktok	Twitter	Facebook
Whindersson Nunes	44,4M	59,6M	22,3M	27,2M	11M

Fonte: Perfis Whindersson Nunes em 2023.

Temos que o jovem humorista foi destaque, por voto popular, em várias categorias do Prêmio QualiBest, nos anos que perduraram a pandemia por covid-19, sendo destaque também pelo quantitativo de seguidores em várias plataformas de mídias sociais, especialmente no Instagram, com 59,6 milhões de seguidores, em 10 de dezembro de 2023.

Para o presente estudo destacamos dois vídeos selecionados essencialmente pela circulação nas plataformas digitais aqui estabelecidas: no vídeo 1, intitulado como “momento antes e após a aferição da temperatura”, por ter apresentado maior circulação nas referidas plataformas; e, o vídeo 2, intitulado “o dia em que nós ficamos de quarentena”, por tratar dos sintomas da covid-19 e fazer menção direta às medidas preventivas preconizadas pelo Ministério da Saúde e Organização Mundial de Saúde.

Discussão e Análise

Para a caracterização da circulação de discursos nos perfis de Whindersson Nunes, inicialmente, tomemos por referência um vídeo 1, com duração de 10 segundos, que foi transmitido em várias plataformas de mídias sociais, com uso de *shade* para brincar com o controle da temperatura na recepção de hotel estrangeiro (não especificado), conforme a **Figura 1**, e descrições no quadro 1, em seguida:

Figura 1 - Momento antes e após a aferição da temperatura - plataformas de mídias sociais de Whindersson Nunes, 2020-2022



Fonte: TikTok Whindersson Nunes.

No vídeo, a atendente, falando em inglês, pede permissão para aferir a temperatura. Após encostar o aferidor no braço direito, Whindersson Nunes dá um grito e simula um desmaio caindo no chão. A cena se dá no saguão de um hotel não identificado. Ambos personagens usam máscaras e alguém que não aparece no vídeo faz a gravação de toda a cena.

O Quadro 1, a seguir, busca ilustrar o engajamento nas plataformas que envolve: a audiência e situa a dinâmica da comunicação (o equivalente a sua popularidade); a ‘força social’ da plataforma que estabelece a hierarquização dos conteúdos no Google (o que representaria a autoridade); a quantidade de seguidores e maior visibilidade (como reputação); e as “bolhas” que modelam a predileção “[...], no contexto de uma ‘sociedade dos comportamentos’” (Ferreira; Moura, 2018, p. 290).

Com legitimidade pública conquistada, Whindersson Nunes, externaliza na cena, em tom de brincadeira, a exigência imposta pela situação de emergência de saúde pública, onde sua reação é esperada no contrato enunciativo, levando humor num momento sensível. No exposto, tal comportamento tende a incentivar a sua replicação por seus seguidores, ao passo que também tende a tornar o momento da aferição tenso, aos que desconhecem o contrato implícito, desestimulando o discurso médico sanitário. Supõe-se também que o nível de engajamento proporcionado pela publicação do vídeo nas plataformas iniciais, num período (setembro/2020), pode ter sido o impulsionador para a replicação nas mídias sociais restantes, noutro momento (janeiro/2022), reiterando o cunho comercial das publicações, como pela tentativa de manter a circulação de um discurso humorístico, seguindo a radiografia crítica dos algoritmos preconizada por Dominique Cardón (Ferreira; Moura, 2018).

Outra temática abordada que chama a atenção trata dos sintomas da covid-19 e as medidas sanitárias preventivas. No vídeo 2, publicado no YouTube no dia 22 de março de 2020, e intitulado “O dia em que nós ficamos de quarentena!”, com duração de 19 minutos e 18 segundos, a abordagem é mais completa sobre todo o contexto pandêmico. No entanto, traremos para uma breve análise o recorte do vídeo onde o influenciador aborda os tipos de espirros e a lavagem de mãos, com duração de 55 segundos, publicado no Instagram, conforme podemos ver nos *frames* dos vídeos do Instagram (imagem à esquerda) e do YouTube (imagem à direita) que aparecem na **Figura 2**:

Figura 2 - Vídeo “O dia em que nós ficamos de quarentena!” - Instagram e YouTube de Whindersson Nunes, 22 mar. 2020



Fonte: Perfis Whindersson Nunes, 2020-2022.

No vídeo aparentemente caseiro, Whindersson Nunes aparece com o cabelo preso e vestindo uma camisa verde clara. Ao fundo, aparecem prateleiras na cor bege e preta, com computador e outros aparelhos eletrônicos, uma cadeira de madeira, uma parede de cor branca e uma persiana bege na lateral direita. Conforme mostra a Figura 2, os enquadramentos são distintos para adequação ao funcionamento de cada plataforma. No caso do Instagram e do YouTube, há uma diferença no tempo de exposição de cada vídeo, um com vídeo curto e outro com mais longo, considerando as características de publicações de cada plataforma, na época. A seguir descrevemos o engajamento provocado no **Quadro 2**:

Quadro 2 - Descrição e engajamento nas plataformas de mídias sociais do vídeo “O dia em que nós ficamos de quarentena!” - Perfis das mídias sociais de Whindersson Nunes, 22 mar. 2020

Perfis Whindersson Nunes	Instagram	YouTube	Facebook
Data publicação	Em 22/03/2020 Vídeo disponível	Em 22/03/2020 Vídeo disponível	Em 22/03/2020 Imagem de vídeo
Descrição	“VÍDEO NOVO!! 🥳🥳 O dia em que nos ficamos de quarentena! Kkkkkkk Não esqueça de não compartilhar objetos pessoais, e o mais importante #FiqueEmCasa 🏠👉👉👉 LINK PRO VÍDEO NO PERFIL OU NOS STORIES 📌📌”	“O DIA EM QUE NÓS FICAMOS DE QUARENTENA”	“VÍDEO NOVOOOO!!! Tamo passando por um momento delicado! Mas a quarentena vai ajudar a redarzir os danos!! Tamo junto e consciente!! Amo vocês!! https://youtu.be/3wPiq6Ggpgs ”
Engajamento	4.816.692 visualizações, 909 mil curtidas, 21,7 mil comentários	11.432.819 visualizações, 1,6 mil curtidas, 33.779 comentários	4,6 mil curtidas, 182 comentários

Fonte: Perfis Whindersson Nunes- coletas realizadas entre 10 a 12/04/2023.

NDesconsiderando a quantidade de comentários de uma mesma pessoa, a quantidade total de compartilhamentos pelos seguidores em todas as plataformas e a quantidade de vídeos salvos, a publicação gerou um total de mais de 16,2 milhões de visualizações, mais de 1,5 milhão de curtidas e mais de 55 mil comentários. Importante considerar que existe apenas uma imagem do vídeo no Facebook, cuja legenda contém o link de acesso ao vídeo disponível no YouTube e destaca a importância da quarentena para “reduzir os danos” da pandemia em sua legenda. Porém, não encontramos o mesmo vídeo nas plataformas Twitter e Tik Tok. No discurso no vídeo recortado e publicado no Instagram, destacamos o seguinte trecho:

[...] só que daí a pouco eu fico pensando no sintoma, como é que você identifica o sintoma? por que o espirro parece que também é um sintoma, só que o espirro, o ‘atchim’ é o mais comum: ‘atchim’! Ele é comum, mas não quer dizer que é o único espirro. Tem gente que espirra estranho demais. [...] Mas, o álcool em gel nas mãos (passa o produto nas mãos). Se não tiver álcool em gel, pode ser sabão também, é tão eficiente quanto lavar suas mãos na torneira mesmo, olha... (esfregando as mãos uma na outra, demonstra a limpeza das mãos) Como pode todo o álcool em gel dos mercados estarem acabando, né? Como pode? É um pânico, porque não tem mais álcool em gel, acabou [...] (Whindersson Nunes/Instagram, 22 mar 2020).

Ocupando local privilegiado de mediação, o influenciador apresenta preocupação com o reconhecimento dos sintomas da covid-19, a partir dos espirros. Traz do discurso médico-sanitário como argumento para a importância do uso de álcool gel ou mesmo a lavagem das mãos, simplificando o processo de higienização e resgatando a eficácia da água e do sabão. No entanto, vários interdiscursos aparecem como parte da cultura popular para dar a ideia de proximidade:

imagens cruas (sem filtros), compartilhamento do cotidiano, conversas sobre temas importantes, trazendo revelações íntimas (exemplos do ‘atchim’). Trata-se de estratégias enunciativas que fazem uso do texto, no momento presente, a partir do intertexto, de uma memória discursiva, como recorte da sua história de vida e legitimado por seu lugar de fala de influenciador, relacionado aos contextos existencial e situacional conforme Araújo e Cardoso (2007). A reputação e a popularidade permitem a um megainfluenciador escolher onde e quando fazer suas publicações (Santos, 2022; Karhawi, 2021).

Nesses recortes, a responsabilidade civil do influenciador com relação aos sintomas de covid-19 se apresenta de forma flutuante, ao passo que outras publicações apresentam preocupação com o contexto pandêmico e parecem contribuir, em alguns momentos, para as medidas preventivas sanitárias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sugere que influenciadores digitais produzem sentidos sobre a realidade a partir de modos de enunciação distintos e, potencialmente, contribuem na divulgação do discurso sanitário, ainda que por vezes contradizendo-o. Desta forma, no contexto deste trabalho, reconhecemos que, na pandemia, muitos recursos enunciativos e discursivos utilizando o gênero humorístico potencialmente amplificaram com mais rapidez discussões e circulação de discursos, o que pode ser evidenciado pela quantidade de postagens e seguidores.

No recorte em questão, algumas postagens de Whindersson Nunes nas mídias sociais trouxeram contribuições para a adesão às medidas preventivas para a covid-19, obedecendo a lógica de funcionamento de cada plataforma. Essa é uma observação valiosa, pois sabemos que a comunicação é intrínseca ao processo de determinação social da saúde e da doença, afetando diretamente na vida de indivíduos e populações.

O presente estudo pretendeu refletir preliminarmente sobre as práticas shade (ironia e ambiguidade) comum entre os jovens, que vem transformando pautas sensíveis e difíceis de abordar em algo mais fluido associado à cultura e linguagem própria. Supomos que influenciadores digitais no gênero humorístico fazem uso dessa estratégia enunciativa, tanto como forma de proteção de acusações futuras, como para alcançar públicos diversos em curto tempo, como observado no caso aqui apresentado. O que também pretendemos, contudo, pela análise e características da circulação de discursos, é auxiliar na construção de caminhos possíveis para atender às reais necessidades sociais de acesso à informação e à promoção da saúde de indivíduos e populações, no âmbito das plataformas de mídias sociais. Importante assinalar que estudos com outros influenciadores, com diferentes contratos enunciativos, são necessários para melhor sustentar esse argumento.

REFERÊNCIAS

ALİKILIÇ, O.; ÖZER, A. The Use of Celebrity Influence Model in Pandemic Communication: Examining 'Micro-Celebrities' Instagram Accounts. **Ankara Üniversitesi İletişim Dergisi**, Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, Süreklilikler ve Kesintiler: Kültürler, Pazarlar ve Siyaset, v. 1, p. 149-178, 2021.

ANDRADE, I. H. Nem tudo repousa sobre as máquinas: mediatização e seus impactos na enunciação. *In*: FERREIRA, G. M.; ANDRADE, I. H.; CARVALHO, C. (orgs.). **Construção de sentidos no jornalismo: contribuições de Maurice Mouillaud e Eliseo Véron**. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2020. v. 1. p. 15-39.

A PERCEPÇÃO da Comunicação como parte do processo de Determinação Social da Saúde. Equipe Editorial ODS: Saúde e Bem-estar [online]. **ENSP/Fiocruz**, Rio de Janeiro, 28 nov. 2013. Disponível em: <https://dssbr.ensp.fiocruz.br/a-comunicacao-como-ciencia>. Acesso em: 20 abr. 2023.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

BACKES, S. A teoria do duplo fluxo da comunicação e os influenciadores digitais como líderes de opinião. **Revista Discente Planície Científica**, Campos dos Goytacazes, v. 1, n. 1, jan./jul., 2019.

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Porto Alegre: Edusp; Zouk, 2008.

COULDRY, N.; HEPP, A. A história como ondas de mediatização. *In*: COULDRY, N.; HEPP, A. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2020.

EMERICH, T. B.; CAVACA, A. G.; GENTILLI, V.; EMMERICH, A. Necessidades de saúde e direito à comunicação em tempos de midiatização. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 4, out./dez. 2016.

EISENHARDT, K. M. Building theories form case study research. **Academy of Management Review**, New York, v. 14, n. 4, 1989.

FAUSTO NETO, A. Trajetórias do coronavírus e interpenetrações de discursos sociais. In: FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; BRAGA, J. L.; ROSA, A. P. (orgs.). **Midiatização, polarização e intolerância** (entre ambientes, meios e circulações). Santa Maria: FACOS - UFSM, 2020.

FAUSTO NETO, A. Circulação: trajetos conceituais. **Revista Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8-40, jul./dez. 2018.

FERREIRA, G. M. Estudos de Comunicação: da enunciação à mediatização. **Intexto**. Porto Alegre, n. 37, p. 101-117, set./dez. 2016.

FERREIRA, G. M.; MOURA, C. V. M. Notas sobre regimes de circulação nas redes digitais. In: CASTRO, P. C. **Circulação discursiva e transformação da sociedade**. 1. ed. Campina Grande: EDUEPB, 2018.

HJARVARD, S. Midiatização: uma nova perspectiva teórica. In: HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: UNISINOS, 2014.

INSTAGRAM relatório Whindersson Nunes. **HypeAuditor** (mi-me). 2 set. 2022.

KATZ, E.; LAZARFELD, P. F. **Personal influence**: the part played by people in the flow of mass communications. New York: Free Press, 1955.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Comunicare**, São Paulo, v. 17, edição comemorativa, p. 46-61, 2017.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. *Diálogos Midiológicos*. **Intercom** - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 44, n. 1, p. 289-301, jan./abr. 2021.

KARHAWI, I. Autenticidade, intimidade e coconstrução: mapeamento das características da produção de conteúdo dos influenciadores digitais. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: UFPB/Intercom, 2022.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAHON, C. M. **A psicologia da mídia social**. São Paulo: Blucher, 2021.

PERSONAL. As diferentes plataformas de redes sociais disponíveis, como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, entre outras, e suas características. **Personal Marketing Digital**, Mogi das Cruzes, 31 maio 2023. [on-line]. Disponível em: <https://personalmarketingdigital.com.br/as-diferentes-plataformas-de-redes-sociais-disponiveis-como-facebook-instagram-twitter-linkedin-tiktok-entre-outras-e-suas-caracteristicas/>. Acesso em: 22 mai. 2023.

PRIMO, A.; MATOS, L.; MONTEIRO, M. C. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021.

RECUERO, R. C. Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. **E-compós**, Brasília, v. 2, p. 2-23, abr. 2005.

RECUERO, R. C. Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa? **Medium**, [S. l.], 9 jul. 2019.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. Repercussões das Redes Sociais na Subjetividade de Usuários: Uma Revisão Crítica da Literatura. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 23, n. 4, p. 913-927, 2015.

SANTAELLA, S. Novos desafios da comunicação. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p. 1-10, jan./jun. 2001. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Lucia.pdf>.

SANTOS, K. J. G. M. Gambiarras em busca da visibilidade: impacto dos algoritmos na performance dos influenciadores digitais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. João Pessoa: UFPB/Intercom, 2022.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

THOMPSON, J. B. Interação mediada na era digital. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 3, set./dez. 2018.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos de La Comunicación**, Buenos Aires, n. 48, p. 9-16, 1997.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. Tradução: Vanise Dresch. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.

YIN, R. K. **Case study research, design and methods** (applied social research methods). Thousand Oaks: Sage Publications, 2009.

CAPÍTULO 11

UM RETRATO DA PRODUÇÃO NOTICIOSA DA SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO DE ALAGOAS E DO PORTAL TNH1 SOBRE PANDEMIA DA COVID-19 (2020-2023)

Marcelo Robalinho

O tema e o objeto de pesquisa

De 2020 a 2023, o mundo vivenciou a pandemia da covid-19. A velocidade de propagação do vírus SARS-CoV-2, o impacto nos sistemas de saúde com internamentos e superlotação e mortes impuseram práticas sanitárias – como o isolamento, o distanciamento social e a quarentena – modificando rotinas e hábitos. Foram 71 dias do primeiro alerta da Organização Mundial de Saúde (OMS), em 31 de dezembro de 2019, até a declaração de pandemia, em 11 de março de 2020.

Em 3 de outubro de 2023, período em que a doença já havia deixado de ser uma emergência de saúde pública de importância internacional, o total de casos tinha chegado a 679 mil, além de 6,8 milhões de mortes e 13,3 bilhões de vacinas administradas. O Brasil, quinto país no *ranking* em notificações e terceiro no de óbitos, identificou, de 2020 a 2023, 37 milhões de casos, 699,3 mil mortes e 502, 2 milhões de doses aplicadas. Em Alagoas, o estado contabilizou 945 mil casos notificados, dos quais 341 mil confirmados, e 7,3 mil mortes até o começo de dezembro de 2023.

Considerando o impacto da pandemia, a produção de informações e notícias acompanhou a intensidade e magnitude da escalada da propagação do vírus. Matérias e informações circulando não faltaram, muito menos nos meios de comunicação, sobretudo na fase inicial da pandemia, em 2020. O sistema midiático vivenciou um estado de saturação informativa sobre o novo coronavírus nos primeiros cinco meses da pandemia, devido à atenção especial ao tema dedicada pelos veículos de comunicação, levando a cobertura noticiosa à exaustão (Ferraz, 2020).

Esse cenário de instabilidade foi determinado pelo contexto de drama humano que costuma marcar uma pandemia, fazendo da imprevisibilidade, do impacto, da tragédia, da proximidade e da surpresa alguns dos principais valores-notícia importantes para a divulgação de um acontecimento sanitário dessa natureza na imprensa (Silva, 2014). O fenômeno foi agravado pelo contexto em que proliferaram *fake news* nas redes sociais, cenário que impõe como principal desafio saber distinguir e ponderar em relação ao que circula, além dos impactos causados na área da saúde pela desinformação e a infodemia que assolou o mundo com a disseminação de notícias falsas.

Pensando nisso, este artigo tem o propósito de examinar a cobertura da imprensa sobre o novo coronavírus em Alagoas entre os meses de março de 2020 e fevereiro de 2023 na correlação com a comunicação governamental do estado no mesmo período. A ideia é identificar as diferentes temporalidades da produção noticiosa nessas duas esferas institucionais, bem como os principais eixos de abordagem envolvendo a divulgação de informações sobre o novo coronavírus em contexto de pandemia. A problemática que circunscreve o nosso objeto de estudo – a produção da notícia e suas relações com a comunicação governamental no contexto de uma pandemia – insere-se numa perspectiva sociocultural, que, por sua vez, também estrutura as práticas ligadas à produção, circulação e apropriação dos sentidos sobre o novo coronavírus.

Segundo Le Goff (1997, p. 8), “a doença pertence não só à história superficial dos progressos científicos e tecnológicos como também à história profunda dos saberes e das práticas ligadas às estruturas sociais, às instituições, às representações, às mentalidades”. Saberes e representações que passam, atualmente, pela produção noticiosa, considerando o papel da mídia, sobretudo no período de distanciamento imposto pela covid-19, o que provou uma maior procura por informações confiáveis sobre o assunto. No Brasil, em março de 2020, um estudo do Datafolha revelou que 61% dos brasileiros entrevistados afirmaram os programas jornalísticos serem os mais confiáveis, 56% apontaram os jornais impressos, 50% disseram ser os programas de rádio e 38% os sites de notícias (Almeida; Costa; Montenegro, 2020).

A divulgação de informações sobre doenças costuma ter forte apelo na imprensa, devido ao risco que elas representam para a vida das pessoas. Isso se exacerba nas epidemias e nas pandemias, sobretudo. Como acontecimentos singulares no ambiente social e dentro do universo discursivo (Foucault, 2006; 2007), os eventos epidêmicos se inserem no contexto das calamidades públicas, sobretudo quando se tratam de doenças infectocontagiosas, ou transmissíveis.

Em 2009, a gripe A (H1N1) converteu-se na potencial ameaça sanitária do século XXI, trazendo de volta a memória da gripe espanhola, da gripe asiática e da gripe aviária no noticiário. Foi encarada como uma doença de grandes proporções, com o anúncio da pandemia pela OMS, e transformou-se em um acontecimento jornalístico, sendo os enunciados produzidos determinantes para a midiaticização dessa gripe. No começo do século XXI, saúde já ocupava a relação de assuntos de maior interesse dos leitores, tanto nos Estados Unidos, como no Brasil e na Espanha (Tabakman, 2013).

A construção semântica dos acontecimentos sanitários

Nas mídias, o acontecimento sempre é construído, pois o sentido nunca é dado antecipadamente, e sim determinado pelas escolhas e as estratégias adotadas nos textos produzidos. Segundo Charaudeau (2006), o sentido do discurso se dá por meio de um duplo mecanismo: a) de transformação, que consiste em dar significação ao mundo (nomear, qualificar, narrar e argumentar) e b) de transação, que tem por finalidade dar significação ao ato da linguagem (identidade do outro, efeito sobre esse outro e relação que se pretende instaurar e regulação de todos os parâmetros anteriores).

O processo de transação é que comanda o processo de transformação, já que o homem fala “para se colocar em relação com o outro porque disso depende a própria existência, visto que a consciência de si passa pela tomada de consciência da existência do outro, pela assimilação do outro e ao mesmo tempo pela diferenciação com relação ao outro” (Charaudeau, 2006, p. 42). Bastante explorada pela mídia, a ideia de causalidade é importante para a compreensão que temos sobre as doenças, as infectocontagiosas em especial. Ela dita a experiência de adoecimento, determinando a origem da enfermidade a vírus e bactérias, por exemplo.

A causalidade integra o conjunto das bases epistemológicas da epidemiologia, sendo útil na construção dos procedimentos de mensuração de saúde das populações. É um princípio que valoriza a evidência do método. Para explicar a ocorrência das doenças ou de outros eventos ligados à saúde, a causalidade contribui para pensar e calcular as estimativas com o apoio da estatística. No jornalismo, a ideia de causalidade também é observada num contexto diferente na produção das notícias. No contrato de comunicação midiático, o processo de transformação pelo qual passa o acontecimento o insere em uma lógica causal a fim de poder ser organizado e interpretado.

Acontecimentos sanitários, como a pandemia da covid-19, passam por um processo de construção semântica em que são articulados a outros elementos na narrativa jornalística, como as razões, os responsáveis, as implicações do fato na vida social e os possíveis desdobramentos. Nas pandemias e epidemias, o contexto de imprevisibilidade que as caracteriza também representa, em termos jornalísticos, um atributo importante para a noticiabilidade de um acontecimento dessa natureza. Ambas carregam uma forte carga simbólica, remetendo à desordem causada pelo caráter acidental da doença em larga escala na população mundial, provocando mortes e afetando a rotina dos lugares.

A partir do momento em que se enfatiza o perigo e o descontrole que uma doença simboliza, as pandemias e as epidemias tornam-se notícia também pelo peso social (atinge a população em geral), pela quantidade de envolvidos (mortos, infectados e potenciais doentes), pela proximidade geográfica (evento sanitário planetário e relação com território noticiado) e pela atualidade (evento do momento), levando-se em conta outros critérios de noticiabilidade (Silva, 2014).

Na covid-19, assim como na gripe A (H1N1), a imprensa noticiou mais do que outras doenças pela novidade do assunto na sociedade e na pauta jornalística. Em geral, eventos epidêmicos atraem a atenção pelo impacto sobre a sociedade e o risco de morte, aspectos comumente valorizados nas primeiras páginas. Com a covid-19, a produção jornalística apresentou um crescimento muito acima do normal. A ocorrência, pela primeira vez, de uma quarentena de proporções globais foi um fator decisivo para diferenciar o noticiário sobre essa síndrome respiratória (Ferraz, 2021).

Uma das chaves para se pensar nessa superexposição do novo coronavírus na imprensa, especialmente na fase inicial da descoberta e disseminação do vírus ao redor do planeta, foi a percepção do tempo histórico. Ao analisar essa noção em epidemias e pandemias, Barbosa (2020) afirma que elas costumam abalar a chamada “ordem dos tempos”,

alterando a relação do sujeito com a experiência do tempo e despertando medos e expectativas em relação ao futuro:

Se na Antiguidade o passado era o exemplo, na Modernidade o futuro se descortinava como um cenário promissor em razão dos avanços proporcionados pela evolução científica e técnica. O passado era ruína e o futuro uma aposta. Com a pandemia de Gripe Espanhola no século XX, a Crise de 1929 e as duas Guerras Mundiais, um novo regime de historicidade se delineia a partir de duas certezas socialmente vividas: o futuro se tornava mais uma ameaça do que promessa, e esperá-lo não era mais uma opção; era preciso antecipá-lo.

Essa preocupação profilática com o futuro também pôde ser observada com a covid-19, pelos riscos e ameaças que a doença ainda representa, mesmo depois de finda da emergência sanitária pela OMS. As medidas de planejamento sanitário antecipadas, pauta constante das produções jornalísticas, seriam consideradas índices da preocupação profilática com o porvir. Uma forma de os veículos da imprensa darem sentido ao presente relatando as ações de governos, organismos de saúde e instituições de pesquisa no combate à infecção. Narrativas que reforçam a antecipação do futuro na busca de certo controle sobre o mundo que se conhece e se descortina sob o “novo normal”.

Na covid-19, notícias locais e internacionais, casos e mortes confirmados, comunicados gerais dos governos, atualizações epidemiológicas e intervenções sociais foram apontados pela Opas como alguns dos principais tipos de informações por que as pessoas buscaram (OPAS, 2020). Informações que contribuíram jornalisticamente na compreensão do tempo. Em emergências de saúde pública, saber os riscos sanitários e as medidas a serem adotadas no seu devido tempo é muito importante, sendo a informação matéria-prima fundamental para as escolhas e tomadas de decisão, afirma a Organização Mundial de Saúde (2018).

Emergências sanitárias como no surto do vírus Ebola na África e na síndrome do Zika vírus no Brasil evidenciaram desafios e problemas de como comunicar os riscos em epidemias, entre eles a utilização dos meios digitais e tradicionais (jornais, rádios e televisões) na busca pela confiança da informação sanitária que está sendo disseminada para a população envolvida. A comunicação sobre os riscos, que inclui o trabalho de divulgação, é uma das quatro estratégias na gestão dos riscos, considerando a importância da participação pública nesse controle (Spink, 2020).

No âmbito da comunicação governamental, a divulgação de informações faz parte das rotinas de assessorias de comunicação/impressão. Na covid-19, a OMS determinou a mobilização da sociedade como uma das cinco estratégias para o controle da pandemia, de modo a assegurar que as pessoas participem da resposta e da prevenção de casos. Em situações de incertezas, essa atividade que integra de gestão do risco intenta “dar sentido à epidemia, por meio de uma avalanche de informações que são continuamente revistas e reavaliadas” (Spink, 2020, p. 14), em meio às lacunas de conhecimento existentes.

Sendo assim, a proposta deste *paper* de investigar a produção de notícias de um veículo ligado ao jornalismo digital (o TNH1) em paralelo à produção noticiosa de uma secretaria de saúde (no caso da Sesau Alagoas) nos auxiliou a comparar o noticiário da imprensa com a comunicação governamental. A finalidade foi entender os conteúdos e as abordagens sobre a covid-19 presentes nas notícias elaboradas por ambas, buscando aprofundar as reflexões sobre a comunicação numa visada interdisciplinar com a saúde.

O corpus de pesquisa

O estudo buscou mapear a cobertura jornalística e a comunicação governamental a respeito da covid-19 nos meses de março de 2020 a

fevereiro de 2023. Selecionamos o TNH1 por ser um dos principais em atividade na capital alagoana. Portal de notícias criado em outubro de 2007, o TNH1 afirma ter liderança no mercado, tendo conteúdos com qualidade e credibilidade. “São mais de 13 milhões de exibições de páginas por mês e mais de 50 mil fãs e seguidores nas mídias sociais. São esses números que mostram nossa liderança e alcance do maior e mais completo portal de notícias do estado” (Pajuçara Sistema de Comunicação, 2022). Na esfera governamental, o site da Sesau Alagoas (saúde.al.gov.br) foi escolhido para estudar a comunicação sobre a doença, através das divulgações da assessoria de comunicação do órgão.

Tanto no site do TNH1 quanto no da Sesau-AL utilizamos as palavras-chave “covid-19” e “coronavírus” nos sistemas de busca para identificar os textos. A busca foi realizada a partir da checagem manual página por página dentro da categoria “Notícias” e/ou através da pesquisa por palavras-chave na área de busca. Optamos por selecionar uma amostra estratificada do *corpus*. O intuito foi examinar um subgrupo e podermos fazer uma inferência sobre o universo do nosso estudo, refletindo melhor a realidade pesquisada (Assis; Sousa; Dias, 2009; Mattar, 2001) para aprofundar certos aspectos acerca da evolução do noticiário em relação à comunicação governamental. Selecionamos de cada mês estudado os dias de 11 a 17. Quisemos recolher uma semana de produção de cada veículo para entender como se comportou o noticiário, tomando como base o dia 11 de março de 2020, quando a produção noticiosa sobre a doença apareceu com mais intensidade na internet. Também foi uma forma de coletar e manejar uma amostra numericamente possível, cientes do grande volume de textos produzidos.

O retrato da produção noticiosa sobre a covid-19

Contabilizando as produções jornalísticas da Sesau Alagoas e do

TNH1 entre março de 2020 e fevereiro de 2023, foram veiculados 1.166 textos, sendo 588 da secretaria e 578 do portal de notícias. Com as devidas diferenças nos tipos de narrativas, os dois órgãos apresentaram uma característica semelhante de enfatizar a evolução da doença no espaço geográfico de Alagoas, as ações desenvolvidas pelo governo para combater a covid-19, o atendimento nas unidades de saúde e as medidas de proteção.

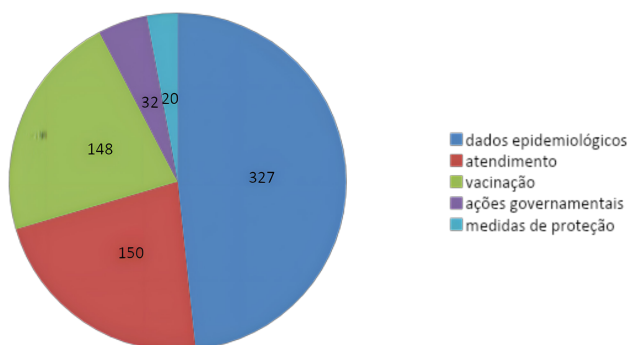
No primeiro ano da pandemia, a veiculação de notícias da Sesau apresentou uma tendência de relativa estabilidade, considerando, sobretudo, os meses de março de 2020 a fevereiro de 2021. Foi uma fase em que os casos suspeitos e confirmados, bem como os atendimentos e as ações governamentais para conter o avanço da doença começaram a tomar corpo nas comunicações governamentais. O primeiro caso em Alagoas foi registrado no dia 8 de março de 2020, momento em que o secretário Estadual de Saúde na época, Alexandre Ayres, buscou tranquilizar a população.

Depois, a produção da Sesau começou a apresentar uma ligeira alta, entre março e agosto de 2021. Foi o momento em que as vacinas começaram a chegar ao Brasil e a campanha de vacinação iniciou. De setembro de 2021 até outubro de 2022, houve um declínio das produções, variando entre 38 (out. 21) e 0 (jun./jul./set. 22). Essa queda gradativa nas produções ocorreu em função de um maior conhecimento da comunidade científica e dos gestores públicos sobre o vírus SARS-CoV-2 e as formas de controle da doença, assim como o desenrolar da estratégia de imunização no estado, ampliando a cobertura vacinal. Novembro e dezembro de 2022 voltaram a apresentar uma ligeira alta no número de notícias por parte da secretaria, em função da detecção da subvariante da Ômicron BQ.1 em Alagoas e do aumento de casos e óbitos no estado alagoano. Em 2023, a produção voltou novamente à estaca zero. A repetição do tema fez com a covid-19 entrasse na rotina da agenda, perdendo o valor-notícia da “novidade”.

Examinando agora a cobertura do TNH1 no que diz respeito à produção noticiosa do portal, percebemos que ela apresentou um movimento diferente ao da Secretaria de Saúde de Alagoas. Entre março e agosto de 2020, houve uma fase inicial de declínio na produção noticiosa do portal de notícias, apesar do pico de textos registrado em abril (61 textos). Depois disso, o noticiário apresentou uma fase de alta, que vai de setembro de 2020 a junho de 2021, indicando uma nova tendência de queda a partir de julho de 2021 até abril de 2022, com estabilidade até agosto, mês em que começou a apresentar uma discreta alta até novembro (12 textos), quando a produção voltou a decair.

Na correlação dos critérios de noticiabilidade nas duas instituições estudadas (Sesau Alagoas e TNH1), constatamos que as abordagens foram bastante similares no *ranking* dos temas mais tratados, tendo os dados epidemiológicos como o principal deles. Nas matérias governamentais da Sesau, a epidemiologia liderou em primeiro lugar, com 327 textos produzidos (55,6% do total), como podemos ver no **Gráfico 1**. A publicação diária dos boletins epidemiológicos se iniciou a partir de 16 de março, quatro dias depois do primeiro decreto governamental determinando a criação e funcionamento do chamado Gabinete de Crise e cinco dias após a declaração de pandemia. A publicação desses boletins ocorria sempre de segunda a sexta. Converteram-se em fonte de referência não só para a Assessoria de Comunicação da Sesau produzir seus comunicados à imprensa, como também para os veículos midiáticos escreverem notícias abordando os novos números da doença no estado (caso do TNH1), ao associarmos isso à classificação de fontes proposta por Schmitz (2011).

Gráfico 1: Principais abordagens da Sesau Alagoas sobre a covid-19, mar. 2020-fev.2023



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

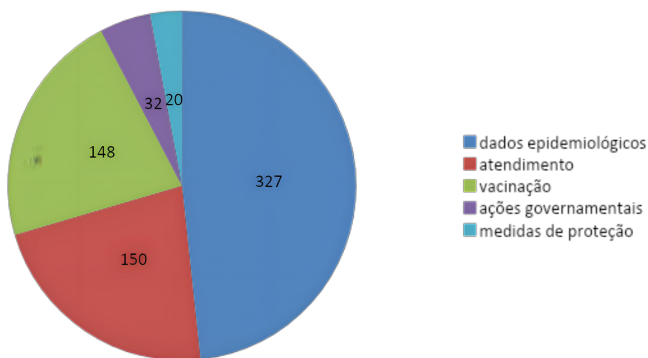
Os boletins epidemiológicos foram documentos referenciais para a redação de conteúdos jornalísticos sobre o novo coronavírus, conferindo sentido à epidemia a nível estadual pelos dados divulgados. Em março, os textos tratavam basicamente dos casos suspeitos e das confirmações. A partir de abril, os óbitos passaram a dividir espaço na divulgação. Os relatos sobre atendimentos realizados pelas unidades de saúde apareceram em segundo lugar, com 150 ocorrências (25,5%). As abordagens variaram basicamente entre os hospitais que passaram a receber pacientes com suspeita da doença, a abertura de leitos na rede estadual e o registro de atendimentos em algumas dessas unidades. Esse tipo de enfoque foi mais relevante entre março e agosto de 2020.

Depois, a produção caiu por já não apresentar o mesmo apelo de antes para o governo e pela capacidade já instalada na rede. Em terceiro lugar, apareceram as matérias sobre vacinação (148, ou 25,1%), e, em quarto, as ações promovidas pelo governo, com 32 textos (5,4% do total). Incluíram-se aí a suspensão de atividades e eventos e a inauguração de centrais de triagens para pacientes com suspeita. Esse subgrupo também englobou a suspensão de atividades e eventos, a inauguração

de centrais de triagens para pacientes com suspeita, a realização de reuniões de gabinete para definir os rumos do controle da epidemia no estado até a autorização para o plano de retomada das atividades no primeiro momento de flexibilização, no segundo semestre de 2020. Em seguida, as medidas de proteção foram foco da produção textual, com 20 comunicados produzidos (3,4%).

Examinando agora a cobertura do TNH1 no que diz respeito à covid-19 (Gráfico 2), as divulgações de dados epidemiológicos com número de infecções e óbitos figuraram em primeiro ao longo dos meses, assim como tinha sido com a Sesau.

Gráfico 2: Principais abordagens do TNH1 sobre a covid-19, mar. 2020-fev.2023



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Foram 256 textos (44,2%). Depois, vieram os textos sobre vacinação, com 152 produções (21,6%), as ações do governo, com 75 notícias (12,9%), as matérias a respeito do atendimento, com 51 matérias (8,8%), e as medidas de proteção, com 34 notícias (5,8%). A partir dos dados produzidos pelo setor saúde divulgados para a imprensa e a população, os relatos da imprensa, a exemplo do TNH1, adquirem corpo no dimensionamento da situação da doença no espaço geográfico, feito

no espaço virtual do site. Mesmo quando a matéria tem outro enfoque principal, os dados epidemiológicos costumam ser usados para dar sentido à situação da pandemia.

O “fenômeno” da retroalimentação com abordagens-padrão

No retrato da produção noticiosa da comunicação governamental em correlação com a imprensa, constatamos uma espécie de retroalimentação, com a utilização de um formato padrão para determinadas abordagens tanto por parte da Sesau quanto pelo TNH1. Nesse padrão, observamos uma mesma estrutura textual, apenas com a atualização de números de casos, mortes e vacinados – no caso da divulgação dos dados epidemiológicos do novo coronavírus.

É o que podemos observar na **Figura 1**, a seguir, que traz trechos de duas matérias produzidas pela Secretaria de Saúde separadas pelo espaço temporal de quase um ano entre elas. O formato padrão do lide é praticamente o mesmo entre as duas, com a diferença dos números divulgados, seguindo o mesmo modelo, como nas duas primeiras orações destacadas dos primeiros parágrafos. Retiramos os dados numéricos para ressaltar o padrão textual utilizado pela Secretaria de Saúde:

O Boletim Epidemiológico da Secretaria de Estado da Saúde (Sesau) desta [DIA DA SEMANA] confirma [NÚMERO DE NOTIFICAÇÕES NO PERÍODO EM QUESTÃO] casos de Covid-19 em Alagoas. Dessa forma, o estado tem um total de [SOMA TOTAL DAS NOTIFICAÇÕES] casos confirmados do novo coronavírus até o momento, dos quais [NÚMEROS DE ISOLADOS] estão em isolamento domiciliar (Torres, 2021; Ascom Sesau, 2022).

Os títulos das divulgações da Sesau também seguem um mesmo padrão: “Alagoas tem [NÚMERO TOTAL DE NOTIFICAÇÕES] ca-

sos da Covid-19 e [TOTAL DE MORTES] óbitos”, variando, às vezes, no uso de chapéu antes da manchete para identificar a data do boletim divulgado (“Boletim Covid-19 [DIA/MÊS]”), como podemos observar na Figura 1.

Figura 1: Padrões noticiosos para divulgação do boletim – Sesau, fev. 2021 e 2022

Alagoas tem 125.044 casos da Covid-19 e 2.873 óbitos

- Josenildo Torres
- 15/02/2021
- 15:52

Ascom Sesau

O Boletim Epidemiológico da Secretaria de Estado da Saúde (Sesau), desta segunda-feira (15/02), confirma mais 749 novos casos de Covid-19 em Alagoas. Dessa forma, o estado tem um total de 125.044 casos confirmados do novo coronavírus até o momento, dos quais 2.238 estão em isolamento domiciliar. Outros 119.550 pacientes já finalizaram o período de isolamento, não apresentam mais sintomas e, portanto, estão recuperados da doença. Há 7.734 casos em investigação laboratorial. Foram registradas oito mortes em território alagoano. Com isso, Alagoas tem 2.873 óbitos por Covid-19.

Boletim Covid-19 (11/02) – Alagoas tem 276.152 casos e 6.509 óbitos

• Josenildo Torres 📅 11/02/2022 🕒 18:18

Ascom Sesau

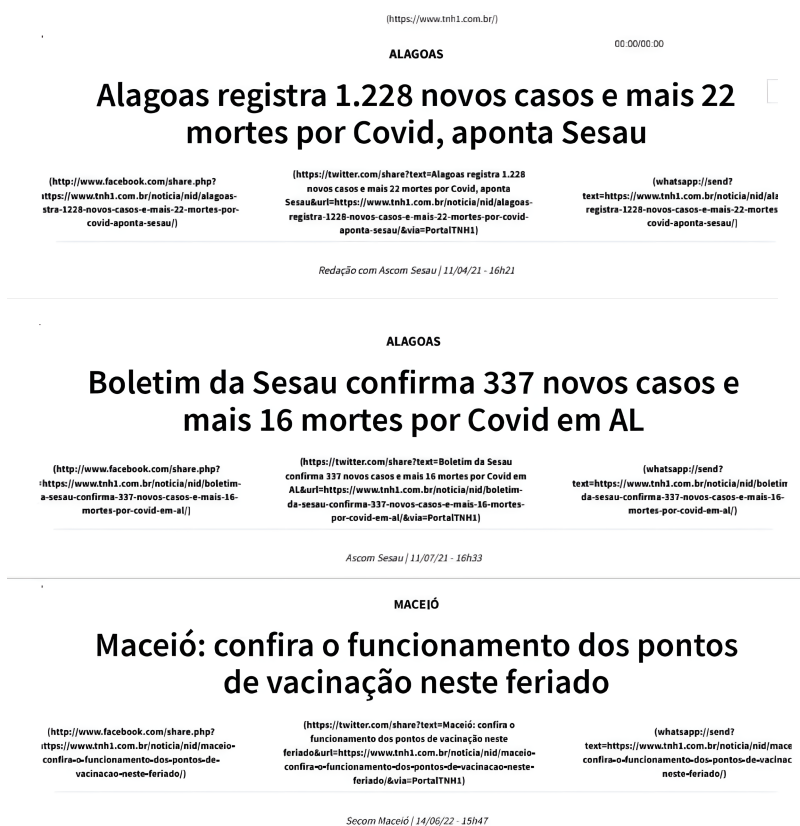
O Boletim Epidemiológico da Secretaria de Estado da Saúde (Sesau), desta sexta-feira (11), confirma 1.039 casos de Covid-19 em Alagoas. Dessa forma, o Estado tem um total de 276.152 casos confirmados do novo coronavírus até o momento, dos quais 4.336 estão em isolamento domiciliar. Outros 264.719 pacientes já finalizaram o período de isolamento, não apresentam mais sintomas e, portanto, estão recuperados da doença. Há 7.768 casos em investigação epidemiológica. Foram registradas dez mortes por Covid-19 em território alagoano. Com isso, Alagoas tem 6.509 óbitos por Covid-19.

Fonte: Sesau Alagoas, 15 fev. 2021 e 11 fev. 2022.

No TNH1, essa retroalimentação pode ser vista no uso recorrente na íntegra de matérias institucionais da Sesau, assim como a imprensa costuma fazer com os textos de agências. No uso da divulgação da secretaria, o portal de notícias ora acrescenta apuração própria, ora reproduz o texto da Secretaria de Saúde na íntegra. Em ambos os casos, o TNH1 tem a preocupação de dar o devido crédito. Torna-se assim

uma espécie de “reprodutora” de divulgação institucional da assessoria de comunicação da saúde governamental, especialmente em se tratando na veiculação de dados epidemiológicos, constituindo-se como informações confiáveis aquelas produzidas e divulgadas pela assessoria de comunicação institucional.

Figura 2 : traz recortes com manchetes de notícias a respeito do novo coronavírus publicadas no site do TNH1.



Fonte: TNH1, 11 abr. 2021, 11 jul. 2021 e 14 jun. 2022.

Como mediadores entre o poder público e os veículos de comunicação, as assessorias de imprensa/comunicação atuam na articulação do acesso às fontes primárias e os números oficiais produzidos pelo poder público (caso da covid-19) como matéria-prima na elaboração de produtos jornalísticos, importante para propagar as informações mais rapidamente a uma maior parcela da sociedade. As matérias publicadas no site da Secretaria de Saúde do Estado de Alagoas – que constituem os comunicados do órgão e foram escolhidas como parte do nosso corpus para este artigo – tornaram-se essenciais para registrar e comunicar as atualizações sobre a covid-19 junto à imprensa, assim como anunciar as medidas governamentais diante da crise sanitária.

Sendo a Sesau uma fonte de informação importante para auxiliar na gestão dos riscos em relação à epidemia do novo coronavírus, no que diz respeito à comunicação sobre os riscos em relação à covid-19, essa padronização dos dados na divulgação pela imprensa nos leva a questionar até que ponto as rotinas produtivas nas redações cada vez mais precárias e sobrecarregadas de funções na figura do repórter acabam por corroborar na naturalização dos dados a partir da “otimização” do trabalho sem qualquer reflexão ou problematização das informações divulgadas pelo órgão público, levando a imprensa a ser, por vezes, “reprodutora” dos comunicados elaborados pelos governos.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Com base no grande volume de informações veiculadas sobre a covid-19 tanto pelo poder público quanto pela imprensa no período estudado, podemos perceber que, a depender do contexto epidemiológico e dos interesses políticos e ideológicos, a doença pode adquirir maior ou menor representatividade na agenda das instituições midiáticas ou governamentais. A partir do momento em que a OMS declarou a situação de pandemia, nós nos deparamos com matérias praticamente todos os dias atualizando os dados sobre a pandemia, informando novidades e/ou buscando enfoques diferenciados, algo que foi diminuindo depois que a covid-19 se tornou rotina na agenda.

Tanto para o gestor público quanto para os veículos de imprensa a divulgação de informações é importante para dimensionar a situação epidêmica. Os números absolutos e os percentuais sobre a covid-19 adquiriram um valor especial no contexto de crise sanitária, que foi a pandemia, para dar mais sentido à doença no território geográfico, nos comunicados oficiais e na cobertura jornalística. Informar é uma forma de conscientizar as pessoas e poder minimizar possíveis impactos negativos. Ao anunciar o assunto, a imprensa e os governos se apoiam na referência a informações capazes de mensurar a saúde, tornando-as mais “palatáveis” na interpretação dos fatos.

Ao assumir o papel de mediador entre o real e o público, o jornalismo busca intermediários para entender o mundo e construir relatos. Não sendo produto de um conhecimento privilegiado apenas do saber médico-científico, a covid-19 está imiscuída de significados e valores, sendo continuamente ressignificada através das narrativas construídas. Tendo a doença significados particulares conforme a cultura de cada povo e cada época, analisá-la é se debruçar sobre o processo de construção sociocultural acerca do patológico, atravessado por lógicas e protocolos próprios. O desafio de trabalhar o tema da covid-19 depois que se torna rotina na agenda comunicacional é buscar entender os padrões e as lógicas de noticiabilidade na correlação entre a comunicação pública e a imprensa em termos de consciência sanitária sobre o assunto sem cair no lugar comum das produções.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. de Q.; COSTA, A. C.; MONTENEGRO, C. Consórcio de veículos na Covid-19: A imprensa brasileira contra o vírus da desinformação. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 18., 2020, Fortaleza. **Anais...** Brasília, DF: SBPJor, 2020.

ASCOM SESAU. Boletim covid-19 (11/02): Alagoas tem 276.152 casos e 6.509 óbitos. **Sesau Alagoas**, Maceió, 11 fev. 2022.

ASSIS, J. P. de; SOUSA, R. P. de; DIAS, C. T. dos S. **Glossário de estatística**. Mossoró: EdUFERSA, 2019.

BARBOSA, C. Quando as pandemias afetam a nossa percepção do tempo histórico. **Café História**, Brasília, 11 mai. 2020. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/pandemias-e-experiencias-de-tempo-historico>. Acesso em: 29 ago. 2023.

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

FERRAZ, L. M. R. Saúde e política na crise da Covid-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira. **Reciis**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 273-278, abr./jun. 2020.

FERRAZ, L. M. R. A epidemiologia na comunicação sobre a pandemia da covid-19. *In: WESCHENFELDER, A.; FAUSTO NETO, A.; HEBERLÊ, A.; ARAÚJO, I. S. de; CORRÊA, L. G.; RUSSI, P. (Orgs.). **Pandemia e produção de sentidos**: relatos, diálogos e discursos*. Campina Grande: Ciseco EDUEPB, 2021. p. 295-313.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

FOUCAULT, M. **O nascimento da clínica**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **Covid-19 map**. Baltimore: Johns Hopkins Coronavirus Resource Center, 2023.

LE GOFF, J. Uma história dramática. *In*: LE GOFF, J. (Org.) **As doenças têm história**. 2. ed. Lisboa, Portugal: Terramar, 1997.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OMS - Organização Mundial de Saúde. **Comunicação de risco em emergências de saúde pública**: Um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. Brasília: OPAS, 2018.

OPAS - Organização Pan-Americana de Saúde. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a covid-19**. Brasília: Departamento de Evidência e Inteligência para Ação em Saúde, 2020. (Página informativa n. 5).

PAJUÇARA SISTEMA DE COMUNICAÇÃO. **Portal TNH1**. Maceió, 2022.

SCHMITZ, A. A. **Classificação das fontes de notícias**. Florianópolis: UFSC, 2011. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. *In*: SILVA, G.; SILVA, M. P. da; FERNANDES, M. L. (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. p. 51-69.

SPINK, M. J. P. “Fique em casa”: a gestão de riscos em contextos de incerteza. **Psicologia & Sociedade**, Recife, v. 32, p. 1-19, 2020.

TABAKMAN, R. **A saúde na mídia**: medicina para jornalistas, jornalismo para médicos. São Paulo: Summus Editorial, 2013.

TORRES, J. Alagoas tem 125.044 casos da covid-19 e 2.873 óbitos. **Se-sau Alagoas**, 15 fev. 2021.

CAPÍTULO 12

OS ECOS DIGITAIS DA CRISE AMBIENTAL: A AMAZÔNIA NO TWITTER DE JAIR BOLSONARO ENTRE 2019 E 2021

*Juliana de Oliveira Vicentini
Luciana Miranda Costa
Lucas Rodrigues Félix*

Introdução

A Amazônia enfrentou uma grave crise ambiental durante o mandato de Jair Bolsonaro como presidente da República e em plena pandemia causada pela Covid 19 (2020-2021). Usuário ativo do Twitter desde 2010, o ex-capitão do Exército utilizava a sua conta na rede social para mobilizar apoiadores, levantando polêmicas que pautaram a mídia tradicional, assim como para promover a sua gestão de desmonte ambiental. A estratégia possibilitava ainda, mudar o foco do debate público nos momentos em que o noticiário se mostrava desfavorável.

Tendo em vista este cenário, o objetivo deste capítulo é demonstrar como a Amazônia foi tratada pelo político durante os três anos iniciais do seu mandato, de 2019 a 2021, tendo a Análise de Conteúdo (AC) como aporte metodológico principal.

Constatou-se, como se verá a seguir, que o político fez 92 publicações sobre a região, as quais concentraram-se em temas sobre ações governamentais e soberania nacional. Verificou-se ainda que a questão ambiental foi desprestigiada pelo mandatário em sua estratégia de geração de engajamento virtual.

O Twitter: de vitrine pessoal à ferramenta política

As redes sociais, como Facebook, Instagram ou Twitter, rebatizado como X desde 2023, atuam como um ambiente digital que possui uma interface própria, organizada a partir da agregação de perfis de pessoas com interesses comuns, sejam eles afetivos ou profissionais (Zenha, 2018). Essas conexões permitem observar os padrões de interesse de um grupo social, a partir das redes estabelecidas por seus componentes. Entre suas características, destaca-se a facilidade de uso, a construção simplificada de mensagens, o compartilhamento instantâneo de informações e o acesso rápido (Zenha, 2018).

No caso mais específico do Twitter, a plataforma é especialmente presente na rotina de autoridades de diferentes espectros políticos, mas nem sempre foi assim. No Brasil, um de seus usuários frequentes durante o exercício de um cargo eletivo foi Jair Bolsonaro, presidente da República entre 2019 e 2022.

O Twitter foi criado e lançado nos Estados Unidos em 2006 pelos desenvolvedores Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass. Ele surgiu como uma opção secundária de investimento, passando a ser priorizado somente após o foco inicial do grupo em *podcasts* ser mercadologicamente inviabilizado pela entrada da Apple nesse mercado. O nome Twitter foi inspirado nos sons emitidos por pássaros. Esse conceito traz consigo a ideia de que a sociedade está sendo observada pela janela. A simplicidade estava tanto na proposta das conexões, inicialmente voltadas para um aspecto pessoal, quanto na funcionalidade do *site*. Em seu início, o microblog não suportava diretamente arquivos de imagem ou áudio. As publicações em texto eram limitadas em até 140 caracteres, um número inferior até mesmo ao padrão das escritas enviadas diretamente pelo celular via SMS (*Short Message Service*, um serviço de mensagens curtas).

Com a propagação gradual do Twitter em festivais de tecnologia realizados no mercado estadunidense, a plataforma passou a amplificar temas profissionais e políticos, passando a ser um sinônimo de interações ligadas à atualidade. Em 2008, ainda com um alcance relativamente restrito, o Twitter foi utilizado por Barack Obama para agradecer aos eleitores após a sua vitória na disputa pela presidência dos Estados Unidos. A postagem dele não ultrapassou os três mil compartilhamentos naquela ocasião. Em 2012, quando foi reeleito, a publicação em que celebrou os quatro anos adicionais na presidência, acompanhada de uma foto com a primeira-dama, obteve 306 vezes mais republicações dos usuários, sendo a recordista de todos os tempos até então.

Diante da força que o Twitter ganhava ao longo dos anos, diversas personalidades públicas passaram a utilizá-lo, como é o caso do ex-presidente do Brasil Jair Bolsonaro. Em 31 de março de 2010, o então deputado federal criou a sua conta no Twitter. A data não foi escolhida ao acaso, uma vez que representa o dia do golpe militar no Brasil no ano de 1964 (Barreto; Ferreira, 2004). As primeiras publicações do parlamentar foram justamente ligadas à efeméride. Meses depois, ele foi reconduzido ao posto de congressista pelos fluminenses com 120.646 votos, sua maior votação absoluta até então. Com a intensificação das suas polêmicas no ambiente virtual e em programas populares de televisão, o número foi mais do que triplicado no pleito seguinte, em 2014, quando foi o deputado federal com maior número de votos no Rio de Janeiro.

No decorrer da década, o Brasil seguiu ganhando relevância para o Twitter em diversos segmentos. Em 2016, o site anunciou que os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro mobilizaram 187 milhões de publicações ao redor do planeta durante o período das competições. O momento mais destacado mundialmente foi durante o pênalti decisivo marcado por Neymar que garantiu a medalha de ouro para o Brasil no futebol. No mesmo ano, o país foi mobilizado politicamente pelo processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, finalizado no Senado Federal

no intervalo entre a Olimpíada e a Paraolimpíada. A conta da petista foi utilizada no período para publicar trechos de seus discursos e entrevistas.

O crescimento do Twitter se refletiu também em seu valor de mercado, que chegou imediatamente a cerca de 14 bilhões de dólares após as ações da companhia começarem a ser negociadas na Bolsa de Valores de Nova York em 2013. O microblog possui atualmente mais de 19 milhões de contas ativas apenas no contexto brasileiro, atrás apenas do número de usuários registrado nos Estados Unidos, no Japão e na Índia. Os perfis apontados como mais assíduos são aqueles de pessoas mais jovens, atentas às tecnologias e que acompanham a instantaneidade dos acontecimentos. Atualmente, a página de cada conta apresenta o nome do usuário, a data de ingresso e a quantidade de seguidores e de pessoas seguidas. A página está estruturada como uma linha do tempo, na qual os tweets publicados aparecem do mais recente para o mais antigo.

Uma das características ainda vigentes na plataforma é o compartilhamento dos conteúdos de maneira objetiva, mesmo após o limite de caracteres por mensagem ter sido dobrado para até 280. Entre as suas utilizações, é frequente a serventia como um redirecionador para variados sites e redes sociais e entre outros conteúdos, a partir da divulgação de *links*. Outro recurso relevante é o uso de *hashtags* (#) seguidas de um nome, palavra ou oração, permitindo o mapeamento do que foi abordado sobre determinado tópico que foi marcado da mesma maneira. As *hashtags* também facilitam que as informações difundidas gerem interações (Mendes, 2018).

Dado o poder de síntese exigido pelo Twitter em sua origem e a sua instantaneidade, o aplicativo pode ser considerado como um mecanismo de percepção pública sobre determinado tema. Isso ocorre por ele incentivar a comunicação entre os usuários por meio de comentários e compartilhamentos. Dessa forma, a rede é uma arena de atualização de informações e interação social constantes (Theocharis *et*

al., 2014). Objeto de estudo em diferentes áreas, o Twitter é historicamente considerado também como uma fonte de comunicação importante durante desastres, sendo notável ainda como mobilizador social e instrumento para publicidade e propaganda política, entre outros pontos (Takahashi *et al.*, 2015).

No contexto político, a utilização do microblog propicia a disputa de sentidos, além de visibilidade para agendas governamentais e táticas de autopromoção políticas (Bittencourt, 2015). Aquilo que é publicado na plataforma por pessoas públicas movimentava o ambiente digital e frequentemente é transformado em pauta pelas mídias tradicionais (Cody *et al.*, 2015). Em 2022, por exemplo, duas das postagens brasileiras mais populares do Twitter ao longo do ano foram repercutidas de maneira instantânea em todo o mundo: a celebração de Luiz Inácio Lula da Silva pela sua terceira vitória em uma eleição presidencial e a publicação da conta oficial que confirmou a morte do tricampeão mundial de futebol Pelé.

Em julho de 2023, período posterior ao recorte temporal da pesquisa, o Twitter anunciou a sua mudança de nomenclatura, passando a ser chamado de X. Segundo o empresário Elon Musk, a mudança buscou marcar a transformação da plataforma em um “super aplicativo”. O site segue disponível através de navegadores, contudo, pelo endereço <https://twitter.com/>. O antigo nome também continua sendo o mais popular entre os usuários. Segundo Santos (2023, p. 23), a modificação demonstrou que o principal interesse de Musk ao comprar a plataforma não estava na força de sua marca, mas na variedade de informações acumuladas em seus sistemas.

Tendo em vista este contexto e objetivando explicitar como a Amazônia foi tratada pelo ex-presidente Jair Bolsonaro durante os três anos iniciais do seu mandato, utilizamos a técnica da Análise de Conteúdo (AC) para categorizar as temáticas mais abordadas em suas publicações ligadas à região.

O uso político do Twitter por Jair Bolsonaro

Dada a força do Twitter na seara política, os líderes das principais potências do planeta costumam ser usuários ativos da plataforma em paralelo ao exercício do poder. No Brasil, foi o que aconteceu no período em que Jair Bolsonaro ocupou o mais alto cargo político do país, entre 2019 e 2022. Nesse intervalo, ele usou as mídias sociais como uma ferramenta de aproximação com os seus eleitores, levantando polêmicas que pautaram a mídia tradicional. O expediente era também uma fórmula do presidente para alterar o foco do debate público nos momentos em que o noticiário se mostrava desfavorável, numa utilização digitalizada da teoria do agendamento (Pena, 2019, p. 5).

A crise das democracias participativas passou a favorecer um “discurso simplista sobre a realidade social”, muitas vezes de forma permissiva às narrativas antimodelo (Prior, 2019, p. 124). No exemplo bolsonarista, uma das estratégias para a consolidação do discurso era a insistente pregação de desconfiança em todos os veículos jornalísticos profissionais (Soares, 2020, p. 17). As redes sociais acabaram se transformando em “uma espécie de sonho realizado e todo e qualquer líder que encampe a máxima populista clássica” (Aggio, 2020, p. 3).

O perfil @jairbolsonaro possui atualmente mais de 11 milhões de seguidores no X. Ele alterou a descrição que o apresenta no *site* apenas treze dias depois da posse de Luiz Inácio Lula da Silva como seu sucessor, sendo a atualização posterior também aos ataques golpistas praticados em Brasília por bolsonaristas.

Dada sua visibilidade enquanto chefe de Estado no período em que exerceu a função, sua presença constante *online* e a quantidade de pessoas em seu perfil, ele pode ser considerado um influenciador. Ou seja, aquele sujeito que de alguma maneira pode convencer outros usuários, incitando que reproduzam seu pensamento e alterando o dire-

cionamento de temas, gerando visibilidade para determinados assuntos (Recuero; Soares; Zago, 2019). Em algumas pesquisas cujo objeto de análise é o Twitter, o adjetivo “influenciador” é substituído pelo “líder de opinião”. A pessoa com essa característica é aquela que, que possui uma posição reconhecida em determinado contexto, detendo uma audiência e o suporte dessa audiência (Dubois; Gaffney, 2014).

Os internautas que acompanham Bolsonaro no Twitter também possuem um papel importante. Eles são capazes de amplificar aquilo que foi proferido pelo político por meio de sua participação nos *tweets*, seja comentando ou compartilhando (Zago; Bastos, 2013). Para aumentar a proximidade afetiva de seu discurso com as pessoas, Bolsonaro constantemente utilizou o “internetês”, com uma linguagem voltada de forma direta ao ambiente virtual (Prior, 2019). Isso já havia sido praticado pelo candidato durante o período eleitoral de 2018 para a construção de sua imagem (Santos; Cioccarri; Moraes, 2020, p. 66). Em pesquisa realizada durante os meses que antecederam a eleição, “fica evidente o caráter afetivo da rede bolsonarista no Twitter” (Aggio, 2020, p. 14). O mapa de interações entre os perfis organizado pelo autor demonstrou que um dos principais momentos de coesão do grupo ocorre nas críticas aos adversários.

Enquanto esteve no poder, além de ataques aos rivais, o agora ex-presidente da República publicou *tweets* sobre os mais variados temas. Durante a pandemia, ele “demonstrou seguir os critérios e as características do negacionismo científico” em diversas oportunidades, inclusive fazendo a indicação de medicamentos sem comprovaçãoem nenhuma comprovação de eficácia (Paes; Brasil; Massarani, 2022, p. 257). Gonçalves (2022, p. 51) elenca que o Twitter também foi espaço importante de mobilização da oposição durante a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) instalada pelo Senado Federal que investigou as ações e omissões do governo durante a crise sanitária, colocando em prática suas “possibilidades de aprimorar a conversação e o engajamento cívicos” (Nomura, 2013, p. 104).

Enquanto chefe do Executivo, Bolsonaro também contemplou em variadas oportunidades a questão ambiental, com foco recorrente sobre a Amazônia. Considerada o bioma mais importante em extensão e em biodiversidade, ela esteve na mira de discursos com informações duvidosas proferidas por Bolsonaro. A área ainda foi acometida por uma grave crise ambiental durante a sua gestão. Logo nos primeiros meses de mandato, o território amazônico registrou quase noventa mil focos de incêndio (Félix, 2022, p. 24), numa situação que se transformou em um assunto prioritário para a geopolítica internacional durante a cúpula do G7 realizada na cidade francesa de Biarritz.

A situação não surpreendeu quem acompanhou a trajetória política de Jair Bolsonaro, que durante a campanha eleitoral de 2018 chegava a prometer a extinção do Ministério do Meio Ambiente. Embora não tenha efetivado a ideia, o governo conseguiu um efeito similar ao esvaziar as funções de fiscalização e controle do desmatamento (Fearnside, 2019, p. 38). Essa ameaça era a única menção ao “meio ambiente” presente no plano de governo apresentado pelo candidato (Araújo; Campos, 2022, p. 142). Esse precedente fez com que já no primeiro mês de mandato se registrasse uma grande invasão de garimpeiros na Terra Indígena Yanomami (Barreto Filho, 2020, p. 7).

Amorim e Dias (2021, p. 277) apontam que a sociedade civil é o segmento mais conectado ao debate ambiental nas redes sociais. A abordagem do assunto por entes governamentais fica atrás também da repercussão entre a imprensa. Em 2019, durante as queimadas mais expressivas em nove anos na Amazônia (Félix, 2022), a temática ambiental foi alçada aos tópicos de tendência do Twitter, chegando a liderar o *ranking* que apresenta os principais termos em debate na rede (Pereira; Grácio, 2022, p. 3). O alcance, contudo, não foi acompanhado pelo aprofundamento necessário para a pauta.

Aporte metodológico e composição do corpus

Este capítulo conta com a Análise de Conteúdo como método principal, sendo empregada tanto no levantamento quanto no processamento das informações. A AC baseia-se em “procedimentos sistemáticos (...) para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos (...), buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos” (Sampaio; Lycarião, 2021, p. 6). Na presente pesquisa, ela foi utilizada nas três fases de sua condução (Bardin, 2011).

Durante a análise prévia, quando foi realizada a concepção do *corpus*, a AC consistiu na definição de critérios para a composição da amostra. O levantamento dos dados ocorreu por meio do mecanismo de busca do Twitter, que permite filtrar as publicações por tema, usuário e período. No presente caso, a materialidade de análise observou os tweets sobre a Amazônia publicados no perfil do usuário @jairbolsonaro no *Twitter* no recorte temporal que compreendeu de 01/01/2019 a 31/12/2021. O período correspondeu aos três primeiros anos do mandato presidencial de Jair Messias Bolsonaro. Em 2022, ele continuou no exercício da Presidência, mas houve a opção de exclusão do período da amostra diante de sua particularidade como ano eleitoral, já que o posicionamento do político na rede social seria principalmente como candidato e não como chefe de Estado.

Na etapa seguinte, de explicação do material, foi realizada a codificação do corpus. A análise da amostra ocorreu a partir de um manual de codificação, um conteúdo que continha os critérios de agrupamento dos conteúdos, as categorias de análise com suas respectivas descrições e regras de operacionalização. Os *tweets* selecionados foram organizados em uma planilha no editor Excel contendo data, *link* de acesso, categoria, quantidade de comentários, curtidas e *retweets*, sujeitos e instituições mencionados. Posteriormente foi concluído o tratamento dos resulta-

dos, interpretando os dados obtidos. Essa etapa envolveu a produção de inferências a partir das observações sistematizadas nas fases anteriores.

Durante o período de 03/01/2019 a 16/12/2021, Jair Bolsonaro publicou 92 tweets sobre a Amazônia. As postagens foram agrupadas conforme dez categorias que foram criadas a partir das temáticas que emergiram do corpus (**Tabela 1**), usufruindo da união entre elementos quantitativos e qualitativos que é permitida pelo emprego da metodologia da análise de conteúdo (Chizzotti, 1991).

Tabela 1: Categorias de análise utilizadas na pesquisa para este capítulo

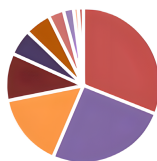
Subárea	Descrição
Ações governamentais	Políticas públicas e promoção das estratégias de gestão ambiental adotadas pelo Governo Federal
Soberania	Defesa territorial e menção a líderes estrangeiros
Indígenas	Assuntos diretamente ligados aos povos originários
Infraestrutura	Temas condicionados à realização de obras, especialmente sobre o setor de transportes
Economia	Menções vinculadas ao meio econômico, como a ação de autarquias e a implementação de programas sociais
Saúde	Ações de combate às doenças mais presentes na região no período, como a Covid 19, a malária e a febre amarela
Comunicação	Listagem de esforços do setor público no segmento de comunicação dentro do território amazônico
Degradação ambiental	Menções especialmente sobre queimadas e ações de desmatamento
Resíduos sólidos	Abordagem sobre lixões e aterros sanitários, além de meios de reciclagem
Turismo	Investimentos e benefícios que podem ser gerados pelo setor turístico

Fonte: Tabela elaborada pelos autores (2023).

As abordagens sobre a Amazônia pelo então presidente

O agrupamento apresentado concede a possibilidade de serem constatados os interesses mais destacados pelo mandatário para o seu público virtual dentro do universo amazônico, possibilitando o estudo da relação entre os assuntos abordados e a forma como foram tratados pelo então Executivo federal. Mais da metade (56%) dos conteúdos foi concentrada apenas nos dois tópicos mais recorrentes (ações governamentais e soberania, respectivamente).

Gráfico 1: Publicações de Jair Bolsonaro no Twitter entre 2019 e 2021 divididas em categorias



- Ações governamentais
- Soberania
- Indígenas
- Infraestrutura
- Economia
- Saúde
- Comunicação
- Degradação ambiental

Fonte: Gráfico elaborado pelos autores (2023).

A ampla abordagem sobre as relações internacionais resultou na menção de diversos líderes que foram citados uma vez cada pelo então presidente brasileiro: a primeira-ministra da Alemanha Ângela Merkel, o ex-vice-presidente e então candidato à Presidência dos Estados Unidos Joe Biden, o presidente da Colômbia Iván Duque, o primeiro-ministro de Israel Benjamin Netanyahu e o duque da Cornualha e então príncipe Charles – atual rei do Reino Unido.

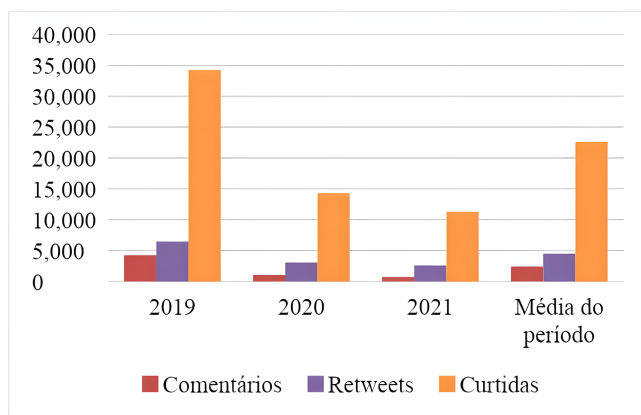
Os presidentes mais mencionados por Bolsonaro foram Donald Trump (Estados Unidos, 2017–2021) e Emmanuel Macron (França, 2017 – atualidade). As abordagens sobre o político francês, majoritariamente críticas, foram concentradas em agosto de 2019, período em que o ocupante do Palácio do Eliseu chamou a atenção global para as queimadas na Amazônia (Félix, 2022, p. 21). Já Donald Trump foi enunciado como um aliado, merecendo a publicização de uma reunião dele com o embaixador Ernesto Araújo e com o deputado Eduardo Bolsonaro, filho do presidente. No episódio, chama atenção a utiliza-

ção do vídeo de uma reportagem da TV Record no *tweet*, ocupando o espaço que virtualmente seria de uma comunicação oficial do Ministério das Relações Exteriores ou da Câmara dos Deputados. A rede foi uma parceira de Jair Bolsonaro desde a eleição, sendo também posteriormente a mais contemplada com publicidade governamental nos primeiros meses do mandato. O padrão de divulgação na rede social se repetiu com outras empresas e profissionais vistos como aliados pelo Palácio do Planalto.

O foco no alcance internacional contemplado na área da soberania recebeu doze vezes mais menções do que o recorte da degradação ambiental, corroborando a percepção sobre o prevalecimento dos interesses políticos na utilização da plataforma pelo presidente da República.

Entre os conteúdos sobre todas as áreas, a maior parte esteve concentrada justamente em 2019, que respondeu por 46% das publicações. Cerca de 54% delas, o equivalente a 25% dos três anos analisados, foram concentradas durante a crise ambiental na Amazônia em agosto. Ou seja, o referido mês sozinho ocupou a mesma proporção que o ano de 2021 completo para os dados. No período, Jair Bolsonaro chegou a convocar uma rede nacional de televisão para se defender das críticas diante da resposta ineficiente do Governo Federal em relação aos incêndios florestais. Em paralelo, a base de apoiadores no ambiente digital se mostrou no auge de sua mobilização durante o primeiro ano do mandato, entregando o expressivo número de mais de 45 mil ações de engajamento (entre curtidas, *retweets* e comentários) a cada publicação feita sobre a temática amazônica. O engajamento nas redes sociais habitualmente é motivado por algum tipo de emoção. Ela pode ser, entre outras, de alegria, amizade, raiva, tristeza, amor ou pertencimento (Jenkins *et al.*, 2013).

Gráfico 2: Métricas das publicações de Jair Bolsonaro sobre a Amazônia no Twitter entre 2019 e 2021



Fonte: elaborado pelos autores (2023).

Considerações finais

A observação do conjunto de publicações de Jair Bolsonaro sobre a Amazônia no Twitter durante os três anos iniciais de seu mandato presidencial demonstra que o ex-deputado federal priorizou a utilização do ambiente virtual como palanque eletrônico mesmo em um período distante da campanha eleitoral. Ao minimizar a importância da questão ambiental, apesar dos índices alarmantes de desmatamento em plena pandemia causada pela Covid 19, para enfatizar a soberania de forma mais destacada em sua retórica, ele utilizou a dinâmica de engajamento da plataforma para socializar conteúdos prioritariamente políticos.

Contraditoriamente, uma ferramenta notabilizada por sua capilaridade global foi utilizada conscientemente pelo chefe do Executivo para distanciar tentativas de cooperação internacional na região, num desvirtuamento de prioridade dada por outros entes ao combate à de-

gradação do meio ambiente no território amazônico. No âmbito local, fica notório que as interações e repercussões ampliadas pelo alcance de Bolsonaro no site visaram colaborar com a ampliação da abrangência e do pertencimento de seu grupo de apoiadores, que incluiu também relevantes conglomerados midiáticos do país, como o grupo que controla a TV Record.

Dessa forma, o ambiente virtual foi transformado em um meio para mobilização de seus apoiadores, desprezando a institucionalidade mesmo quando as postagens foram recortadas em um universo específico. A averiguação de que 25% das publicações sobre a Amazônia foram concentradas em somente um dos 36 meses abrangidos na pesquisa demonstra ainda que a atenção dedicada à região dependia diretamente do potencial de repercussão trazida por terceiros, desprezando a capacidade emprestada pelo cargo para que a área fizesse parte do agendamento nacional de maneira mais recorrente.

REFERÊNCIAS

AGGIO, C. D. O. Comunicação eleitoral “desintermediada”, mas o quão realmente interativa? Jair Bolsonaro e o Twitter nas eleições de 2018. **E-compós**, Brasília, v. 23, 2020.

AMORIM, P.; DIAS, R. I. O papel do Twitter na discussão e no interesse da população sobre questões ambientais. **Revista Ambiente & Educação**, Rio Grande, v. 26, n. 2, p. 267-284, 2021.

ARAÚJO, B.; CAMPOS, F. S. S. Populismo Autoritário e Meio Ambiente no Brasil: Enquadramentos do discurso antiambiental de Jair Bolsonaro em editoriais nacionais e internacionais. **Media&Jornalismo**, Lisboa, v. 22, n. 40, jun. 2022.

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

BARRETO, T. V.; FERREIRA, L. **Na trilha do golpe: 1964 revisitado**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2004.

BARRETTO FILHO, H. T. Bolsonaro, Meio Ambiente, Povos e Terras Indígenas e de Comunidades Tradicionais: uma visada a partir da Amazônia. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, n. 2, 2020.

BITTENCOURT, M. C. A. Ciberacontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 12, n. 2, 2015.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Oxford, v. 13, n. 1, p. 210-230, out. 2007.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.

CODY, E. M.; REAGAN, A. J.; MITCHELL, L.; DODDS, P. S.; DANFORTH, C. M. Climate change sentiment on twitter: an unsolicited public opinion poll. **PloS ONE**, v. 10, n. 8, e0134826, 2015.

DUBOIS, E.; GAFFNEY, D. The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter. **American Behavioral Scientist**, [S. l.], v. 58, n. 10, p. 1260-1277, 2014.

FEARNSIDE, P. M. Retrocessos sob o presidente Bolsonaro: um desafio à sustentabilidade na Amazônia. **Revista Sustentabilidade**, Manaus, v. 1, n. 1, p. 38-52, 2019.

FÉLIX, L. R. **A crise ambiental na Amazônia em 2019: análise da cobertura do Jornal Nacional**. 2022. 133 f. Dissertação (Metrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/53092/1/CriseambientalAmazonia_Felix_2022.pdf.

GONÇALVES, G. L. **Caracterização de tweets de senadores, governadores e convidados durante a CPI da Pandemia: uma análise através das principais hashtags**. 2022. Monografia (Engenharia da Computação) – Universidade Federal de Ouro Preto, João Monlevade, 2022.

JENKINS, H; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable media: Creating value and meaning in a network culture**. New York: University Press, 2013.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MENDES, H. M. Enunciação aforizante no Twitter: uma análise discursiva da hashtag #aprendinoenem. **Calidoscópio**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, 2018.

NOMURA, E. A imprensa, o Twitter e as eleições de 2010 no Brasil. **RBCC**, São Paulo, v. 36, n. 1, 2013.

PAES, A.; BRASIL, V.; MASSARANI, L. Negacionismo científico: un análisis del Twitter de Jair Bolsonaro en marzo y noviembre de 2020. **Razón y Palabra**, Ciudad López Mateos, n. 114, 2022.

PENA, F. Agendamento reativo: a estratégia do confronto no Twitter de Bolsonaro. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais** [...]. Belém: Intercom, 2019.

PEREIRA, D. S.; GRÁCIO, H. Mapeamento das redes de conversação no Twitter sobre a crise dos incêndios na Amazônia. **Contracampo**, Niterói, v. 1, n. 2, 2022.

PRIOR, H. Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema mediático. *In*: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (orgs.). **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2019.

RECUERO, R.; ZAGO, G.; SOARES, F. B. Using Social Network Analysis and Social Capital to Identify User Roles on Polarized Political Conversations on Twitter. **Social Media + Society**, [S. l.], v. 5, n. 2, 2019.

SAMPAIO, R. C., LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.

SANTOS, L. L. D. **Jornalistas-influenciadores da editoria de política**: potencialização de capital social e engajamento com a audiência no Twitter/X. Monografia (Comunicação Social - Jornalismo). Salvador: UFBA, 2023.

SANTOS, R. M.; CIOCCARI, D.; MORAES, T. P. B. O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social. **Mediapolis**, Coimbra, n. 20, 2020.

SOARES, F. B. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro, no Twitter, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, v. 22, n. 30, 2020.

STONE, B. **Um passarinho me contou**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014.

TAKAHASHI, B.; EDWARDS, G.; ROBERTS, J. T.; DUAN, R. Exploring the Use of Online Platforms for Climate Change Policy and Public Engagement by NGOs in Latin America. **Environmental Communication**, [S. l.], v. 9, n. 2, 2015.

THEOCHARIS, Y.; LOWE, W.; VAN DETH, J. W.; GARCÍA-ALBACETE, G. Using Twitter to mobilize protest action: online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. **Information, Communication & Society**, [S. l.], v. 18, n. 2, 2015.

ZAGO, G.; BASTOS, M. T. Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 9, n. 1, p. 114-131, jun. 2013.

ZENHA, L. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? **Caderno de Educação**, Belo Horizonte, n. 49, 2018.

CAPÍTULO 13

VERDADES INCONVENIENTES: OS DILEMAS DOS JORNALISTAS NA COBERTURA DOS DESAFIOS SOCIOAMBIENTAIS DO SÉCULO XXI

Agostinho Vieira

Introdução

A Os primeiros dias de julho de 2023 foram os mais quentes dos últimos 125 mil anos. Na terça-feira, dia 4, a temperatura média global ultrapassou uma marca histórica e chegou a 17,18 graus Celsius (McGrath, 2023). Três dias antes, no Congresso da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), o jornalista Ernesto Paglia, que trabalhou por 43 anos na TV Globo, apresentava as três reportagens que fez na Groenlândia: “A primeira vez foi em 1995, falamos sobre a aventura no gelo, as paisagens deslumbrantes e a emoção de viajar com os caçadores”. Doze anos depois, em 2007, Paglia e a equipe do Globo Repórter voltaram à região: “Nesse ano já não conseguimos mais reproduzir o que havíamos feito antes, uma viagem de 400 km sobre o mar congelado, o gelo estava todo craquelado”. No início de 2023, o jornalista esteve mais uma vez na Groenlândia, agora para fazer um documentário para o canal GloboPlay, nada de paisagens e aventuras:

Ao longo desse período deu para ver, nitidamente, aquilo que os cientistas vêm alertando há muito tempo. O aquecimento global existe, é sério. Grandes massas congeladas estão derretendo numa velocidade nunca vista. Isso significa que o nível do mar vai subir

em cidades litorâneas como Santos, Rio de Janeiro, Recife e Natal (Abraji, 2023).

Em maio, dois meses antes do Congresso da Abraji, um novo relatório das Nações Unidas revelava que cerca de 258 milhões de pessoas haviam sofrido de insegurança alimentar ao longo de 2022. Três eram os motivos principais: os persistentes efeitos da Covid-19, conflitos dos mais variados tipos e a crescente crise climática (AFP, 2023). Como definiu o Secretário-Geral da ONU, António Guterres, a urgência climática é “o desafio multilateral de nossa época”. O impacto será sentido “em todas as áreas da atividade humana” (Nações Unidas, 2021). Uma questão a ser respondida é: o jornalismo está preparado para cobrir desafios desta magnitude?

Este capítulo busca analisar como os jornalistas vêm encarando as mudanças na cobertura socioambiental no século XXI e discutir a hipótese de que a crise da indústria jornalística e o crescimento do negacionismo e da desinformação estariam interferindo no trabalho dos jornalistas especializados na cobertura ambiental. O jornalismo tem sido capaz de traduzir a urgência e a abrangência do momento em que vivemos? Do ponto de vista socioambiental, o jornalista cumpre com o seu papel social de prestar um serviço relevante e mobilizar o público?

Para alcançar este objetivo, foram feitas entrevistas em profundidade (Duarte, 2015) com 11 jornalistas ambientais, das cinco regiões do país, de veículos da mídia tradicional e dos “novos arranjos” jornalísticos (Nonato; Pachi Filho; Figaro, 2018). Todos com larga experiência na cobertura de congressos ambientais em todo o mundo e na produção de reportagens sobre temas como o desmatamento da Amazônia, as mudanças climáticas e a destruição da biodiversidade. Por ora, no entanto, faz-se necessário discutir, através de uma revisão bibliográfica, as mudanças das paisagens na contemporaneidade e dos discursos que sustentam ou mesmo relativizam essa nova e desafiadora realidade.

Das paisagens aos desafios de gaia

Em junho de 1802, ao final da subida do monte Chimborazo, no Equador, Alexander von Humboldt escreveu ao irmão Wilhelm: “Os índios que nos acompanhavam nos deixaram, alegando que estávamos tentando matá-los. Portanto, ficamos sozinhos, Bonpland, Karl Montufar, eu, e um dos meus servos, que carregou alguns dos meus instrumentos” (Welle, 2019). Em outra carta ao irmão, desta feita quando ainda estava na Venezuela, em 1799, Humboldt descreveria a exuberância da natureza e a beleza dos pássaros, dos peixes e até dos caranguejos: “azul celeste e amarelo”. Passados 200 anos, é raro ouvir alguém ainda falar em “servos”, apesar de eles continuarem existindo. Os indígenas, em sua maioria, foram realmente mortos. Como conta o xamã Yanomami Davi Kopenawa:

No começo, seduzidos pela beleza da floresta, mostraram-se amigos de seus habitantes. Em seguida, começaram a construir casas. Foram abrindo roças cada vez maiores, para cultivar seu alimento, e plantaram capim por toda a parte, para o seu gado. Suas palavras começaram a mudar. Puseram-se a amarrar e a açoitar as gentes da floresta que não seguiam suas palavras. Fizeram-nas morrer de fome e cansaço, forçando-as a trabalhar para eles. Expulsaram-nas de suas casas para se apoderar de suas terras. Envenenaram sua comida, contaminaram-nas com suas epidemias. Mataram-nas com suas espingardas e esfolaram seus cadáveres com facões, como caça (Kapenawa; Albert, 2010, p. 252).

No livro “O Maior Genocídio da História da Humanidade”, Marcelo Grondin e Moema Viezzers estimam em 70 milhões o número de vítimas entre os povos originários, de 1500 a 1900 (Filho, 2019). Já a natureza, nos nove países que compõe a Amazônia, perdeu boa parte daquela exuberância admirada por Humboldt e tantos outros viajantes.

Dados do MapBiomias revelam que, entre 1985 e 2021, a perda de vegetação natural na região foi de 75 milhões de hectares (Madeiro, 2022).

É verdade que o mundo mudou muito, mas a imagem de visionário conquistada por Alexander von Humboldt continua a mesma. Para Manuel Corbera Millán, o geógrafo e explorador prussiano segue sendo considerado o primeiro a entender a paisagem, no sentido moderno do termo, e, também, como uma importante referência do pensamento ecologista: “É paradoxal que as concepções de um naturalista que trabalhou entre os séculos XVIII e XIX, e que para muitos era um sábio, por seu conhecimento universalista, possam ter relevância nos dias de hoje e coincidir com formulações atuais no campo da Geografia e da Geologia” (Millán, 2014). Ou, como traduziu Andrea Wulf:

No topo do mundo, olhando para as cordilheiras que se dobravam abaixo dele, Humboldt começou a enxergar o mundo de uma maneira diferente. Viu a terra como um único e imenso organismo vivo, no qual tudo estava conectado, e concebeu uma nova e ousada visão que ainda hoje influencia a forma como compreendemos o mundo natural (Wulf, 2022, p. 25).

De James Lovelock (2006) a Bruno Latour (2020), passando por Ailton Krenak (2020) e Viveiros de Castro (2021), são muitos os autores que se aprofundam na Teoria de Gaia, tese que postula que a Terra é uma comunidade única, formada por organismos que se completam e interagem uns com os outros (Lovelock, 2006). Bruno Latour explica que, antigamente, era possível distinguir uma geografia “física” de uma geografia “humana”, como se houvesse duas camadas sobrepostas: “Mas como dizer onde estamos, se esse ‘sobre’ ou esse ‘em que’ nos encontramos passa a reagir a nossas ações? Como distinguir, a partir de agora, a geografia física da geografia humana?” (Latour, 2020, p.53). Para Luz Horne, filósofa e ensaísta, a atual crise planetária não pode ser compre-

endida se pensarmos exclusivamente em um dos níveis: ambiental, social, sanitário, econômico ou político. “O que os une inextricavelmente é a constância de um ataque às diferentes formas de vida” (Horne, 2021). O filósofo, escritor e líder indígena, Ailton Krenak, é ainda mais direto:

Estamos a tal ponto dopados por essa realidade nefasta de consumo e entretenimento que nos desconectamos do organismo vida da Terra. Com todas as evidências, as geleiras derretendo, os oceanos cheios de lixo, as listas de espécies em extinção aumentando, será que a única maneira de mostrar para os negociacionistas que a Terra é um organismo vivo é esquartejá-la? Picá-la em pedaços e mostrar: “Olha, ela é vida”? É de uma estupidez absurda (Krenak, 2020, p. 18).

Impactos do homem sobre a vida na Terra, como os apontados por Krenak, são inúmeros, dramáticos e estão exemplificados no relatório “*Sustainable Trade in Resources: Global Material Flows, Circularity and Trade*” (UNEP/IRP, 2020) que aponta, por exemplo, que a extração global de recursos naturais estava em 27 bilhões de toneladas em 1970, passou para 92 bilhões em 2017 e deve alcançar 190 bilhões de toneladas em 2060. Cada habitante do planeta consumia, em média, 7 toneladas per capita em 1970, passou para 12 toneladas per capita em 2017 e deve chegar a cerca de 20 toneladas per capita em 2060. Em um artigo síntese, Carl Safina explica que:

A agricultura reduziu pela metade o peso da vegetação viva na terra, levando a uma perda de diversidade de 20%. Os animais de criação e os humanos constituem agora 95% de todos os vertebrados terrestres” (Safina, 2021).

Já as emissões globais de gases de efeito estufa estavam em 16 bilhões de toneladas em 1972 e atingiram 37 bilhões em 2022. O ritmo vem se acelerando e, conseqüentemente, aumentam as temperaturas médias do planeta (Alves, 2023).

As comparações com o início dos anos de 1970 não são gratuitas. Foi nesta época que lideranças mundiais começaram a discutir seriamente os temas ambientais. A Conferência de Estocolmo, em 1972, reuniu 113 países. Temas como poluição, crescimento populacional, exploração dos recursos naturais e a miséria ganhariam uma relevância que nunca tiveram antes (Vieira, 2012). O jornalismo ambiental como especialização temática surgiu na mesma época. Ele começou a se configurar na Europa nos idos de 1960. No final dessa década, surgiu na França a primeira entidade de jornalismo ambiental: a Associação dos Jornalistas-Escritores para a Natureza e a Ecologia, fundada em 1969 por Pierre Pellerin (Belmonte, 2017). No Brasil dos anos 1960, natureza, paisagem e aventura estavam entre as temáticas constantes das revistas ilustradas (Sodré, 1988). É desse período a reportagem que descrevia uma caçada no Mato Grosso, intitulada: “Só faltou a onça”, publicada por José Hamilton Ribeiro na revista Realidade, em novembro de 1967. Anos depois, em 2010, Hamilton Ribeiro reconheceria: “Essa reportagem, hoje, seria impossível. É política e ecologicamente incorreta” (Marão; Ribeiro, 2010, p. 103). Em 1968, seria lançado na TV Globo, o programa “Amaral Netto, o Repórter”. Com uma hora de duração nas noites de domingo, tinha forte tom de aventura e exaltação dos temas abordados, afinado com o ideal de “Brasil grande” dos governos militares. Os assuntos iam da pesca da baleia no litoral do Rio Grande do Norte aos pelotões de fronteira na “selva” Amazônica (Amaral Netto, 2021).

Como notou Ernesto Paglia, as pautas de natureza e aventura dominaram o noticiário por mais alguns anos, até que os alertas sobre a urgência climática começaram a soar mais alto. Em 1988 foi fundado o Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas (IPCC), que criou as bases para a realização da Rio-92, o maior evento ambiental já realizado no mundo (Bernardo, 2022). Os painéis da ONU sobre clima e biodiversidade, juntamente com o impacto de tragédias como o desastre industrial de Bhopal, em 1984, o acidente nuclear de Chernobil, em 1986,

e o vazamento de óleo na Baía de Guanabara, em 2000, marcaram as coberturas da época. Mais recentemente, em 2015, dois eventos importantes ajudaram a incluir mais fortemente as questões socioambientais na rotina das redações. O primeiro foi o Acordo de Paris, que limita o aquecimento global a 1,5° Celsius. O segundo, a aprovação dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, na ONU. Um conjunto de metas que deverá ou deveria ser cumprido até 2030, incluindo temas como a erradicação da fome (ODS 1), o acesso à saúde e educação de qualidade (ODS 3 e 4) e a preservação das florestas (ODS 15). A Agenda 2030, no entanto, incluiu um desafio adicional na vida do jornalista, a necessidade, agora mais premente, de incorporar uma visão sistêmica ao trabalho:

Assim, o cidadão poderá conectar a atitude individual com a responsabilidade coletiva, desde a ação de deixar a torneira aberta enquanto escova os dentes, com a escassez de água. Ou então, a construção de uma barragem, com o desaparecimento de determinadas espécies vegetais ou animais, e a repercussão disso no equilíbrio do ecossistema (Girardi; Schwaab, 2008, p. 16).

Porém, enquanto o enfoque das pautas socioambientais trocava paisagens e aventura por preocupação e tragédia, se agravava a crise do jornalismo, com redução de audiência, fuga de anunciantes e cortes nas redações (Anderson; Bell; Shirky, 2013). A era da “pós-verdade” e da desinformação tornaram o cenário ainda mais complexo, com teses que negam a urgência climática, o desmatamento da Amazônia e do Cerrado e tentam provar que a Terra, na verdade, nem seria redonda. A filósofa Alyne de Castro Costa alerta para uma aparente contradição entre verdade, ciência e política. Por um lado, segundo ela, há a necessidade de reconhecer como legítimas as “verdades dos outros”, isto é, as diversas maneiras por meio das quais povos originários expressam seu pertencimento ao mundo. Por outro, não devemos aceitar a verdade que certos outros reivindicam. “Refiro-me aos negacionistas climáticos, os quais,

a despeito das evidências do caráter antropogênico, negam veementemente o problema, confundindo a opinião pública e obstruindo a ação política que ajudaria a frear os seus efeitos” (Costa, 2021).

No Brasil, as mentiras sobre o meio ambiente figuraram como o terceiro grupo de temas sobre os quais o ex-presidente Jair Bolsonaro mais deu declarações falsas, atrás apenas da pandemia de Covid-19 e da economia (Barsotti, 2023).

Metodologia

Este artigo parte da premissa de que os jornalistas especializados na cobertura ambiental, com mais de 20 anos de experiência, têm consciência dos desafios socioambientais do século XXI. Muitos deles, a exemplo do que aconteceu com Ernesto Paglia nas viagens à Groelândia, vivenciaram as mudanças na cobertura. No entanto, os desafios não estariam se limitando ao impacto do homem sobre a vida na Terra. A hipótese deste trabalho é de que a crise da indústria jornalística, o crescimento da desinformação e do negacionismo estariam se transformando em novos obstáculos para uma cobertura socioambiental mais acurada, intensa e editorialmente destacada.

Para alcançar essa meta, foram feitas, nos meses de junho e julho de 2023, entrevistas em profundidade com 11 jornalistas ambientais, das cinco regiões do país, de veículos da mídia tradicional e dos “novos arranjos” jornalísticos (Nonato; Pachi Filho; Figaro, 2018), conforme listagem apresentada na **Tabela 1**. As entrevistas foram realizadas por meio de videochamadas no Google Meet ou por telefone entre junho e julho de 2023. A metodologia utilizada foi a das entrevistas semiabertas, com um roteiro de perguntas comum aos entrevistados (**Tabela 2**) – de modo a ser possível a comparação entre as respostas – e perguntas específicas, à medida que transcorriam as entrevistas e que o pesquisador sentia a

necessidade de aprofundar algum tema ou aspecto (Duarte, 2015). As entrevistas não foram protegidas por anonimato porque os entrevistados fizeram questão de se posicionar a respeito dos temas publicamente.

Tabela 1: Relação dos jornalistas ambientais entrevistados

Nome	Vínculo	Região	Breve Perfil
Ana Lúcia Azevedo	O Globo	Sudeste	Repórter especial do jornal <i>O GLOBO</i> , onde trabalha há 34 anos. Vencedora do Prêmio José Reis de Divulgação Científica e do Prêmio Esso de Jornalismo.
Claudia Gaigher	Freelancer	Centro-Oeste	Jornalista e escritora, é especialista na cobertura do Pantanal. Trabalhou 25 anos na <i>TV Globo</i> .
Claudio Ângelo	Observatório do Clima	Centro-Oeste	Jornalista e escritor, é Coordenador de Comunicação do Observatório do Clima. Foi editor de Meio Ambiente da <i>Folha de S. Paulo</i> por 12 anos.
Daniela Chiaretti	Valor	Sudeste	É repórter especial do <i>Valor</i> desde 2005. Vencedora do Prêmio Esso de Jornalismo.
Giovana Girardi	Agência Pública	Sudeste	Chefe da cobertura socioambiental da Agência Pública. Foi repórter especial do <i>Estadão</i> e da <i>Folha de S. Paulo</i> .
José Hamilton Ribeiro	Jornalista aposentado	Sudeste	Jornalista e escritor com mais de 50 anos de experiência. Foi editor da Realidade, na Editora Abril. Na TV Globo, trabalhou no Globo Repórter, no Globo Rural e no Fantástico.
Lúcio Flávio Pinto	Amazônia Real	Norte	Professor, jornalista e sociólogo. É o único brasileiro na lista dos 100 mais importantes jornalistas da ONG Repórteres sem Fronteiras.
Maristela Crispim	Eco Nordeste	Nordeste	Fundadora do Eco Nordeste, foi repórter especial, colunista e editora do <i>Diário do Nordeste</i> . Venceu três vezes o Prêmio Esso de Jornalismo.
Marta Salomon	Freelancer da Revista Piauí	Centro-Oeste	Foi repórter especial da <i>Folha de S. Paulo</i> e do <i>Estadão</i> . É doutora em Desenvolvimento Sustentável pela UNB.
Roberto Villar	Centro Universitário Ritter dos Reis	Sul	Foi repórter especial de meio ambiente da Rádio Gaúcha por 9 anos. Hoje é doutor em Comunicação pela UFRGS.
Stefano Wroblewski	InfoAmazonia	Norte	Jornalista ambiental especializado em jornalismo de dados. Diretor do InfoAmazonia.

Informações coletadas pelo autor.

Tabela 2: Perguntas feitas para os jornalistas

1 - O que mudou na cobertura ambiental desde que você começou a trabalhar com esse tema?
2 - Em 2013, o <i>The New York Times</i> anunciou o fechamento da sua editoria de meio ambiente e a redistribuição dos profissionais da equipe (dois editores e sete repórteres) pelo jornal. O argumento do editor era de que as pautas ambientais fazem parte do mundo dos negócios, da economia, dos assuntos nacionais e locais. E que seria preciso ter pessoas trabalhando em diferentes editorias para cobrir os diferentes lados dessas histórias. Você concorda com esse raciocínio? Como funciona no seu veículo?
3 - Em que medida, na sua opinião, a crise da indústria jornalística interferiu ou interfere na cobertura socioambiental. Faltam recursos humanos e financeiros para fazer o trabalho?
4 - Qual tem sido o impacto do crescimento do negacionismo nessa cobertura?
5 - Nos últimos anos, jornais como a <i>Folha</i> , o <i>Estadão</i> e o <i>Globo</i> reduziram os espaços dedicados ao Meio Ambiente e descontinuaram produtos, como o <i>Razão Social</i> e o <i>Planeta Terra</i> , no caso de <i>O Globo</i> . Estas seriam decisões editoriais, econômicas ou as duas coisas?
6 - Na sua opinião, como está sendo a cobertura da imprensa brasileira sobre a Agenda 2030?
7 - Você acha que o veículo onde você trabalha consegue ter uma visão sistêmica da questão socioambiental representada pelos ODS?
8 - Uma pesquisa do Reuters Institute (Newman, 2023) com editores do mundo todo mostrou que metade diz que vai investir mais na cobertura climática, 30% prometem contratar mais jornalistas e 40% dizem que vão treinar pessoas de outras editorias para fazer o trabalho. Na sua opinião, como deveria ser a cobertura de temas socioambientais no Brasil? Seu veículo faz ou planeja fazer parcerias com veículos de mídia independentes e especializados?
OBS: Antes do início das entrevistas, todos os jornalistas descreveram brevemente as suas trajetórias profissionais.

Perguntas elaboradas pelo autor.

Considerações finais

Quando a jornalista capixaba Claudia Gaigher, então na TV Globo, chegou pela primeira vez ao Pantanal, em 1998, lembrou do pai. Durante sua infância, em Cachoeiro do Itapemirim, ela cansara de ouvir histórias sobre o rio Taquari, no Mato Grosso do Sul, o lugar onde pescava com os amigos nos anos 1950. Um paraíso repleto de peixes, como nenhum outro que jamais vira. A realidade, no entanto, quase 50 anos depois, era bem diferente. A primeira reportagem de Claudia na região saiu no *Jornal Nacional* e, infelizmente, falava sobre a tragédia do Taquari, um rio poluído e quase sem peixes.

Os desafios socioambientais da contemporaneidade são enormes, gigantescos. As paisagens mudaram e os discursos também. Não faltam números e nem histórias para comprovar, inclusive dos jornalistas ouvidos para este artigo. O rio da infância e dos sonhos de Claudia Gaigher foi destruído, assim como as aventuras no gelo da Groelândia das reportagens de Ernesto Paglia. José Hamilton Ribeiro reconhece que a pauta de aventura sobre a caça da onça no Pantanal, planejada em 1967, pertence a outra época, não volta mais. Neste início de século XXI ela não teria mais cabimento.

Mas não foram só as paisagens que mudaram. A hipótese inicial apontava a crise da indústria jornalística e o negacionismo como empecilhos para uma cobertura socioambiental mais qualificada e mais relevante. O trabalho mostrou outros aspectos igualmente relevantes e preocupantes: o baixo interesse dos leitores, a busca cada vez mais agressiva dos veículos por cliques e o despreparo de alguns profissionais. A crise da indústria fica clara, inclusive, na trajetória dos profissionais entrevistados. Claudio Ângelo, que foi um premiado editor da *Folha de S.Paulo*, agora trabalha no Observatório do Clima. Marta Salomon (*Folha de S.Paulo*) e Roberto Villar (Rádio Gaúcha) trocaram a redação pela Academia. Giovana Girardi, referência no setor, deixou

o Estadão e hoje está na Agência Pública. Maristela Crispim trocou o Diário do Nordeste pelo site Eco Nordeste. Aliás, essa é outra conclusão do artigo: como reconhecem alguns dos entrevistados, os “novos arranjos” jornalísticos (Nonato; Pachi Filho; Figaro, 2018) vêm ocupando um espaço de destaque na cobertura socioambiental.

Já a tão necessária visão holística da realidade e a cobertura transversal, pregada pelo *The New York Times* e defendida por autores como Girardi e Schwaab (2008), não aconteceu. Os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) não entraram realmente na pauta das redações. Para alguns entrevistados, os ODS são confusos, se misturam com a burocracia da ONU e carecem de metas concretas. Seriam uma espécie de sopa de letrinhas, salgada demais para ser digerida por leitores cansados de notícias ruins. Enquanto isso, os veículos seguem mais preocupados em pagar as suas contas e garantir um volume maior de cliques nas suas matérias, sejam quais forem. Temas importantes, que podem e devem ser explorados em novos artigos.

REFERÊNCIAS

ABRAJI, Congresso, 2023. Masterpapo com Ernesto Paglia. **YouTube**, [S.l.], 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fWkymrOw8nI>. Acesso em: 16 jul. 2023.

AFP -Agence France-Presse. Fome segue aumentando no mundo, indica relatório da **ONU**. **UOL Notícias**, São Paulo, 03 maio 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2023/05/03/fome-segue-aumentando-no-mundo-indica-relatorio-da-onu.htm>. Acesso em: 8 jul. 2023.

ALVES, J. E. Dia do Meio Ambiente: Brasil já desmatou 90% da Mata Atlântica, 50% do Cerrado e mais de 20% da Amazônia. **#Colabora**, [S. l.], 5 jun. 2023. Disponível em: <https://projetcolabora.com.br/ods12/dia-do-meio-ambiente-brasil-ja-desmatou-90-da-mata-atlantica-50-do-cerrado-e-mais-de-20-da-amazonia/>. Acesso em: 3 ago. 2023

AMARAL NETTO, o repórter. **Memória Globo**, 29 out. 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/amaral-netto-o-reporter/noticia/amaral-netto-o-reporter.ghtml>. Acesso em: 8 jul. 2023.

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: Adaptação aos Novos Tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 5, ano 2, p. 30 - 89, 2013.

ARAÚJO, L; SILVA, A. T. Jatarishun: revoltas indígenas camponesas do Equador e Bem Viver. **Caderno CRH**, Salvador, v. 35, p. e022004, 2022.

BAGLEY, K. New York Times Dismantles Its Environment Desk. **Inside Climate News**, New York, 11 jan. 2013. Disponível em: <http://insideclimatenews.org/news/20130111/new-york-times-dismantles>

-environmental-desk-journalism-fracking-climate-change-science-global-warming-economy. Acesso em: 8 jul. 2023.

BARSOTTI, A. As mentiras de Bolsonaro e o jornalismo declaratório: como a imprensa contribuiu para ampliar a desinformação sobre o meio ambiente. **Revista Eco-Pós, Rio de Janeiro**, v. 26, n. 01, p. 79-104, 2023. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/28026. Acesso em: 7 ago. 2023.

BELMONTE, R. V. Uma breve história do jornalismo ambiental brasileiro. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v. 6, n. 2, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/6656/381>. Acesso em: 8 jul. 2023.

BERNARDO, A. 30 anos da Rio-92: o legado da 'maior conferência ecológica de todos os tempos'. **BBC News Brasil**, [S. l.], 11 jun. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61752243>. Acesso em 3 ago. 2023.

COSTA, A. Da verdade inconveniente à suficiente: cosmopolíticas do antropoceno. **Cognitio-Estudos: Revista Eletrônica de Filosofia**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 37-49, jan./jun. 2021.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2015. p. 62-83.

FILHO, P. C. Maior genocídio da Humanidade foi feito por europeus nas Américas: 70 milhões morreram. **Diálogos do Sul**, [S. l.], 31 mai. 2019. Disponível em: <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/direitos-humanos/58765/maior-genocidio-da-humanidade-foi-feito-por-europeus-nas-americas-70-milhoes-morreram>. Acesso em: 8 de jul. 2023.

GIRARDI, I.; SCHWAAB, R. As razões de um conceito. In: GIRARDI,

I.; SCHWAAB, R. **Jornalismo Ambiental**: desafios e reflexões. São Geraldo: Editora Dom Quixote, 2008.

HORNE, L. **Futuros Menores**: Filosofias del tempo y arquitecturas del mundo desde Brasil. Buenos Aires: Universidad Alberto Hurtado, 2021.

KOPENAWA, D.; ALBERT, B. **A queda do céu**: palavras de um xamã yanomami. São Paulo: Editora Schwarcz, 2010.

KRENAK, A. **A vida não é útil**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2020.

LATOURETTE, B. **Onde Aterrizar?** – Como se orientar politicamente no Antropoceno. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Bazar do Tempo, 2020.

LOVELOCK, J. **A vingança de Gaia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2006.

MADEIRO, C. Com 62% da floresta Brasil responde por 80% de todo o desmate da Amazônia. **UOL Notícias**, [S. l.], 8 dez. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/columnas/carlos-madeiro/2022/12/08/com-62-da-floresta-brasil-responde-por-80-de-desmatamento-da-amazonia.htm>. Acesso em: 11 jul. 2023.

MARÃO, J. C.; RIBEIRO, J. H. **Realidade**: a história e as melhores matérias da revista que marcou o jornalismo e influenciou as mudanças no país. Santos: Realejo Edições, 2010.

MCGRATH, M. Os motivos que levaram planeta a ter dia mais quente já registrado. **BBC Brasil**, [S. l.], 04 jul. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c6pdp580e0zo>. Acesso em: 8 jul. 2023.

MILLÁN, M. C. Ciencia, Naturaleza y Paisaje en Alexander. **Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles**, [S. l.], n. 64, p. 37-64, 2014.

NAÇÕES UNIDAS. Há muito por fazer contra riscos da crise climática para paz e segurança, diz ONU”. **ONU News**, [S. l.], 23 fev 2021. Disponível em: https://news.un.org/pt/story/2021/02/1742352?fbclid=IwAR0bWddaqmNmSRVeOSoqjTG9o2QWufx7jew46DsAVU-jl6R4l-h8_gCfL1e0. Acesso em: 8 jul. 2023.

NAÇÕES UNIDAS. Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. **Nações Unidas Brasil**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 27 set. 2023.

NEWMAN, N. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions**. Digital News Project. Oxford: Reuters Institute, 2023. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism_media_and_technology_trends_and_predictions_2023.pdf. Acesso em: 3 ago. 2023.

NONATO, C.; PACHI FILHO, F. F.; FIGARO, R. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. **Líbero**, São Paulo, n. 41, p. 101-115, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/956/965>. Acesso em: 5 mar 2023.

SAFINA, C. Avoiding a ‘Ghastly Future’: Hard Truths on the State of the Planet. **Yale e360**, [S. l.], 2021. Disponível em: <https://e360.yale.edu/features/avoiding-a-ghastly-future-hard-truths-on-the-state-of-the-planet>. Acesso em: 3 ago 2023.

SODRÉ, M. **A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil**. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 1988.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo volume I: Por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

UM SÓ PLANETA. Editora Globo. Disponível em: <https://umsoplane-ta.globo.com/>. Acesso em: 3 ago 2023.

UNEP/IRP. **Sustainable Trade in Resources**: Global Material Flows, Circularity and Trade. Nairobi, Kenya: United Nations Environment Programme, 2020. Disponível em: <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/34344/STR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 9 jul. 2023.

VIEIRA, A. C. Da Comunicação Sustentável à sustentabilidade da comunicação. *In*: ALMEIDA, F. (Org.). **Desenvolvimento Sustentável 2021-2050**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2012. p. 65-78.

VIVEIROS DE CASTRO, E. **Metafísicas Canibais**. 2. ed. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

WELLE, D. Como Humboldt pôs a América latina no mapa da ciência. **Carta Capital**, São Paulo, 30 mar. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/como-humboldt-pos-a-america-latina-no-mapa-da-ciencia>. Acesso em: 10 jul. 2023.

WULF, A. **A invenção da Natureza**: A vida e as descobertas de Alexander von Humboldt. 2. ed. São Paulo: Editora Planeta, 2016.

CAPÍTULO 14

INFLUÊNCIA DA COBERTURA INTERNACIONAL SOBRE O PRIMEIRO ANO DA GUERRA ENTRE RÚSSIA E UCRÂNIA NA REPRESENTAÇÃO DA ÁREA NUCLEAR NO JORNALISMO BRASILEIRO

Tariana Brocardo Machado

Introdução

A contemporânea guerra entre a Rússia e a Ucrânia completou dois anos em fevereiro de 2024 e tem chamado a atenção, na leitura atenta de periódicos, o enfoque na cobertura do risco de que este se torne um conflito nuclear, envolvendo inclusive outras nações do globo não diretamente vinculadas a esta guerra, mas que atuam na tentativa de apaziguamento, como o Brasil, que demonstrou tentativas de protagonismo especial nessa frente. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva esteve algumas vezes envolvido publicamente com uma tentativa de mediação do conflito, o que fez com que o Brasil passasse a ter interesse público e político, justificando a atenção da mídia nacional, para além de uma cobertura sobre o desenrolar da guerra. Durante o primeiro ano do conflito, momento histórico que esta pesquisa observa, o interesse público acontece na perspectiva do âmbito público de um conflito e da ciência, colocando-a no centro das esferas públicas habermasianas,

da comunicação pública, que é essencialmente de interesse público, e, portanto, da opinião pública.

Além da perspectiva do interesse público, da comunicação pública, da comunicação científica e do jornalismo científico, o debate crítico proposto aqui se insere na perspectiva de percepção de risco. Para Renn (2008), ela acontece na maneira de informações sobre eventos potencialmente perigosos e a formação de julgamento acerca deles. Já para Di Giulio *et al.* (2015), fatores sociais e culturais influenciam as percepções sobre diferentes riscos. Sandman (1993) compreende risco como a soma do risco real e da percepção do mesmo risco pelo público e sua indignação diante de um acontecimento. A associação entre “nuclear” e “guerra” acontece na cobertura no viés da percepção pública do risco.

Cobertura jornalística sobre a guerra e o risco nuclear

Entende-se, para a cobertura tanto da guerra quanto do setor nuclear, que os critérios de noticiabilidade estão interiorizados na produção jornalística, como afirma Barbosa (2022). Para Sodré (2009), a ideologia assumida pela imprensa industrial é burguesa e europeia, tecnicamente aperfeiçoada pelos norte-americanos e seguida pelo fazer jornalístico brasileiro. Segundo Barbosa (2023), a definição do que é América Latina é um posicionamento político e ideológico e advindo de processos de disputa. Como postula Barbosa (2017), o jornalismo brasileiro tende a menosprezar a cultura popular latino-americana, associando-a ao atraso. Nesse sentido, os estudos decoloniais, segundo Walsh (2005; 2017), propõem uma reestruturação social que passa também pelas coberturas jornalísticas realizadas. No caso do objeto deste capítulo, estende-se ao jornalismo científico referente à cobertura da área nuclear e, portanto, à ciência brasileira. Isso porque a cobertura sobre a ciência feita no país tem muito menos espaço e relevância que a cobertura sobre a ciência fei-

ta internacionalmente. Barbosa (2023) aponta que nos portais de notícia da indústria jornalística dificilmente se encontram acontecimentos sobre a América Latina, sobretudo com ênfase positiva, o que reforça o ponto de vista periférico para a região. Na cobertura sobre ciência latino-americana, esse olhar também se repete, uma vez que o jornalismo resulta de uma construção social da realidade. Para o autor, a consolidação da perspectiva decolonial promove um novo olhar para as teorias do jornalismo e contribui com a educação de jornalistas e público para a construção de mídias que contemplem a perspectiva latino-americana.

Desta forma, com base na cobertura do recém-completo primeiro ano da guerra, e entendendo em uma análise livre que o tema ‘nuclear’ tem surgido como um dos pontos centrais da cobertura dessa guerra pela imprensa no Brasil, justificando a sempre iminente mediação do país, com base na comunicação pública (Matos, 2011) e no interesse público da opinião pública (Lipmann, 1997) no âmbito das esferas públicas (Habermas, 1984), buscou-se compreender se haveria uma correlação entre o uso do termo ‘nuclear’ na imprensa e as menções à guerra durante o período do primeiro ano do conflito. A hipótese desta pesquisa é de que a vinculação do setor nuclear seria feita pelo jornalismo de forma massivamente voltada à guerra, desviando de se noticiarem aplicações pacíficas da energia nuclear na perspectiva da comunicação científica (Silva, 2017), que conforma a troca de informação entre cientistas e sociedade sobre as aplicações da ciência, e o conseqüente jornalismo científico, lócus em que essa troca se dá, tornado nuclear o foco da cobertura da guerra, não das inúmeras aplicações da tecnologia feitas no Brasil ao longo do mesmo período. Isso porque, em momentos anteriores, viram-se resultados semelhantes em que o termo ‘nuclear’ é vinculado à ideia de conflito, e não a aplicações da ciência, sempre na perspectiva do medo que se tem da energia nuclear, do risco e da atmosfera de segredo que a envolve (Machado, 2016; 2017; 2021).

Análise da cobertura jornalística

Assim, a fim de dissecar o olhar da imprensa brasileira para a cobertura do setor nuclear no período de um ano da referida guerra, entre 24 de fevereiro de 2022 e 24 de fevereiro de 2023, pesquisou-se no período o termo ‘nuclear’ no portal do jornal Folha de S.Paulo obtendo-se um total de 851 resultados. O jornal foi escolhido devido à sua forte presença e circulação como referência para uma cobertura republicana no Brasil, dando conta de fatos nacionais e internacionais.

As matérias foram coletadas e avaliadas em junho de 2023, com base na metodologia Análise de Conteúdo descrita por Bardin (2011), e chegou-se ao corpus total de 758 matérias válidas para a execução deste artigo.

Toda a cobertura que contivesse o termo ‘nuclear’ no contexto da energia nuclear foi considerada válida; em outros usos, foi descartada. Os critérios de exclusão foram os seguintes:

- Comentários de leitores - não anunciam a voz do jornal;
- Conteúdos pagos por empresas no formato de branded content;
- Duplicidade de matérias iguais;
- Obituários – menções da área nuclear na trajetória de falecidos;
- Usos do termo ‘nuclear’ como metáfora para caos ou similares;
- Usos do termo ‘nuclear’ que não estão relacionados ao universo da energia nuclear, como ‘família nuclear’, entre outros.

Ao se analisarem as 758 matérias válidas, chegou-se ao total de 9 categorias e 65 códigos. Para o efeito desta análise robusta, cada matéria tem apenas uma categoria e um código, que dão conta da temática central das menções. Os códigos e categorias emergem da leitura das matérias,

à luz da literatura, de maneira a dar a compreender ao leitor do presente artigo de que se fala quando se fala da área nuclear no jornal durante o período. Com isso, chegou-se às categorias:

- Ciência – categoria que compreende as menções das aplicações na ciência, contendo os códigos ‘astronomia’, ‘energia nuclear’, ‘física/fusão nuclear’, ‘geologia’, ‘medicina nuclear’, ‘meteorologia’, ‘radiatividade’ e ‘tecnologia nuclear’.

- Cobertura internacional – menções relacionadas à cobertura com enfoque em temas de abrangência internacional que não estejam relacionados à guerra entre Rússia e Ucrânia, contendo os códigos ‘acordo/programa nuclear do Irã’, ‘cooperação russa com Argentina e Bolívia’, ‘Guerra Fria’, ‘parceria China – Argentina’, ‘perigo do arsenal da Coreia do Norte’, ‘programa/arsenal da China’, ‘programa nuclear alemão’, ‘programa nuclear americano’, ‘programa nuclear australiano’, ‘programa nuclear finlandês’, ‘programa nuclear francês’, ‘programa nuclear húngaro’, ‘programa nuclear inglês’, ‘programa nuclear israelense’, ‘programa nuclear japonês’ e ‘programa nuclear sueco’.

- Entretenimento – menções do universo das artes visuais, como cinema, teatro, quadrinhos e séries, contendo os códigos ‘Banksy’, ‘Charlie Brown’, ‘Chernobyl (HBO)’, ‘Casseta&Planeta’, ‘universo Marvel’, ‘livro Esperando Godot’, ‘filme Abrigo - Inocentes sob ataque’, ‘filme Coquetel’, ‘livro Gelo’, ‘livro Hiroshima meu amor’, ‘Nuclear (Oliver Stone)’, ‘livro O Mago do Kremlin’ e ‘filme Top Gun’.

- Guerra – menções diretas ao conflito em curso, contendo os códigos ‘arsenal alemão’, ‘Brasil como mediador do conflito nuclear’, ‘guerra nuclear’, ‘ocupação russa de usina nuclear na Ucrânia’ e ‘perigo do arsenal russo’.

- Incidentes nucleares – menções aos incidentes e acidentes radio-

lógicos e nucleares mais conhecidos da humanidade, contendo os códigos 'bomba atômica', 'Chernobyl' e 'Fukushima'.

- Institucional – menções a instituições do setor nuclear e sua presença na sociedade, contendo os códigos 'Agência Nacional de Segurança Nuclear', 'Angra 3', 'Cena-USP', 'CNEN', 'Eletronuclear, EMBPar', 'ENA', 'IAEA', 'INF', 'IPEN', 'Programa Nuclear Brasileiro / submarino' e 'Tratado de Não-Proliferação de Armas Nucleares (TNP)'.

- Personalidades – menções a profissionais notáveis do setor, contendo os códigos 'físico nuclear Andrei Sakharov' e 'físico nuclear Ernest Rutherford'.

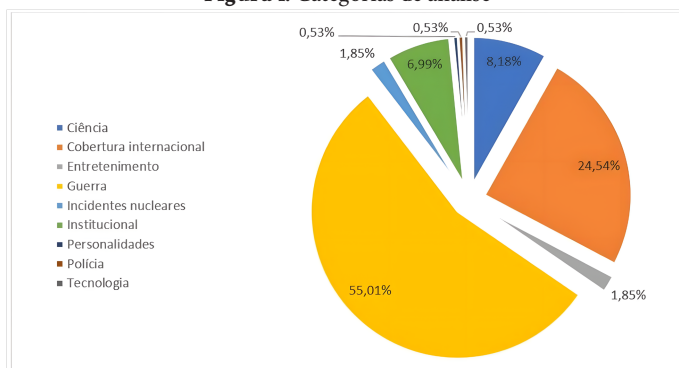
- Polícia – menções a casos que seriam poderiam ser considerados de polícia, uma vez que envolvem investigações e aplicação da lei, contendo os códigos 'contaminação de mina urânio', 'apreensão de urânio', 'apreensão de cápsula de céσιο 137' e 'tráfico de informações sobre tecnologias nucleares'.

- Tecnologia – menções da energia nuclear em vinculação a novas tecnologias, contendo os códigos 'comparação de potencial com IA' e 'risco de roubo de códigos de usinas nucleares'.

Como principais resultados, como se pode verificar na Figura 1, observou-se que mais da metade das menções ao termo "nuclear" no período, um total de 55,01%, foram à categoria Guerra, comprovando a hipótese da autora. A segunda maior categoria em termos de menções é a de Cobertura Internacional, com 24,54%, revelando a predileção do jornalismo por destacar as iniciativas nucleares dos diferentes países. Textos referentes à categoria Ciência, em que se insere fundamentalmente o tema nuclear, ficaram em terceiro lugar, com apenas 8,18% do total. Ainda assim, muitas dessas são menções a descobertas realizadas no exterior. O Brasil não é representado com protagonismo científico.

Em quarto lugar, aparece a categoria Institucional, com 6,99%, seguida de Entretenimento e Incidentes nucleares, ambas com 1,85%, seguidas de Personalidades, Polícia e Tecnologia, cada uma com 0,53%.

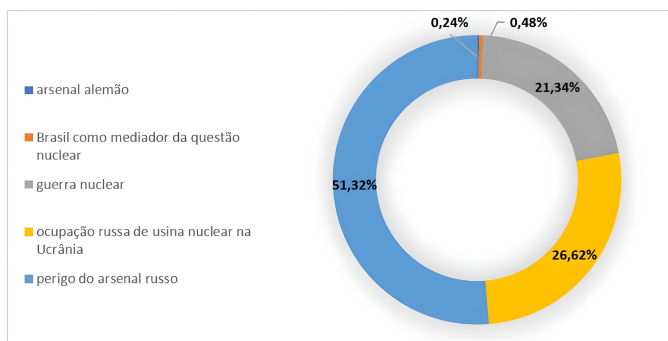
Figura 1: Categorias de análise



Fonte: a autora.

Como demonstra a Figura 2, dentro da categoria Guerra, que teve 55,01% do total, 51,32% foram menções ao código da periculosidade do arsenal russo, 16,62% à ocupação russa de territórios de usinas nucleares na Ucrânia, notadamente Chernobyl e Zaporizhzhia, 21,34% a uma guerra nuclear, apenas 0,48% ao Brasil como mediador do conflito e 0,24% ao arsenal nuclear alemão.

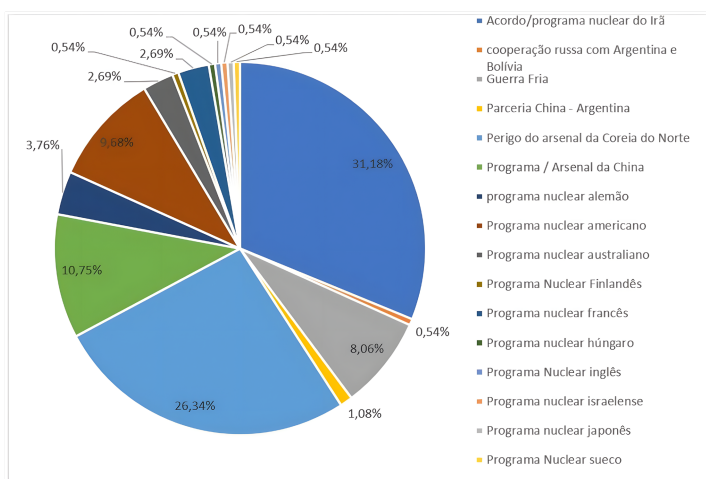
Figura 2: Categoria Guerra



Fonte: a autora.

A **Figura 3**: demonstra as menções aos códigos dentro da categoria Cobertura Internacional, que teve 24,54% do total. Nela, 31,18% das menções foram ao acordo ou programa nuclear do Irã, 26,34% ao perigo do arsenal da Coreia do Norte, 10,75% ao programa nuclear chinês e seu arsenal, 9,68% ao programa nuclear norte-americano, 8,06% à Guerra Fria, 3,76% ao programa nuclear alemão. Já os Programas nucleares da Austrália e França tiveram 2,69% das menções cada, seguidos da parceria entre China e Argentina, com 1,08%. A cooperação russa com Argentina e Bolívia e os programas nucleares finlandês, húngaro, inglês, israelense e japonês tiveram 0,54% das menções cada.

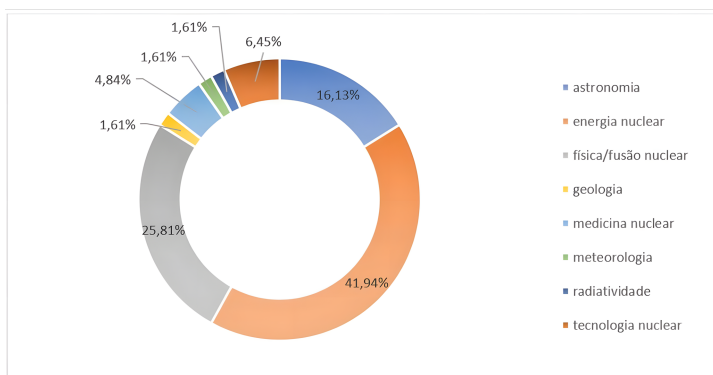
Figura 3: Categoria Cobertura internacional



Fonte: a autora.

A **Figura 4**, por sua vez, traz as coberturas referentes à categoria Ciência, com 8,18% do total. Nela, o código energia nuclear teve 41,94% das menções, seguido de física ou fusão nuclear, com 25,81%, astronomia, com 16,13%, tecnologia nuclear, com 6,45% e medicina nuclear, com 4,84%. Já os códigos geologia, meteorologia e radioatividade tiveram 1,61% cada.

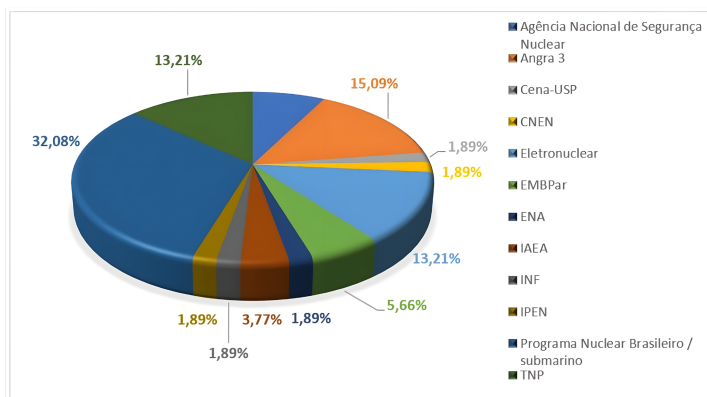
Figura 4: Categoria Ciência



Fonte: a autora.

A **Figura 5** apresenta os códigos componentes da categoria Institucional, com 6,99% do total de menções. O código Programa Nuclear Brasileiro/submarino teve 32,08% das menções à categoria, seguido da construção da usina de Angra 3, com 15,09% e Eletrobras/Eletronuclear e Tratado de Não-Proliferação de Armas Nucleares, com 13,21% cada. Já o código Agência Nacional de Segurança Nuclear teve 7,55%, seguido de EMBPar, com 5,66%, IAEA, com 3,77% e Cena-USP, CNEN, ENA, INF, IPEN, com 1,89% cada.

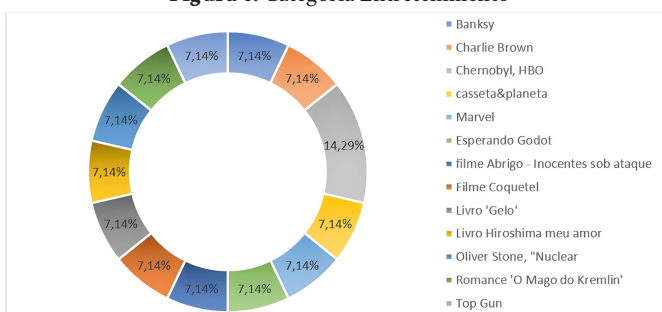
Figura 5: Categoria Institucional



Fonte: a autora.

A **Figura 6** podem-se ver os códigos da categoria Entretenimen-
to, com 1,85% do total de menções.O código que representa o seriado
Chernobyl, da HBO, teve 14,29% das menções à categoria, seguido de
menções com 7,14% cada de Banksy, Charlie Brown, Casseta&Planeta,
Marvel, Esperando Godot, filme Abrigo – Inocentes sob ataque, filme
Coquetel, livro Gelo, livro Hiroshima meu amor, filme Nuclear, de Oli-
ver Stone, livro O mago do Kremlin e filme Top Gun.

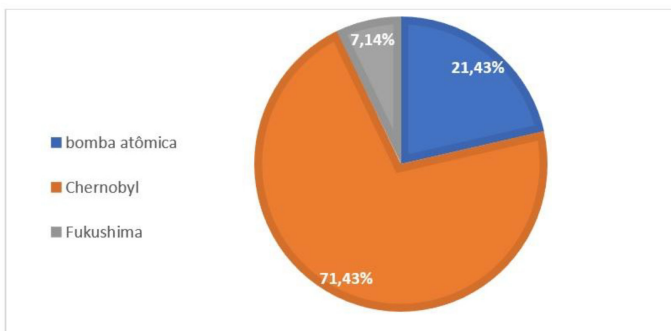
Figura 6: Categoria Entretenimento



Fonte: a autora.

A **Figura 7** apresenta os códigos da categoria Incidentes nu-
cleares, com 1,85% do total de menções. Chernobyl foi responsável
por 71,43% das menções, seguido de bomba atômica, com 21,43%, e
Fukushima, com 7,14%.

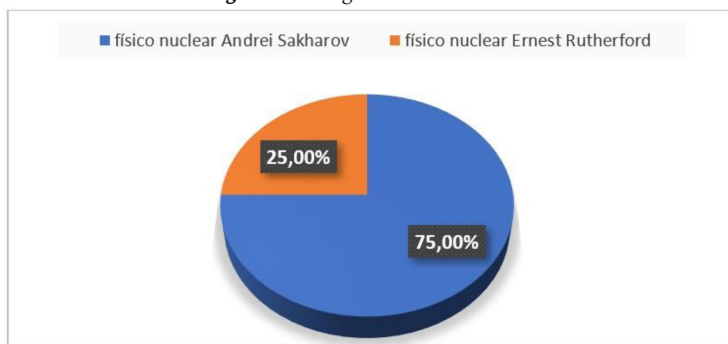
Figura 7: Categoria Incidentes nucleares



Fonte: a autora.

A **Figura 8** apresenta os códigos da categoria Personalidades, com 0,53% do total de menções. O físico nuclear Andrei Sakharov teve 75% das menções, enquanto o físico nuclear Ernest Rutherford teve 25%.

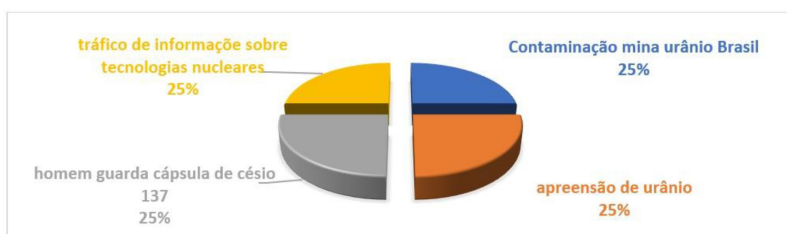
Figura 8: Categoria Personalidades



Fonte: a autora.

A **Figura 9** apresenta os códigos da categoria Polícia, com 0,53% do total de menções. Os códigos são igualmente distribuídos, com 25% cada, entre tráfico de informações sobre tecnologias nucleares, contaminação de mina de urânio no Brasil, apreensão de urânio pela polícia e homem que guarda cápsula de césio 137.

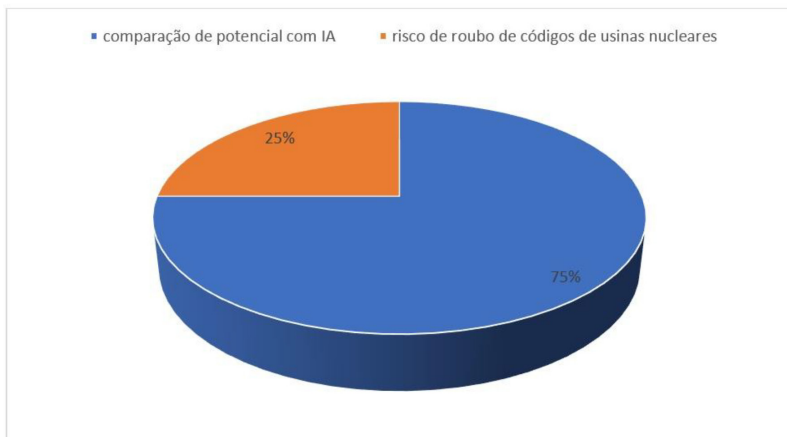
Figura 9: Categoria Personalidades



Fonte: a autora.

A **Figura 10** apresenta os códigos da categoria Tecnologia, com 0,53% do total de menções. Os códigos que a compõem são comparação de potencial nuclear com inteligência artificial, com 75%, e risco de roubo de códigos de usinas nucleares no ambiente digital, com 25% das menções.

Figura 10: Categoria Tecnologia



Fonte: a autora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada categoria em si poderia conter uma análise pormenorizada, mas o que se depreende desse olhar macro sobre as menções ao termo ‘nuclear’ na imprensa durante o período do primeiro ano da guerra entre Rússia e Ucrânia é que, de maneira geral, a preocupação da cobertura jornalística está voltada às menções à guerra, e não à ciência. Pode-se observar também que Chernobyl segue ocupando um espaço importante no imaginário sobre o tema, sobretudo por causa da localização do território da Zona de Exclusão, onde ficam as usinas, hoje desativadas, na Ucrânia.

Nota-se ainda que o possível protagonismo do Brasil como mediador do conflito não tem presença relevante na cobertura da imprensa brasileira no período, embora pudesse tê-lo sido. As instituições brasileiras que atuam com energia nuclear são mencionadas de maneira geral, mas não com tanta relevância sobre a ciência que realizam. A medicina nuclear, a talvez mais popular aplicação pacífica da energia nuclear entre o público, tem menção modesta na categoria ciência. De maneira geral, em uma análise transversal nas categorias e códigos, é possível afirmar que a ciência brasileira desenvolvida com tecnologia nuclear ou pelo setor nuclear não teve a relevância que poderia ter na perspectiva da cobertura do jornalismo científico e da comunicação da ciência. Houve um olhar majoritariamente internacional para o tema e pouco científico de forma geral.

Ainda, a referida guerra e o medo acerca da ameaça nuclear representada por ela perdeu espaço na cobertura internacional para um conflito mais atual, a guerra Israel-Hamas, iniciada em outubro de 2023. Esse fato apresenta um rearranjo nos interesses do público e na atenção dispensada pelo jornalismo. Assim, essa discussão abre

caminhos para uma nova análise comparativa de dados entre os dois conflitos em um futuro próximo.

Em suma, mesmo que as aplicações nucleares façam parte do cotidiano de nossa sociedade, tende-se a continuar a cobrir o setor ainda pela perspectiva do medo, risco e segredo. Como a reestruturação proposta pelos estudos decoloniais passa pelo caminho das coberturas jornalísticas, no caso observado, é possível perceber que se segue reportando no país um mundo visto pela janela, a distância, sem foco na ciência realizada no Brasil ou na América Latina. Assim, entende-se que o Brasil precisa e pode construir e fortalecer um jornalismo científico decolonial de forma deliberada e intencional, disposto a centrar-se no desenvolvimento técnico-científico local e regional.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. **A solidão da América Latina na indústria jornalística brasileira**. Embu das Artes: Alexa Cultural, 2017.

BARBOSA, A. Por uma teoria latino-americana e decolonial do jornalismo —critérios de noticiabilidade para o jornalismo latino-americano: o caso da revista nossa américa 2022. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, v. 2, n. 26, p. 37-119, jul./dez. 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/199047/184215>. Acesso em: 25 mar. 2024.

BARBOSA, A. **Por uma teoria latino-americana e decolonial do Jornalismo**: Propostas para a América Latina não ser solitária na indústria jornalística. Rio de Janeiro: Editora Frutificando, 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

DI GIULIO, G. M. *et al.* Percepção de risco: um campo de interesse para a interface Ambiente, Saúde e Sustentabilidade. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 24, n. 4, p. 1217-1231, 2015.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LIPPMANN, W. **Public Opinion**. New York: Free Press Paperbacks Simon and Schuster, 1997.

MACHADO, T. B. **Comunicação de risco na perspectiva da área nuclear no Brasil**. 2016. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

MACHADO, T. B. Área nuclear em pauta: da política para a polícia, sem passar pela ciência. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA

DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. Campinas: Galoá, 2017. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2017/trabalhos/area-nuclear-em-pauta-da-politica-a-policia-sem-passar-pela-ciencia?lang=pt-br>. Acesso em: 25 mar. 2024.

MACHADO, T. B. **Aceitação da energia nuclear por parte da opinião pública no Brasil**. 2021. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

MATOS, H. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. *In*: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 39-59.

RENN, O. **Risk governance: coping with uncertainty in a complex world**. London: Earthscan, 2008.

SANDMAN, P. **Responding to Community Outrage**: Strategies for Effective Risk Communication. Fairfax: American Industrial Hygiene Association, 1993.

SILVA, A. C. de M. As relações entre a ciência, o sistema brasileiro de pesquisa e o jornalismo científico. *In*: MOREIRA, B. D.; SILVA, A. C. de M. (orgs.). **Divulgação científica: debates, pesquisas e experiências**. Cuiabá: EdUFMT, 2017. p. 32-40.

SODRÉ, M. **A Narração do Fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

WALSH, C. (org.). **Pensamiento crítico y matriz (de)colonial**: reflexiones latinoamericanas. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar/Ediciones Abya-Ayla, 2005.

WALSH, C. **Pedagogías Decoloniales**: prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir. Tomo II. Serie Pensamiento Decolonial. Quito: Ediciones Abya-Yala, 2017.

SOBRE OS AUTORES E AUTORAS

CAPÍTULO 1

Danielly Bezerra dos Santos

Relações Públicas. Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE (PPGCom/UFPE). Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM/ESPM-SP. Bolsista da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE). E-mail: daniellybdossantos@gmail.com.

Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE (PPGCom/UFPE). Mestre e doutora em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Pesquisadora PQ 1D do CNPq. E-mail: isaltina.gomes@ufpe.br.

CAPÍTULO 2

Jéssica Cristina Corte

Jornalista. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: jessica_corte1@hotmail.com.

Taís Marina Tellaroli

Professora dos cursos de graduação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: tais.fenelon@ufms.br.

CAPÍTULO 3

Rafael Martins Revadam

Jornalista formado pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, mestre em Divulgação Científica e Cultural pelo Labjor/Unicamp e doutorando em Política Científica e Tecnológica pelo Instituto de Geociências da Unicamp.

Karina Juliana Francisco

Jornalista pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” e mestre em divulgação científica e cultural pela Universidade Estadual de Campinas.

Simone Pallone de Figueiredo

Pesquisadora do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas, jornalista e doutora em Política Científica e Tecnológica pela Universidade Estadual de Campinas.

CAPÍTULO 4

Mônica Igreja do Prado

Atua no Centro Universitário de Brasília (CEUB) como professora e líder do GP Comunicação em Emergência e Desastre (GP-CED – <https://www.facebook.com/gpced>). Doutora em Ciências do Ambiente (Universidade de Lisboa). E-mail: monica.prado@ceub.edu.br.

CAPÍTULO 5

Juliana Krapp

Doutora em Literatura Brasileira e Mestre em Comunicação Social, ambos pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj). Jornalista, atua como tecnologista em saúde pública no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (Icict), da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

CAPÍTULO 6

Luiza Gomes Henriques

Mestra em Informação e Comunicação em Saúde pelo Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (PPGICS/Icict/ Fiocruz). E-mail: luizaghenriques@gmail.com.

Inesita Soares de Araujo

Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, pesquisadora da Fiocruz e professora no PPGICS/Fiocruz. É autora de “A Reconversão do Olhar” (Ed. Unisinos) e “Comunicação e Saúde” (Ed. Fiocruz), este com Janine Miranda Cardoso. E-mail: inesita.araujo@icict.fiocruz.br.

CAPÍTULO 7

Radígia Santos de Oliveira

Jornalista com pós-graduação *lato sensu* em revisão de texto e mestran-

da no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/Icict/Fiocruz). E-mail: radigia.oliveira@gmail.com.

Izamara Bastos Machado

Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Jornalista, Pesquisadora do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde e professora do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS/Icict/Fiocruz). E-mail: izamara.bastos@fiocruz.br.

CAPÍTULO 8

Aponira Maria de Farias

Marcia Rodrigues Lisboa

Irene Rocha Kalil

Mariela Campos Rocha

Denise Nacif Pimenta

Pesquisadoras da Fundação Oswaldo Cruz (Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, no Rio de Janeiro) e Instituto René Rachou, em Minas Gerais.

CAPÍTULO 9

Pedro Macedo

Jornalista formado pela UFPR e mestrando em Comunicação do PPG-COM-UFPR. Faz parte do grupo de pesquisa COM21. Possui experi-

ência na área de saúde e atua como Assessor de Imprensa e Marketing em hospitais de Curitiba.

Claudia Quadros

Professora permanente do PPGCOM-UFPR. Doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna, com pós-doutorado em Comunicação Digital e Comunicação da Ciência. Professora da Agência Escola UFPR.

Chirlei Diana Kohls

Doutoranda e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). É jornalista e faz parte do grupo de pesquisa Com21.

Tatiana Dourado

Doutora em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela UFBA. É pesquisadora do projeto Media Trust Lab. É investigadora associada do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD).

CAPÍTULO 10

Sheila Virgínia de Almeida Bahia

Doutoranda em Saúde Coletiva pelo Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia (ISC-UFBA), bolsista Capes. E-mail: sheilabahia27@gmail.com.

Maria Ligia Rangel Santos

Docente titular do Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva IS-C-UFBA. Doutora em Saúde Coletiva e Pós-Doutorado pela Universidade Aberta de Lisboa. E-mail: lirangel@ufba.br.

Ivanise Hilbig de Andrade

Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação UFBA. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporânea e Pós-Doutorado na Sciences Po Lyon. E-mail: ivanise.andrade@ufba.br.

CAPÍTULO 11

Marcelo Robalinho

Professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Doutor em Informação e Comunicação em Saúde pela Fiocruz-RJ, com estágio doutoral no Centre d'Analyse du Discours/Université Paris XIII. E-mail: marcelo.robalinho@ichca.ufal.br.

CAPÍTULO 12

Juliana de Oliveira Vicentini

Pós-doutoranda na Universidade de São Paulo (USP), vinculada ao Departamento de Economia, Administração e Sociologia. Doutora e Mestra em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação Interunidades em Ecologia Aplicada (ESALQ e CENA) da USP; e-mail: juvicentini@usp.br.

Luciana Miranda Costa

Professora titular da pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Preserv-Ação; e-mail: luciana.miranda@ufrn.br.

Lucas Rodrigues Félix

Doutorando e mestre em Estudos de Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). Especialista em Comunicação Digital e Comunicação e Marketing Esportivo pela Universidade Potiguar (UnP); e-mail: falecomlucasfelix@gmail.com.

CAPÍTULO 13

Agostinho Vieira

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM-UFRJ). Especialização em Gestão Ambiental pela Coppe/UFRJ e em Gestão de Negócios pelo Institut Européen D'administration des Affaires (Insead) e pela Fundação Dom Cabral. E-mail: agostinhovieira@ufrj.gov.br.

CAPÍTULO 14

Tariana Brocardo Machado

Pós-doutoranda no IEA-USP com bolsa de Pós-doutorado Júnior do CNPq. Doutora e mestra em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Tem graduação pela Faculdade Cásper Líbero e atuação como docente e profissional na área de comunicação.

Este livro foi editorado com as fontes Crimson Text e Montserrat.
Publicado on-line em: <https://repositorio.ufms.br>

ISBN 978-85-7613-742-9



9 788576 137429

 **editora**
UFMS