

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

HELOISA DOLFINI MARTINS

#ComunicaçãoPandêmica:

análise da comunicação governamental sobre o coronavírus no Instagram

SÃO PAULO,
2020

HELOISA DOLFINI MARTINS

#ComunicaçãoPandêmica:

análise da comunicação governamental sobre o coronavírus no Instagram

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social - Relações Públicas, apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Orientação: Profa. Dra. Simone Alves de Carvalho

SÃO PAULO,

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Martins, Heloisa Dolfini

#ComunicaçãoPandêmica: análise da comunicação governamental sobre o coronavírus no Instagram / Heloisa Dolfini Martins ; orientadora, Simone Alves de Carvalho. -- São Paulo, 2020. 87 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia
Versão corrigida

1. Comunicação governamental 2. Redes Sociais 3. Pandemia de coronavírus 4. Comunicação Pública I. Alves de Carvalho, Simone II. Título.

CDD 21.ed. - 659.2

Nome: Martins, Heloisa Dolfini.

Título: #ComunicaçãoPandêmica: análise da comunicação governamental sobre o coronavírus no Instagram

Aprovado em: 10/12/2020

Banca:

Nome: Profa. Ma. Juliane Duarte Camara

Instituição: Escola de Comunicações e Artes

Nome: Ana Claudia Pompeu Torezan Andreucci

Instituição: Universidade Presbiteriana Mackenzie.

AGRADECIMENTOS

A universidade é uma estrada com altos e baixos. Na etapa final desse processo, não posso deixar de agradecer a quem me incentivou a segui-la e a quem me acompanhou nas curvas sinuosas, mesmo sabendo que tenho meu próprio ritmo.

À minha mãe, que me mostrou o poder da educação e do conhecimento e me incentivou a estar aqui.

Ao meu pai, que me levou cafezinhos e pães de queijo durante as horas de dedicação.

Aos meus amigos e familiares, que ouviram as queixas e dúvidas constantes e reforçaram minha capacidade.

Aos professores que me guiaram, me avaliaram e me ensinaram tanto, desde pequena.

À minha - incrível - orientadora, Simone, por todo o suporte e disposição. Este trabalho não teria sido entregue sem a sua paciência em me mostrar o caminho.

À comissão da banca, por aceitar o convite de ouvir o que tenho a dizer.

Aos meus colegas de trabalho, que tiveram compreensão durante as horas em que me ausentei para me dedicar a esta monografia.

Faço uma menção honrosa ao Sistema de Seleção Unificada (SiSU), um programa social capaz de abrir portas para que tantas pessoas, inclusive eu, chegassem à universidade pública, lembremos sempre da importância de projetos como esse.

E, por fim, a mim mesma, por ser a motorista corajosa que, mesmo diante das dificuldades, não hesitou em trilhar a jornada.

“Tudo mudou esta manhã, e pela primeira vez - agora me dou conta - o coronavírus entrou em nossa vida já não como objeto de reflexão filosófica, política, médica ou psicanalítica, mas sim como um perigo pessoal. [...] Tania me telefonou para dizer: escutei que você, mamãe e Fábio querem jantar juntos, não o faça. Estou em quarentena porque uma de minhas alunas [...] faz uns dias, testou positivo. [...] [Tania] me disse que a idade média dos mortos é de oitenta e um anos. Bom, já suspeitava, mas agora eu sei. O coronavírus mata aos velhos e, em particular, mata aos velhos asmáticos (como eu)”

- Franco “Bifo” Berardi

RESUMO

MARTINS, Heloisa Dolfini. **#ComunicaçãoPandêmica**: análise da comunicação governamental sobre coronavírus no Instagram. 2020. Monografia (bacharelado em Comunicação Social - Relações Públicas) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2020.

O presente trabalho investiga como as redes sociais governamentais comunicaram a pandemia de coronavírus durante o seu desenrolar, investigando ruídos, falhas e estratégias que poderiam impactar uma crise de saúde. Com apoio de estudos prévios sobre comunicação, manipulação midiática, desinformação e saúde, analisamos os perfis do Instagram de Jair M. Bolsonaro e do Ministério da Saúde nos posts que diziam respeito à pandemia. Como metodologia, nos pautamos na Análise do Discurso e na Leitura e Análise de Imagens, descrevendo e comparando posts de ambos os perfis a cada mês. Em conclusão, compreendemos que, embora tenham ocorrido estratégias de transparência e conscientização relevantes, a presença de ruídos comunicacionais, manipulação e compartilhamento de notícias falsas deu origem a um cenário de contradições que pode ter impactado negativamente o desenrolar da pandemia, demonstrando a importância da informação em períodos como esse.

Palavras-chave: Comunicação governamental. Comunicação em saúde. Coronavírus. Manipulação midiática. Jair Bolsonaro. Ministério da saúde. Redes sociais.

ABSTRACT

MARTINS, Heloisa Dolfini. **#PandemicCommunication**: analysis of governmental communications about coronavirus on Instagram. 2020. Monography (bachelor degree in Social Communication - Public Relations) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2020.

This paper investigates how government profiles on social media approached the coronavirus pandemic, throughout its development, identifying noises and strategies that could impact a health crisis. Based on studies about communication, manipulation, desinformation and health, we analysed the posts on Jair M. Bolsonaro and the Ministry of Health's Instagram profiles that approached this pandemic. As methodology, we have used Image and Discourse Analysis, describing and comparing posts of both profiles from february to september. In conclusion, we understood that, although there were relevant strategies of accountability and awareness about COVID-19; communication misunderstandings, manipulation and fake news created a cenarium of contradictions that could have bring negative impacts on pandemic control, demonstrating the importance of information in times like this.

Keywords: Governmental Communication. Health Communication. Coronavirus. Media Manipulation. Jair Bolsonaro. Ministry of Health. Social Media.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Evolução da pandemia.....	14
Figura 2 – Breve linha do tempo da pandemia no Brasil.....	15
Figura 3 - Nuvem com as 50 palavras mais usadas nos posts do Twitter.....	24
Figura 4 - Referências aos tratamentos nos <i>tweets</i>	29
Figura 5 - Post 1 - Parte1: primeiro caso	37
Figura 6 - Post 1 - Parte 2: primeiro caso	37
Figura 7 - Post 2: prevenção	38
Figura 8 - Post 3: “banana para você!”	39
Figura 9 - Post 4: prestação de contas	40
Figura 10 - Post 5: fiquem em casa!.....	41
Figura 11 - Post 6: situação do coronavírus I	42
Figura 12 - O Brasil quer ir para as ruas?.....	43
Figura 13 - Post 7: a culpa é da imprensa	44
Figura 14 - Post 8: combatendo fake news	45
Figura 15 - Post 9: situação do coronavírus II.....	46
Figura 16 - Foco nas pessoas I	47
Figura 17 - Foco nas pessoas II	47
Figura 18 - Foco nas pessoas III	48
Figura 19 - Foco nas pessoas IV.....	48
Figura 20 - Post 10: #cloroquina.....	49
Figura 21 - Post 11: o caos se aproxima!	51
Figura 22 - Post 12: situação do coronavírus III.....	52
Figura 23 - Post 13: sem comprovação, com recomendação.....	53
Figura 24 - Post 14: cloroquina chega ao Ministério I.....	54
Figura 25 - Cloroquina chega ao Ministério II.....	55
Figura 26 - Post 15: Transparência	55
Figura 27 - Post 16: forças ocultas açoitam o presidente.....	56
Figura 28 - Post 17: revelação bombástica da OMS	57
Figura 29 - Post 18: situação do coronavírus IV.....	59
Figura 30 - Post 19: Mais de um milhão!	60

Figura 31 - Post 20 - Parte 1: Nenhum país no mundo fez como o Brasil.....	61
Figura 32 - Post 20 - Parte 2: Nenhum país no mundo fez com o Brasil.....	61
Figura 33 - Post 21 - Parte 1: a hora da verdade!.....	62
Figura 34 - Post 21 - Parte 2: a hora da verdade!.....	62
Figura 35 - Post 22: situação do coronavírus V.....	63
Figura 36 - Post 23: Brasil cada vez mais forte	64
Figura 37 - Post 24 - Parte 1: lockdown mata?.....	65
Figura 38 - Post 24 - Parte 2: lockdown mata?.....	66
Figura 39 - Post 24 - Parte 3: lockdown mata?.....	66
Figura 40 - Post 25: 115 mil mortes.....	69
Figura 41 - Post 26: #NãoEspere.....	70
Figura 42 - Nova foto de perfil.....	71

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 #PANDEMIA: COMPREENDENDO O CORONAVÍRUS	11
2.1 BREVE HISTÓRICO DA COVID-19 NO BRASIL	13
2.2 CRISE SANITÁRIA, CRISE DE RELAÇÕES PÚBLICAS	16
3 #INTERNET: FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA A COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL	17
4 #COMUNICAÇÃO: POLÍTICA, INFORMAÇÃO E CREDIBILIDADE	20
4.1 COMUNICAÇÃO, SAÚDE E MUDANÇA DE ATITUDES	25
4.2 NENHUM DISCURSO É NEUTRO, TUDO É UMA ESCOLHA	27
4.3 INFORMAR OU MANIPULAR, EIS A QUESTÃO	32
5 #ANÁLISE: O QUE OS POSTS NOS MOSTRAM?	35
5.1 MINISTÉRIO DA SAÚDE x JAIR BOLSONARO: COERÊNCIA OU DISCREPÂNCIA	36
5.1.1 Fevereiro	37
5.1.2 Março	39
5.1.3 Abril	43
5.1.4 Maio	50
5.1.5 Junho	55
5.1.6 Julho	60
5.1.7 Agosto	64
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	75

1 INTRODUÇÃO

Esta monografia nasceu do desejo em relacionar e compreender três grandes temas: primeiro, uma pandemia inesperada - maior crise sanitária global desde a gripe espanhola (1918-1920) - que trouxe consigo obstáculos que foram além da área da saúde e esbarram em desafios comunicacionais, políticos, subjetivos e filosóficos. Segundo, a política, que está em todos os lugares, de diferentes formas, mas que tem tanto ainda para evoluir - inclusive do ponto de vista da comunicação governamental, ainda muito marcada por uma nebulosidade entre interesses públicos e privados. Terceiro, as redes sociais e a internet, que se fazem cada vez mais presentes no dia-a-dia de um profissional de comunicação e apresentam possibilidades, mas também desafios, inteiramente novos para a construção e manutenção da relação com os públicos.

O gerenciamento da crise do coronavírus de 2020 dependia, além da atuação coordenada do governo, da mudança de atitude e da conscientização dos cidadãos. A comunicação era ponto chave. Nesse contexto, a presente pesquisa objetiva analisar como as redes sociais governamentais comunicaram a pandemia durante o seu desenrolar, investigando ruídos, falhas e estratégias que poderiam impactar uma crise de saúde.

Partimos de uma breve explicação sobre o que foi a pandemia, passando por observações relevantes sobre a internet, chegando à importância da comunicação governamental atrelada ao contexto. Por fim, detalhamos a pesquisa, que se trata de uma análise do Instagram do Ministério da Saúde e do presidente Jair Bolsonaro, seguindo as metodologias de Análise do Discurso e Leitura e Análise de Imagem. Com isso, pretendemos compreender: qual é o papel da comunicação governamental no país em períodos de crise? Houve discrepâncias entre o posicionamento oficial do governo, representado pelo Ministério da Saúde, e os discursos do presidente? As trocas de ministros da saúde ocasionaram em mudanças de estratégias comunicacionais? Houve compartilhamento de notícias falsas ou não comprovadas pelos governantes? Estratégias de manipulação e propaganda foram adotadas no período?

Para responder às perguntas, relacionamos diferentes conceitos e autores, entre os quais estão as contribuições de Kunsch, Haswani e Duarte sobre comunicação governamental e suas funções; as pesquisas sobre a desinformação nas redes sociais durante a pandemia de Machado et al. e Xavier et al.; a definição de neutralidade do discurso de Citelli; e a explicação das formas de manipulação e propaganda de Chomsky. O entendimento das estratégias e falhas durante o período pode ser base para que ruídos de comunicação sejam evitados em momentos futuros e uma comunicação governamental cada vez mais próxima seja construída.

2 #PANDEMIA: COMPREENDENDO O CORONAVÍRUS

Os coronavírus são uma família de vírus que, eventualmente, infectam pessoas, apesar de serem mais comuns em animais (BRASIL, 2020). Entre eles, está o SARS-CoV-2, coronavírus que causa a COVID-19 (Coronavirus Disease 2019). A doença tem sintomas análogos aos de uma gripe: febre, tosse, dor de garganta, dor de cabeça, e também um sintoma bem singular, a perda de olfato e paladar. Ela pode ser assintomática e ter sintomas leves para a maioria dos pacientes, mas também ocasionar problemas respiratórios graves, podendo levar a óbito (BRASIL, 2020). A taxa de mortalidade geral do vírus é razoavelmente baixa, mas pode aumentar em grupos de risco, como idosos de mais de 80 anos, chegando a 15% - para comparação, a gripe comum tem taxa de mortalidade de 0,1% (JORNAL DA USP, 2020). Esse foi um dos motivos pelos quais a Organização Mundial da Saúde, em março de 2020, afirmou que estávamos vivendo em uma pandemia, isto é, a disseminação mundial de uma doença que passa a se espalhar por vários países do mundo, segundo a própria organização. Para ser considerada pandemia, uma doença não precisa, necessariamente, ser grave, e sim se espalhar com velocidade.

A doença é transmitida diretamente de uma pessoa para outra ou pelo contato com gotículas de saliva, espirros, tosse, superfícies e apertos de mão contaminados, entre outros. É bastante contagiosa, o que fez com que iniciativas de isolamento social, voluntárias ou obrigatórias, fossem adotadas em vários países a

fim de reduzir a taxa de contaminação e evitar que os sistemas de saúde se sobrecarregassem. Da mesma forma, foram incentivadas como medidas de prevenção lavar as mãos frequentemente e/ou usar álcool gel, ficar a pelo menos um metro de outras pessoas, evitar contato, como beijos, abraços e apertos de mão, higienizar embalagens que chegam da rua e celulares e não compartilhar objetos de uso pessoal, como talheres e copos (BRASIL, 2020). O uso de máscaras de pano em lugares públicos foi incentivado em alguns países. No Brasil, na maior parte da duração da pandemia e até o encerramento deste trabalho, era uma recomendação.

Ao analisar alguns artigos produzidos ao longo do período, é possível notar as diferentes opiniões e posições frente à crise que se instalava, desde o ponto de vista filosófico até o político. Giorgio Agamben, em artigo publicado em 26 de fevereiro, chegou a afirmar que a maneira como os veículos de comunicação tratavam o caso era uma forma de criar pânico nas pessoas, com o objetivo de restringir ainda mais as liberdades individuais da população. Segundo ele,

A desproporção frente ao que segundo a CNR é uma gripe normal, não muito diferente das que se repetem a cada ano, é surpreendente. Parece que, tendo esgotado o terrorismo como causa das medidas excepcionais, a invenção de uma epidemia pode oferecer o pretexto ideal para extendê-las além de todos os limites (AGAMBEN, 2020, p. 19, tradução nossa)¹.

Essa postura foi adotada, inclusive, pelo presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, em pronunciamento oficial sobre o tema, realizado no dia 24 de março, ao dizer:

O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos, sim, voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, como proibição de transporte, fechamento de comércio e confinamento em massa. O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Então, por que fechar escolas? (PLANALTO, 2020, 2 min 20 s)

A resposta para o seu questionamento é que as crianças, embora não sejam grupo de risco, poderiam levar o vírus para casa, expondo seus pais e avós à doença. O presidente pedia pela normalidade, mas uma vida normal era cada dia mais distante. Campeonatos de futebol foram cancelados, a televisão passou a

¹ La desproporción frente a lo que según la CNR es una gripe normal, no muy diferente de las que se repiten cada año, es sorprendente. Parecería que, habiendo agotado el terrorismo como causa de las medidas excepcionales, la invención de una epidemia puede ofrecer el pretexto ideal para extenderlas más allá de todos los límites

reprise programas antigos para evitar a exposição de seus funcionários, eventos tradicionais, como o Rock In Rio, foram suspensos, tal como a atividade de bares, restaurantes e shoppings. Berardi, ainda do início da pandemia, mais precisamente em oito de março de 2020, escreveu:

Tudo mudou esta manhã, e pela primeira vez - agora me dou conta - o coronavírus entrou em nossa vida já não como objeto de reflexão filosófica, política, médica ou psicanalítica, mas sim como um perigo pessoal. [...] Tania me telefonou para dizer: escutei que você, mamãe e Fábio querem jantar juntos, não o faça. Estou em quarentena porque uma de minhas alunas [...] faz uns dias, testou positivo. [...] [Tania] me disse que a idade média dos mortos é de oitenta e um anos. Bom, já suspeitava, mas agora eu sei. O coronavírus mata aos velhos e, em particular, mata aos velhos asmáticos (como eu). (BERARDI, 2020, p.47-48, tradução nossa)²

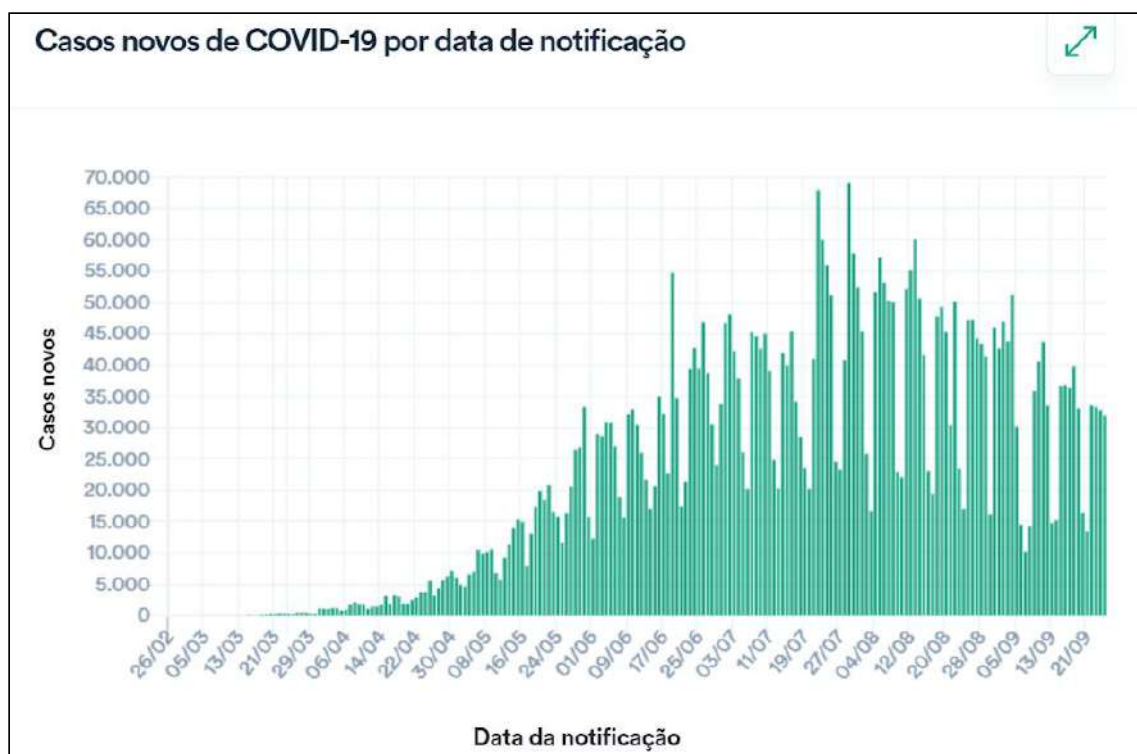
Além de uma crise de saúde, a pandemia trouxe consigo crises políticas, filosóficas e psicológicas e os efeitos subjetivos deste período ainda precisarão ser avaliados em pesquisas futuras.

2.1 BREVE HISTÓRICO DA COVID-19 NO BRASIL

Compreender o panorama geral do desenrolar da pandemia no Brasil pode ser útil para facilitar a clareza e o entendimento do presente trabalho. Na figura 1, é possível encontrar o gráfico da evolução da doença ao longo dos meses e um breve histórico também foi construído com base na linha do tempo criada pelo Ministério da Saúde (BRASIL, 2020).

² Todo cambió esta mañana, y por primera vez –ahora me doy cuenta– el coronavirus entró en nuestra vida, ya no como un objeto de reflexión filosófica, política, médica o psicanalítica, sino como un peligro personal. [...] Tania me telefoneó para decirme: escuché que vos, mamá y Fabio quieren cenar juntos, no lo hagás. Estoy en cuarentena porque una de mis alumnas [...] hace unos días el hisopado le dio positivo. [...] me dice que la edad promedio de los muertos es de ochenta y un años. Bueno, ya lo sospechaba, pero ahora lo sé. El coronavirus mata a los viejos, y en particular mata a los viejos asmáticos (como yo).

Figura 1 - Evolução da pandemia



Fonte: Secretarias Estaduais de Saúde. Brasil (2020).

Foi no início de dezembro de 2019 que começaram os primeiros casos da - até então desconhecida - doença em Wuhan, na China (BRASIL, 2020). Em três de janeiro de 2020, o Ministério da Saúde brasileiro pediu informações para a Organização Mundial da Saúde e no dia 16 do mesmo mês, emitiu o primeiro Boletim Epidemiológico sobre o que se sabia a respeito da doença. Já no dia sete de fevereiro foi sancionada a Lei de Quarentena (BRASIL, 2020) no país, que esclarece as medidas de enfrentamento da doença que já aparentava ser perigosa.

O primeiro caso de infecção por coronavírus no Brasil veio um tempo depois, no dia 26 de fevereiro, e em 16 de março foi notificada a primeira morte. Entre um acontecimento e outro, a Organização Mundial da Saúde declarou que estávamos vivendo uma pandemia, no dia 11 de março de 2020 (EBC, 2020). Então, medidas de isolamento começaram a ser tomadas de forma independente pelos governadores e prefeitos, ainda que não tivesse sido definida como decisão oficial

do governo federal: a primeira decisão neste sentido ocorreu neste mesmo dia, no Distrito Federal, quando as aulas foram suspensas por cinco dias (G1, 2020).

Desde então, a quarentena (medida de caráter obrigatório que impede a circulação de pessoas em determinados ambientes por um certo período) foi acontecendo em alguns estados; o lockdown absoluto (situação em que todas as atividades são paralisadas, com exceção da compra de alimentos e remédios) em outros; e novas informações sobre a doença foram chegando. Alguns dos marcos mais importantes da pandemia neste período afetaram também o cenário político. Primeiro, as trocas de ministros da saúde: em 16 de abril de 2020, ocorreu a demissão de Luiz Henrique Mandetta. Em seu lugar, assumiu Nelson Teich, que se demitiu do cargo em 15 de maio de 2020. Com isso, assumiu interinamente o posto o General Eduardo Pazuello, que foi oficializado como ministro alguns meses depois, em 16 de setembro.

Tão importante quanto, foram os lamentáveis marcos de 1.000.000 de casos de coronavírus no Brasil, registrados em 16 de junho de 2020 e o de 100.000 mortes, anunciado em oito de agosto. A figura 2 traz um resumo da linha do tempo construída, para maior clareza.

Figura 2 - Breve linha do tempo da pandemia no Brasil

Data	Acontecimento
2019	
8 de dezembro	Primeiros casos em Wuhan, China
2020	
3 de janeiro	Brasil pede informações para a OMS
16 de janeiro	Primeiro Boletim Epidemiológico
7 de fevereiro	Sancionada a Lei de Quarentena ³ no Brasil
26 de fevereiro	Primeiro caso no Brasil
11 de março	OMS declara pandemia

³ A Lei de Quarentena estabelece as formas possíveis de lidar com a emergência de saúde e não necessariamente estipula a quarentena e o isolamento social como obrigatórios.

11 de março	Primeira medida de isolamento social (Distrito Federal, Brasil)
16 de março	Primeira morte no Brasil
16 de abril	Demissão de Luiz Mandetta, ex-ministro da saúde
15 de maio	Saída de Nelson Teich, ex-ministro da saúde
15 de maio	General Eduardo Pazuello assume o Ministério interinamente
16 de junho	Brasil chega a 1.000.000 de casos de COVID-19
8 de agosto	Brasil chega a 100.000 mortos
16 de setembro	General Eduardo Pazuello assume o Ministério oficialmente

Fonte: criação própria a partir dos dados do Ministério da Saúde e Organização Mundial da Saúde (2020).

2.2 CRISE SANITÁRIA, CRISE DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ao longo do presente trabalho, será possível notar que, em vários momentos, nos referimos à pandemia como “a crise do coronavírus”. Antes de mais nada, portanto, é importante explicar porque o termo “crise” é aqui empregado.

Segundo João José Forni (2019), uma crise é uma ruptura com a normalidade que exige rápida ação, provoca questionamentos por parte da mídia, população ou opositores e pode abalar a reputação de uma organização ou governo. Sendo assim, nem todo problema, tal como nem toda emergência, podem ser chamados de crise, uma vez que esta tem como característica importante o fato de colocar a reputação, os valores e a segurança de uma instituição à prova.

Com isso, podemos considerar que a pandemia é uma emergência de saúde, mas, do ponto de vista do governo, é também uma crise de relações públicas. Com a situação política e a instabilidade econômica instaurada no país - temas que não nos cabe detalhar aqui - a emergência de saúde no Brasil foi, desde o início, relacionada a fatores políticos. A pandemia foi mais um fator que colocou em xeque a capacidade do atual presidente Jair Messias Bolsonaro de governar e gerenciar os

problemas que surgem em uma sociedade, abalando sua reputação e demandando um trabalho de comunicação intenso.

A pandemia provavelmente não poderia ser evitada, de fato, mas há de se considerar que a forma como um governo lida com ela é determinante para ampliar ou reduzir o efeito de “crise”. Não é à toa que o mesmo vírus causou impactos tão variados em cada país. Para dar apenas dois exemplos, em Cuba, eram cerca de 2.300 casos de contaminação no país até julho de 2020 (G1, 2020) e uma forte ação de isolamento em que, a cada caso confirmado, todos os seus contatos - sintomáticos ou não - permaneciam isolados (G1, 2020). Na Suécia, a escolha foi por não adotar o isolamento e apostar na conscientização da população (NEXO, 2020) e, no mesmo mês, já eram 76.492 casos da doença (G1, 2020), ambos em números absolutos, desconsiderando a amplitude populacional. No Brasil, houve contradições entre as decisões presidenciais, a postura dos ministros da saúde e as medidas adotadas pelos governos estaduais e, em junho de 2020, o país chegou a ser considerado o epicentro da pandemia no mundo (CHADE, 2020).

Forni (2019), ao discorrer sobre gestão de crise, deixa claro que nem toda crise pode ser evitada, mas que todas podem ser gerenciadas dentro de certos limites. É por isso que estamos analisando a forma como a pandemia do coronavírus foi tratada. Não porque o governo pudesse, de forma alguma, impedir que ela acontecesse enquanto pandemia, mas porque tinha o poder de alterar, para melhor ou para pior, a forma como aconteceu enquanto crise.

3 #INTERNET: FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA A COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

A importância da internet para a democratização da informação começou a ser pensada há muitos anos atrás. A possibilidade de um acesso rápido a milhões de dados abriu portas para que mais gente soubesse de mais coisas. Da mesma forma, quando cidadãos “comuns” passaram a poder publicar suas opiniões na rede, estabeleceu-se a oportunidade de horizontalizar a comunicação. Se antes os emissores eram únicos (os grandes meios de comunicação de rádio, jornal e televisão), agora esse poder se dissiparia para quem tivesse acesso. Sobre a

relação entre cidadãos e governo com a chegada da internet, “pensava-se que a internet possibilitaria ações de cidadania eletrônica, criando assim uma esfera pública virtual” (FONTENELLE; SOUZA, 2020, p. 35).

Em função disso, em 2011, o Governo Federal aprovou a Lei 12.527, Lei de Acesso à Informação (LAI), trazendo um novo horizonte para uma participação cidadã. Entre as regulações propostas, estavam “divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações”, “fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública”, “gestão transparente da informação, propiciando amplo acesso a ela e sua divulgação”, entre outras coisas (BRASIL, 2011, s/p). No entanto, até hoje discute-se o desempenho do governo no que diz respeito à transparência.

O Estado brasileiro, como emissor, por vezes reduz a discussão em torno do acesso à informação a uma relação protocolar de dados e informações, e ignora que suas práticas estão carregadas de discursos que interferem no interesse público e na formação da esfera pública. [...] Porém, de forma efetiva, os órgãos públicos lidam muito mal com o conceito de transparência (BONFIM, 2014, p. 71).

Para que a prática da comunicação governamental seja dialógica na internet, ela inevitavelmente deve partir - ou gerar - uma prática mais próxima dos cidadãos no universo *offline*. Mais do que isso, para construir uma comunicação que se volte para o interesse público não basta que as informações estejam disponíveis, elas precisam ser claras e compreensíveis para qualquer cidadão. Castells vai ainda mais longe, lembrando que “num mundo de crise generalizada de legitimidade política, e de indiferença dos cidadãos por seus representantes, poucos se apropriam do canal de comunicação interativo, multidirecional, fornecido pela internet, de ambos os lados da conexão” (CASTELLS, 2003, p.129). Considerando isso, seria, ainda, interessante, que as informações fossem atrativas e chegassem aos cidadãos de forma proativa.

Esperava-se que a internet fosse um instrumento ideal para promover a democracia - e ainda se espera. Como dá fácil acesso à informação política, permite aos cidadãos ser quase tão bem informados quanto seus líderes. Com boa vontade do governo, todos os registros públicos, bem como um amplo espectro de informação não sigilosa, poderiam ser disponibilizados on-line. [...] Em vez de o governo vigiar as pessoas, as pessoas poderiam estar vigiando o seu governo - o que é de fato um direito delas, já que teoricamente o povo é soberano. (CASTELLS, 2003, p. 128).

Pensando assim, o que nos mostra o fato de que, em seis de junho de 2020, o Ministério da Saúde decidiu deixar de divulgar o número total de mortos e casos de COVID-19, tirando o site onde as informações eram disponibilizadas do ar? (DW, 2020). A mudança dizia respeito a parar de divulgar o número total e começar a divulgar somente o relatório diário, às 22 horas da noite. Segundo o presidente Jair Bolsonaro, em seu Twitter: “a divulgação dos dados de 24 horas permite acompanhar a realidade do país neste momento e definir estratégias adequadas para o atendimento a população” (BOLSONARO, 2020, s/p)⁴. No entanto, a decisão foi criticada. Ryan, diretor de emergências da OMS, afirmou que

É muito importante, ao mesmo tempo, que as mensagens sobre transparência e divulgação de informações sejam consistentes, e que nós possamos contar com os nossos parceiros no Brasil para fornecer essa informação para nós, mas, mais importante, aos seus cidadãos. Eles precisam saber o que está acontecendo (BBC, 2020, s/p).

Dias depois, já no dia nove, o Supremo Tribunal Federal divulgou uma determinação para que o Ministério voltasse com a divulgação (DW, 2020).

Consideremos, então, que em maio de 2020, eram 134 milhões de brasileiros com acesso à internet (AGÊNCIA BRASIL, 2020). Em 2019, a Câmara dos Deputados e o Senado realizaram uma pesquisa com 2.400 pessoas na qual analisaram as principais fontes de informação do brasileiro. Os resultados, divulgados pela Agência Brasil (2019) mostram que o WhatsApp era então a maior fonte, sendo citada por 79% dos respondentes, o YouTube, por 49%, o Facebook, por 44%, o Instagram, por 30% e o Twitter por 7%. A revista BBC Brasil divulgou, também em 2019, que o Brasil é o 2º país que mais passa tempo nas redes sociais. De forma positiva ou não, a constatação é que as redes sociais são usadas como fonte de informação por muita gente. Um cenário pandêmico com ampla circulação de notícias falsas ou imprecisas a respeito da forma de se prevenir contra a doença, tal como das ações de enfrentamento do governo e dos números de casos pelo mundo, poderia trazer um resultado perigoso. Com dezenas de informações

⁴ Afirmação publicada em seis de junho de 2020 no perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1269241298801831937>. Acesso em 26 set. 2020.

passando pelas *timelines* dos usuários a cada momento, pode ser difícil filtrar explicações corretas a respeito da pandemia, especialmente em um país como o Brasil, com alta taxa de analfabetismo - cerca de 6,6% da população (IBGE, 2019) - e também de analfabetismo funcional - cerca de 30% (INAF, 2018).

Isso é ainda mais importante ao se pensar que as redes sociais podem ser espaços férteis para o compartilhamento de notícias sem comprovação científica e *fake news*, causando o que chamamos de desinformação. Sobre isso, vale definir com precisão: *fake news* são, segundo Allcott e Gentzkow (2017), “artigos de notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsos que podem enganar leitores” (p. 213, tradução nossa)⁵. Já a desinformação é o efeito causado nos leitores em função das notícias falsas, descontextualizadas ou distorcidas, tanto no cenário em que a intenção da notícia é enganar (*fake news*), quanto quando não é (MACHADO et al, 2020).

Por fim, há dois dados a se considerar. Primeiro, que 59% das pessoas tendem a compartilhar links nas mídias sociais sem clicar para ler a notícia, sua fonte e sua data, deixando-se levar apenas pela manchete (DEWEY, 2016). Segundo, uma pesquisa feita pela Consumoteca Lab (2019) entrevistou 1.000 brasileiros e constatou que 78% dos brasileiros são incapazes de assimilar todo o conteúdo a que são expostos. O excesso de informação a todo instante dificulta o filtro e a assimilação de conhecimento qualificado e, com isso, a desinformação a respeito da doença é facilitada.

Esses são alguns fatores que nos mostram que a divulgação de informação sobre a pandemia nas redes sociais governamentais poderiam ser estratégicas para garantir o acesso democrático a um conteúdo qualificado e confiável sobre a COVID-19. Por outro lado, revelam que uma notícia falsa ou distorcida nas redes do governo, sejam as institucionais, como a da Secretaria de Comunicação, sejam as pessoais, como a de Jair Bolsonaro, podem ganhar proporção e confundir a população a respeito de informações importantes para o combate da doença.

⁵ News articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers.

4 #COMUNICAÇÃO: POLÍTICA, INFORMAÇÃO E CREDIBILIDADE

A comunicação governamental pode ser definida de várias formas. Para o presente trabalho, consideramos a de Duarte, segundo o qual “refere-se a fluxos de informação e a padrões de relacionamento envolvendo o governo - órgãos dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário - e a sociedade” (DUARTE, 2018, p. 35). Seus objetivos são prestar contas, educar e fortalecer a cidadania. Em uma análise macro, seu papel é a manutenção da democracia, na medida em que cumpre - ou deveria cumprir - a função de aproximar o público (cidadãos) do governo e informar a população de forma transparente (ORGANICOM, 2006). Só há democracia, no sentido primeiro de “governo do povo”, se a população dispõe de informação para compreender e atuar na sociedade. Sobre isso, Kunsch explica:

A instituição pública/governamental deve ser hoje concebida como instituição aberta, que interage com a sociedade, com os meios de comunicação e com o sistema produtivo. Ela precisa atuar como um órgão que extrapola os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação. É a instituição que ouve a sociedade, que atende às demandas sociais, procurando, por meio da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população, como saúde, educação, transportes, moradia e exclusão social. (KUNSCH, 2012, p.15).

Porém, Duarte (2018) conta que a comunicação governamental é frequentemente usada para a manutenção do poder. Nesse sentido, ela vem sendo usada não para mostrar com transparência o que o governo tem feito, mas para fazer crer que, seja lá o que o tem sido feito, é algo positivo. O que a história brasileira deixou de legado para a comunicação governamental no Brasil atual é, segundo Haswani (2006), uma descredibilidade perante o que o Estado diz e faz, resultante do uso da máquina pública para benesses individuais e particulares. Para além deste descrédito, há, ainda, uma desorganização que parece assombrar as comunicações estatais. Os agentes da comunicação no governo parecem não compreender o papel das Relações Públicas e suas estratégias para os diversos públicos que formam a sociedade brasileira na construção de uma Comunicação

Integrada e eficiente (ORGANICOM, 2006). Ou, se compreendem em teoria, parecem não colocar este conhecimento em prática.

Consideremos que, no ano de 2014, foi publicado pelo Ministério da Saúde o documento chamado “Plano de Resposta às Emergências em Saúde Pública”, que tinha como objetivo orientar a atuação da Secretaria de Vigilância e Saúde (SVS), juntamente com o Sistema Único de Saúde (SUS) na resposta às emergências de saúde pública. A ideia era se antecipar frente a situações adversas de saúde como surtos e epidemias, a fim de garantir uma coordenação eficaz do problema. Este documento é citado aqui pois queremos frisar que, entre as funções do Centro de Operações de Emergência em Saúde (Coes), estrutura que deve promover uma resposta coordenada à crise, estão “elaborar boletins periódicos para disponibilizar informação nos meios de comunicação do MS”; “estabelecer um centro único de informações, sempre que possível”; e “elaborar notas para a imprensa acerca da atuação do setor Saúde no evento” (BRASIL, 2014, p. 27). Esses exemplos deixam claro que a comunicação deveria ter papel central na resposta de situações como essa.

No caso específico da pandemia, então, duas funções fundamentais seriam destinadas à comunicação governamental: primeiro, mostrar o que o governo tem feito para salvar vidas e reduzir o contágio de forma transparente. Segundo, conscientizar as pessoas a respeito das formas de prevenção e das novidades sobre a doença. Porém, nem sempre isso aconteceu e foi constatado uma série de contradições e uma comunicação fragmentada que serão evidenciadas em próximos capítulos.

Vale ressaltar, ainda, a questão da desinformação, tal como o excesso de informação que permeiam o tema. A própria Organização Mundial da Saúde (OMS), já em fevereiro, afirmou que estávamos enfrentando uma outra epidemia, além do coronavírus: a “infodemia” (RICHTEL, 2020), definida pela Organização Pan-Americana de Saúde (PAHO) como “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (PAHO, 2020, p. 1). A organização alerta:

A desinformação pode circular e ser absorvida muito rapidamente, mudando o comportamento das pessoas e possivelmente levando-as a correr riscos

maiores. Tudo isso torna a pandemia muito mais grave, afetando mais pessoas e comprometendo o alcance e a sustentabilidade do sistema global de saúde. (PAHO, 2020, p. 1).

Sobre este problema, a pesquisa “Ciência Contaminada” (MACHADO et al., 2020) avaliou a desinformação sobre o coronavírus no YouTube, por meio da coleta automatizada de dados de 24.321 vídeos na plataforma. Entre as conclusões do estudo, descobriu-se que é frequente a distorção da produção científica, focando em pontos que interessem para o criador do vídeo e ignorando outros, a fim de propagar teorias da conspiração (a de que a China criou o coronavírus em laboratório, por exemplo) ou minimizar o potencial destrutivo da doença.

Tudo isso é importante para nós por dois motivos principais: tanto para compreender o cenário de circulação de informação sobre a doença no ambiente digital que independe - ao menos em teoria - do posicionamento governamental; quanto porque muitas dessas (des)informações foram reforçadas, direta ou indiretamente, nas redes sociais dos governantes, como veremos adiante. A constatação do estudo nos leva a compreender o quão importante seria usar as redes sociais do governo - tal como suas comunicações nos ambientes *offline* - para reforçar mensagens claras, estratégicas e, acima de tudo, integradas umas com as outras.

Todo esse cenário é agravado por se tratar de uma questão de saúde. Orsi explica que as *fake news* em saúde são “qualquer informação errada, distorcida ou descontextualizada que induz o público a tomar decisões erradas, a adotar comportamentos inadequados, que insufla esperanças ou medos descabidos na população” (ORSI, 2020, p. 62). Ou seja, mesmo quando o processo de produção de notícias em saúde não é intencionalmente falso e não tem o objetivo de enganar os receptores, o simples fato de tirar informações de contexto ou criar uma manchete incompleta pode ser prejudicial. Ele reforça que a intenção, nesse caso, é menos importante que o impacto, visto que uma informação errada pode afetar vidas, e até gastar tempo e dinheiro dos sistemas de saúde. O autor ainda acrescenta o perigo de quando essa desinformação acontece em instituições estatais já que, apesar de o Estado não ter como papel único e principal a produção de conteúdo sobre saúde,

Como podemos perceber, Bolsonaro, Mandetta, presidente, governo, política e gripezinha apareciam com destaque. Eles também concluíram que, das mais de 7 milhões de postagens analisadas, foram feitas 365.331 menções ao presidente do Brasil, cerca de 4,73% do total de postagens, um indício de como, no Brasil, o desenrolar da pandemia se misturou às questões políticas e à forma como o governo e os governantes comunicaram a crise. O termo “gripezinha” merece atenção especial. Foi usado por Jair Bolsonaro para descrever a doença mais de uma vez, entre elas, no seu pronunciamento oficial no dia 24 de março de 2020 (PLANALTO, 2020) e o fato de ter sido tão citado nos tweets já é um indício de que as falas dos governantes repercutem nos tópicos discutidos entre a população.

4.1 COMUNICAÇÃO, SAÚDE E MUDANÇA DE ATITUDES

Como vimos, o papel da comunicação governamental na pandemia envolve, entre outras responsabilidades, a conscientização da população sobre os riscos e medidas de prevenção, a fim de reduzir o contágio. Isso significa que, idealmente, as comunicações alterariam certos hábitos, como aumentar a higiene das mãos, estimular a permanência em casa e promover o uso da máscara. Por isso, é importante entender o potencial, tal como o limite, da comunicação para cumprir estes objetivos.

Para a área da saúde, a comunicação pode servir para orientar os cidadãos sobre saúde e doenças, incentivar ações de autocuidado, recomendar ações preventivas e até melhorar a relação dos profissionais de saúde com os pacientes e com pares de profissão, promovendo a clareza e o bom funcionamento da gestão de emergências (CARVALHO; FREIRE; VILAR, 2012). Nesse sentido, seria interessante que a comunicação em saúde considerasse a teoria da ação comunicativa de Habermas, que, de forma resumida, diz respeito às interações sociais em que a ação dos atores são coordenadas pelos atos comunicativos. É a comunicação orientada para o entendimento mútuo, que permite a ação (ibidem). Para isso, é preciso que os discursos sejam compreendidos. No entanto, eles passam sempre pelos nossos filtros subjetivos. Como explicam Gomes e Ferraz, “a

memória tem um papel importante na construção dos discursos por “invocar” sentidos existentes em outros enunciados” (GOMES; FERRAZ, 2012, p. 270).

Studart-Guimarães (2002) explica que, quando o objetivo é a mudança social, é preciso considerar que este é um processo que recebe influências emocionais, racionais e outras e, sendo assim, a comunicação deve ser estratégica e seguir demandas específicas. Ela deve estar aliada a outras estratégias e partir de um conhecimento amplo sobre o(s) público(s) a quem a mensagem se destina além de, preferencialmente, envolvê-los no processo:

não se pretende afirmar que somente o uso da comunicação estratégica gerará o sucesso. [...] se faz necessária uma visão geral dos diferentes elementos que entram em jogo, na implementação de uma estratégia na área social, com o fim de conseguir especificar concretamente quais desses elementos problemáticos serão resolvidos com uma estratégia de comunicação e quais com uma estratégia técnico operacional, de infra-estrutura, de tecnologias sociais, entre outras (STUDART-GUIMARÃES, 2002, p. 9).

Os estudos sobre *health communication* também são importantes para compreender a comunicação para a mudança de atitudes. Rimal e Lapinski (2009) explicam que a complexidade de comportamentos relacionados à saúde demandam intervenções baseadas em multidisciplinaridade. Os autores reforçam que toda informação recebida é processada por alguém e passa por prismas individuais e sociais e, por isso, o significado da comunicação vai depender de fatores como conhecimento, experiência, crenças, cultura, relações interpessoais e muito mais.

Todas essas considerações são importantes para frisar que não há intenção de fazer crer que os discursos governamentais chegariam às pessoas sem que elas filtrassem a informação. Um exemplo é trazido por Solano e Rocha que entrevistaram apoiadores fiéis, apoiadores críticos e ex-votantes arrependidos do presidente Jair Bolsonaro (segundo a classificação das próprias pesquisadoras): mesmo entre os mais fiéis, a maioria dos entrevistados discorda da postura do presidente ao se referir à COVID-19 como uma “gripezinha” (SOLANO, ROCHA, 2020).

Sendo assim, não se pretende analisar a comunicação como a Teoria da Agulha Hipodérmica, de Lasswell, propunha, na qual acreditava-se que todas as

mensagens poderiam gerar respostas sem encontrar resistência do receptor. Não, entendemos os impactos da bagagem subjetiva de cada pessoa na compreensão de uma mensagem. Ainda assim, consideramos que a comunicação governamental - unida às políticas públicas de redução do contágio - é importante para conscientizar a população a respeito da mudança de hábitos. Entende-se que ela deve vir sempre alinhada e comprometida com o que diz a ciência sobre o tema a fim de garantir resultados mais satisfatórios possíveis. Como diz, Vilaça e Palma, “as ciências (no presente caso, as biociências) podem não saber tudo, nem ‘muito’ (medida difícil de precisar) sobre o novo coronavírus e a COVID-19, mas o ‘pouco’ (idem) que elas saberiam é tudo que sabemos de relevante” (VILAÇA; PALMA, 2020, p. 80).

Da mesma forma, se o discurso de algum integrante do governo, como o presidente, está desalinhado com o discurso oficial do Ministério da Saúde, isso pode causar uma confusão nas pessoas e gerar desinformação. E, como vimos no exemplo da cloroquina, o presidente pode ditar, com ou sem intenção, aquilo que será discutido pela imprensa e pela população, não necessariamente determinando a opinião pública, mas pautando os tópicos a serem debatidos por ela.

4.2 NENHUM DISCURSO É NEUTRO, TUDO É UMA ESCOLHA

O que é o discurso se não uma escolha, embora nem sempre consciente, de palavras? Citelli explica que a palavra pode até ser neutra no dicionário, mas no contexto da linguagem vai além: expressa ideias, ideologias e cumprem um papel persuasivo (2002). Neste sentido, não há neutralidade e imparcialidade naquilo que falamos. As palavras que usamos são escolhidas por algum motivo. Vale questionar, então: por que os agentes da comunicação governamental escolhem uma ou outra palavra? E, mais, por que escolhem divulgar esta e não aquela notícia?

No dia oito de agosto de 2020, foram registrados 100.000 mortos no Brasil em decorrência do coronavírus. O ministro, até então interino, da saúde, Eduardo Pazuello, em reunião internacional na Organização Mundial da Saúde na semana, optou por omitir o fato e tratar o país como “líder em recuperados” (CHADE, 2020). É preciso frisar, porém, que para liderar em número de recuperados é necessário que muitas pessoas sejam contaminadas o que, inclusive, era fato: o Brasil naquele

momento era o segundo país do mundo com maior maior número de infectados. Escolher uma à outra narrativa não é casual. Citelli reforça:

Vale dizer, desde a escolha das palavras [...] até a organização das frases, passando pela escolha e disposição dos raciocínios e dos temas ao longo dos textos, percorremos um caminho de inúmeras possibilidades para se compor a ordem persuasiva e de convencimento dos discursos (CITELLI, 2002, p. 35 e 36).

No Brasil, para além da batalha contra o vírus, notou-se ao longo da pandemia uma disputa de narrativas, como explicam Henriques e Vasconcelos (2020). De um lado, a comunidade acadêmica e científica, de outro as autoridades políticas. Os autores explicam que essa disputa se mostrou muito forte em, principalmente, dois momentos: no nível de importância dada ao isolamento social e no nível de confiança no remédio cloroquina. Era de se esperar que, em um contexto de pandemia, as comunicações do governo estivessem de acordo com as descobertas científicas, mas isso nem sempre se provou verdadeiro.

A Organização Pan-Americana de Saúde recomenda o distanciamento como forma de reduzir o contágio: a diretora da organização, Etienne, afirmou que “o distanciamento social diminui a transmissão para que os serviços de saúde possam testar casos suspeitos, rastrear contatos e tratar e isolar pacientes” (PAHO, 2020, s/p); Valenti et al. analisaram a eficácia das medidas não farmacológicas (aquelas que independem de tratamentos medicamentosos), incluindo o distanciamento, e concluíram que ele é efetivo, “promovendo o isolamento de casos, diminuição de contato entre os indivíduos e redução no número de mortes relacionadas à COVID-19” (VALENTI et al, 2020, p. 165); o Ministério da Saúde reforça que a medida de distanciamento tem como objetivo principal “reduzir a velocidade da transmissão do vírus. Ela não impede a transmissão. No entanto, a transmissão ocorrerá de modo controlado em pequenos grupos (clusters) intradomiciliares” (BRASIL, 2020, s/p). Ainda assim, a estratégia de comunicação governamental brasileira se debateu em relação ao apoio ao distanciamento. Jair Bolsonaro repetiu inúmeras vezes que a medida não era efetiva ou que não podia ser adotada para não paralisar a economia, como veremos na análise de suas redes sociais.

Algo parecido aconteceu com relação à eficácia da cloroquina e hidroxicloroquina, medicamentos usados no tratamento da malária que foi ora criticado ora apoiado para o tratamento da COVID-19. A grande questão é que não há consenso científico a respeito de sua capacidade de tratar a nova doença:

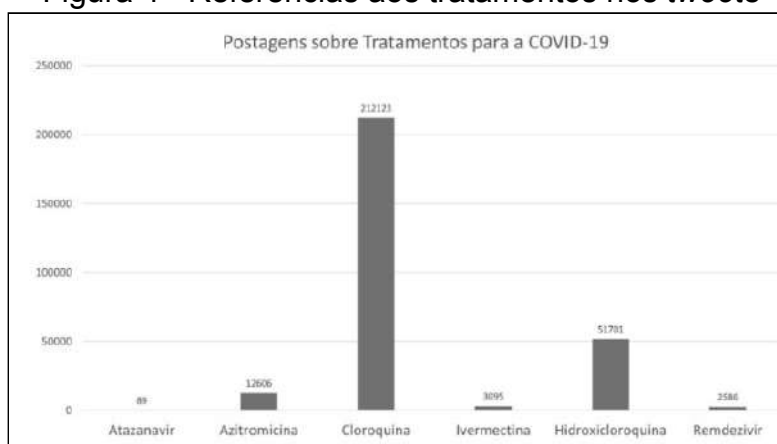
Dentre as preocupações, existem tanto as de que o medicamento não seja eficaz como (mais grave) as de que poderia trazer sérios comprometimentos à saúde dos indivíduos – sobretudo aos cardiopatas, uma vez que a cloroquina favorece alterações no ritmo cardíaco (HENRIQUES; VASCONCELOS, 2020, p. 35).

Porém, mesmo sem comprovação da eficácia do fármaco, o presidente Jair Bolsonaro comunicou variadas vezes em seus pronunciamentos e redes sociais que a cloroquina era confiável, inclusive corroborando que não há comprovação:

Fomos vendo, devagar, que existia-se uma sinalização que, se ministrando esse protocolo, as pessoas tinham muito mais chances de sobreviver. Aqui neste prédio, 200 e poucos servidores foram acometidos pela COVID-19. Pelo o que eu fiquei sabendo, a grande maioria - senão todos - usaram a hidroxicloroquina. Nenhum foi internado. Mais de 10 ministros pegaram a COVID-19 e se trataram - com receita médica - com hidroxicloroquina. Nenhum foi hospitalizado. A observação é que está dando certo. Eu sempre via no Mandetta que não tem comprovação científica. Eu sei que não tem. (TV BRASIL GOV, 2020, 50 min 25 s).

Uma análise das postagens do Twitter relacionados à pandemia feita por Xavier et al. (2020) revelou que entre os tweets que abordavam formas de tratamento, 75%, a grande maioria, fazia referência à cloroquina (Figura 4).

Figura 4 - Referências aos tratamentos nos *tweets*



Fonte: Xavier et al (2020).

Para criticar ou para defender, o medicamento estava dominando os tópicos discutidos pela população. Sobre isso, vale lembrar o que diz ORSI (2020) e que foi explicitado no capítulo 4 “#Comunicação: política, informação e credibilidade”: quando se trata de saúde, qualquer informação sem comprovação pode gerar problemas graves, inclusive vidas perdidas. Cabe considerar: e se o presidente tivesse destinado esses momentos que dedicou a defender a cloroquina para falar sobre a importância da lavagem das mãos, medida comprovada de prevenção contra a COVID-19 e outras doenças? Não é possível prever se algo teria sido diferente, mas é possível constatar a escolha de narrativas. Oliveira, em suas considerações sobre a neutralidade da ciência, deixa claro:

Com o conceito de imparcialidade podem ser formuladas duas teses sobre a ciência: uma normativa – a ciência *deve ser* imparcial –; outra descritiva, ou factual – a ciência *é* imparcial. A tese normativa por um lado pressupõe que a ciência *pode ser* imparcial, por outro ela é compatível com a negação, pelo menos até certo ponto, da tese factual, ou seja, o fato de a ciência às vezes se afastar do ideal de imparcialidade não implica que o ideal deva ser abandonado – da mesma forma, por exemplo, que o fato de o mandamento “não matarás” nem sempre ser obedecido não implica que ele deva ser revogado (OLIVEIRA, 2003, s/p).

O autor explica que, mesmo que em grande parte das vezes isso não ocorra, o ideal a ser percorrido é de que a ciência deve ser imparcial. Desse modo, se torna possível fazer críticas quando assim não o for. No nosso exemplo, a ciência deveria focar em encontrar os fatos acerca do medicamento e garantir a saúde da população, independentemente de interesses por trás do resultado. Em suma, tanto as pesquisas que se fazem a respeito da pandemia, quanto os usos que se fazem dela correspondem a escolhas, conscientes e intencionais ou não, de um ponto de vista específico sobre o que deveria importar nesse contexto. Isso, embora isso seja uma ocorrência comum, é passível de análises e críticas.

Além das controvérsias em relação à cloroquina e ao distanciamento social, acrescentamos um terceiro fator na disputa de narrativas, para além daqueles citados por Henriques e Vasconcelos: a falsa dicotomia entre economia e saúde. Desde o início da pandemia no Brasil, criou-se a sensação de que o cuidado com a saúde e com a economia eram inconciliáveis. Como vimos no tópico “#Pandemia:

compreendendo o coronavírus”, já em março, Jair Bolsonaro falava sobre voltar à normalidade para que o sustento das famílias pudesse ser preservado. A ideia geral era de que se as pessoas ficassem em casa, não conseguiriam pagar as contas. Como o dono e a dona do pequeno comércio, que teriam seu negócio temporariamente fechado, garantiriam a renda do mês? O questionamento não é absurdo. De fato, a pandemia, para além de uma emergência de saúde, criou problemas complexos para garantir o bom funcionamento da economia. No entanto, a nosso ver, uma gestão estratégica do problema deveria propor iniciativas para proteger vidas humanas ao mesmo tempo em que cria subsídios para garantir que as pessoas continuem tendo condições de se alimentar e viver com qualidade. O presidente chegou a comentar, como veremos nos posts analisados, que economia e saúde caminhavam juntos, no entanto, pedia a volta da normalidade, sabendo que as aglomerações nos ônibus, restaurantes, metrô, entre outros, poderia afetar a saúde. Isso já não é escolher uma a despeito da outra? O mesmo pode ser questionado quando Jair Bolsonaro culpa o isolamento social pela perda de empregos em suas redes sociais. Guanais, economista da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico, em entrevista para o UOL afirmou:

Com certeza as medidas de isolamento e quarentena implicam em redução da atividade econômica, com fortes perdas para os trabalhadores e as empresas. Mas eu penso que o dilema entre economia e saúde é falso. Para proteger a economia, é necessário controlar a disseminação do vírus. Sem controle, as perdas humanas, sociais e econômicas da pandemia são enormes. *Em última análise, o que impacta a economia é a pandemia, e não as medidas para controlar o vírus* (ECONOMIA UOL, 2020, s/p, *itálico nosso*).

Um exemplo de iniciativa que tenta de alguma forma conciliar economia e saúde, foi o auxílio emergencial, proposto inicialmente por Paulo Guedes, ministro da economia, para ser dado em parcelas de R\$ 200,00 por três meses e que foi aumentado para R\$ 600,00 a pedido dos parlamentares. O objetivo era dar subsídio para quem foi afetado economicamente pela pandemia, especialmente trabalhadores autônomos, e permitir que essas pessoas pudessem ficar mais em suas casas ao mesmo tempo em que reduzia-se as perdas econômicas. Ainda assim, para a população, o paradoxo economia/saúde seguia sem solução. No

campo da compreensão sobre a doença, seguir as medidas de isolamento parecia ser a derrocada da economia. Foi o que concluiu a pesquisa qualitativa de Solano e Rocha que entrevistou 27 brasileiros em profundidade. Após as entrevistas, as pesquisadoras reforçaram:

É possível dizer que o aparente impasse entre preservar vidas e a economia ao mesmo tempo enquadra o debate atual acerca das medidas a serem tomadas para conter a pandemia de COVID-19. A dicotomia não resolvida entre economia/saúde marca todas as falas. É praticamente impossível para as pessoas entrevistadas avançarem para além de tal enquadramento e apresentarem outras alternativas para lidar com a crise, permanecendo na proposição do isolamento vertical, do uso da cloroquina, medicamento cujo uso é defendido com ênfase por poucos entrevistados, e do recebimento do benefício de 600 reais durante três meses concedido pelo governo federal (SOLANO; ROCHA, 2020, p. 10).

Em suma, o que se falou a respeito dessas três grandes controvérsias da pandemia - economia/saúde, eficácia da cloroquina e a adoção ou não de medidas de isolamento social - esteve marcado pelo ponto de vista dos interlocutores. A análise objetiva dos fatores se mesclou, em vários momentos, por uma politização da discussão, confundindo a população e atrasando o alcance de informações precisas sobre a forma de conter a propagação do vírus que assolava o país.

4.3 INFORMAR OU MANIPULAR, EIS A QUESTÃO

No Dicionário Aurélio (2006), as definições possíveis da palavra “manipular” são: “preparar com a mão; preparar (medicamentos) com corpos simples; fazer funcionar; *dominar, controlar; levar alguém a pensar ou a agir como nos convém*” (p. 535, *itálico nosso*). Quando relacionamos os dois últimos conceitos com a mídia, isso nos dá a definição de manipulação midiática: usar os meios de comunicação para manipular as pessoas, induzindo-as a agir ou pensar de determinada maneira.

Guillamet (2018) afirma que a manipulação midiática é usada há muito tempo e não só para fins comerciais, mas também para fins políticos.

Vê-se a interpretação parcial de notícias, a mescla de informação e opinião, a construção interessada de títulos que distorcem o que está contido nas notícias e a apresentação ao público como resultados de investigações jornalísticas de dados e atos provenientes de filtros e construções

interessadas da parte, assim como campanhas midiáticas sistemáticas a serviço de objetivos comerciais e políticos (GUILLAMET, 2018, p. 27 e 28, tradução nossa⁷).

No nosso caso, cabe dizer que a mídia a que nos referimos não seria a imprensa, mas sim os canais de comunicação analisados. Compreender as formas de manipulação política é importante para basear a análise dos posts selecionados das redes sociais. Noam Chomsky afirma que há várias estratégias possíveis para realizar o que chama de propaganda e doutrinação. Uma das manipulações mais frequentes e comuns é a criação de um inimigo, real ou imaginário, que precisa ser combatido. O comunismo e todos aqueles que se opõem aos ideais do governo são frequentemente escolhidos para assumir esse papel. A ideia é fazer com que a população tema a “ameaça comunista” a ponto de estar tão encolhida e acovardada que não consegue sair do lugar (CHOMSKY, 2003b).

Manter as pessoas com medo e ódio, as incentiva a direcionar a raiva que sentem para um inimigo em comum, e as impedem de organizar-se e voltar-se contra o governo (HADASSA, 2019). Essa postura é uma forte característica do presidente Jair Bolsonaro já que, desde antes de sua eleição, ele repete que é preciso salvar a nação de uma ameaça vermelha. O líder do país já configurou como comunista a imprensa - quando disse que “a imprensa mundial é de esquerda” (POLÍTICA UOL, 2020) - e a própria Organização das Nações Unidas (ONU) - que, segundo ele, era um “local de reunião de comunistas” (BBC, 2019) -, além de muitas outras pessoas e instituições renomadas. Chomsky explica que esse tipo de atitude funciona para marginalizar as ideias da oposição, a fim de dificultar que a população questione e se organize (HADASSA, 2019). No caso do presidente do Brasil, é possível compreender o seguinte raciocínio: a imprensa é comunista, logo é uma ameaça e, por isso, não é confiável. Hadassa (2019) explica a tese defendida por Chomsky ao dizer que

aos que captam a manipulação e procuram mobilizar os demais para movimentos de contestação, luta e resistência contra as opressões e as

⁷ Véanse la interpretación parcial de noticias, la mezcla de información y opinión, la construcción interesada de titulares que distorsionan el contenido de las noticias y la presentación al público como resultados de investigaciones periodísticas de datos y hechos provenientes de filtraciones y construcciones interesadas de parte, así como campañas mediáticas sistemáticas al servicio de objetivos comerciales y políticos

injustiças, a horda de “intrômetidos” e “dissidentes comunistas”, a esta gente a propaganda precisou marginalizar, ainda que gradualmente (HADASSA, 2019, p. 34).

No contexto da pandemia, não foi só o medo do “comunismo” que se fez presente, mas também o medo do desemprego. Conforme vimos no capítulo 4.2 “Nenhum discurso é neutro, tudo é uma escolha”, as pessoas que defendiam a economia foram colocadas contra as que defendiam a saúde e vice-versa. Aqueles que eram contra o isolamento social reforçaram que, se ficássemos em casa para nos proteger contra o vírus, estaríamos fadados ao desemprego e à fome. O próprio presidente reforçou essa postura em vários momentos, como quando afirmou em seu Twitter que “além da pandemia, agora temos o *desemprego, fruto do ‘fecha tudo’ e ‘fica em casa’* [...]” (BOLSONARO, 2020, s/p, *itálico nosso*)⁸. Esse medo do caos seria um ambiente propício para desestimular o isolamento social.

Outra estratégia comumente adotada é a distração (HADASSA, 2019): uma certa atitude ou discurso pode pautar as discussões da população e da imprensa durante um certo período, dificultando os questionamentos sobre as ações do governo. Essa forma de manipulação está aliada à desinformação, que pode acontecer tanto pelo ocultamento de notícias ou de parte delas, mas também pelo excesso de informações - às vezes contraditórias entre si - que dificultam o conhecimento da população a respeito do que de fato está acontecendo:

Manter o público na ignorância, desinteressado, fora da tomada de decisões e alheio aos esquemas das elites são os primeiros propósitos da propaganda corporativa. Uma população despolitizada, estupidificada, domesticada, alienada e entretida com coisas superficiais, fragmentada, isolada e desorganizada não vai agir em defesa própria. O papel da propaganda é tentar interromper a livre associação de pessoas em questões essenciais acerca das condições que permeiam a vida em sociedade. É preciso dificultar o questionamento, a reflexão e o pensamento (HADASSA, 2019, p. 113).

Por fim, podemos citar como estratégia de manipulação o ataque ao chamado sistema de peritos, isto é, instituições e pessoas especialistas (no nosso caso, em saúde), que têm sua autoridade propositalmente deslegitimada por outra pessoa ou

⁸ Afirmação publicada em 12 de abril de 2020 no perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1249404019845541894>>. Acesso em 01 nov. 2020.

instituição. Machado et al., que pesquisaram a desinformação na pandemia no YouTube, explicam:

É comum que autoridades não científicas se valham de suas posições hierárquicas dentro da sua rede (religiosa, por exemplo) para questionar orientações do sistema de peritos (mídia, universidades, organizações internacionais, agências especializadas) e respaldarem teorias conspiratórias (MACHADO et al, 2020, p. 9).

Existe, ainda, uma vasta amplitude de formas de manipulação e o próprio trabalho de Chomsky revela camadas ainda mais profundas de propaganda política que não nos cabe explorar em detalhe aqui. No entanto, essas estratégias nos chamam a atenção porque foram utilizadas em alguns momentos nas redes sociais analisadas, como veremos a seguir.

5 #ANÁLISE: O QUE OS POSTS NOS MOSTRAM?

Partindo dos estudos teóricos, foi feita uma pesquisa para compreender a atuação da comunicação governamental na prática durante o período. Para isso, analisamos os perfis no Instagram do Ministério da Saúde e do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro. Eles foram escolhidos por atender ao objetivo de buscar discrepâncias entre o posicionamento oficial do governo e os discursos do presidente. Além disso, nos auxiliam a pontuar possíveis mudanças de estratégia comunicacional nas trocas de ministros e de identificar o compartilhamento de notícias falsas ou não comprovadas pelos governantes. O Instagram, em si, foi escolhido por ser uma rede social com forte característica imagética, possibilitando relacionar as imagens e fotos aos textos.

O período de análise foi do primeiro caso de COVID-19 no Brasil, marco da chegada da pandemia no país, até agosto, mês em que chegamos aos 100.000 óbitos pela doença. Neste tempo de seis meses, separamos, por mês, dois posts de cada perfil que diziam respeito ao tema, a fim de acompanhar as mudanças de tom ao longo do período. Esses posts foram escolhidos de acordo com o conteúdo, entendendo o que era adequado para a análise. É importante, então, esclarecer que

o estudo é exploratório e não tem a pretensão de englobar ou generalizar todo o posicionamento do presidente, nem do Ministério.

Cada post foi analisado pela união de duas metodologias complementares: a Análise do Discurso (AD) e a Leitura e Análise de Imagem. Para isso observamos as fotos, as legendas e, quando houve, os textos nas imagens, desmembrando elementos e percebendo as escolhas de palavras a partir do que foi explicado no referencial teórico sobre desinformação, neutralidade e manipulação midiática. Os posts são aqui analisados em ordem cronológica, comparando, mês a mês, o conteúdo do Ministério com o do presidente.

5.1 MINISTÉRIO DA SAÚDE x JAIR BOLSONARO: COERÊNCIA OU DISCREPÂNCIA

O perfil do Ministério no Instagram, @minsaude, conta com 2,4 milhões de seguidores⁹ e posta diariamente sobre diversos temas relacionados à saúde. Já em janeiro, antes do primeiro caso da doença no Brasil, o perfil lançava posts com atualizações sobre os casos do mundo. Essa postura ativa se fortaleceu após a confirmação da chegada da doença no país e, desde então, o compartilhamento de informações foi incessante. As outras pautas, como o combate à dengue, campanhas de vacinação, etc. seguiram acontecendo no perfil e uma identidade visual específica para os anúncios sobre a COVID-19 foi criada, com as cores verde branco e amarelo, o que poderia facilitar o reconhecimento de um post sobre o tema.

Já o perfil do presidente, @jairmessiasbolsonaro, conta com 17,8 milhões de seguidores, cerca de sete vezes mais do que o Ministério. Como é possível notar com os números de curtidas que os posts recebem, seus posts chegam a mais pessoas. O primeiro post sobre o tema na rede analisada veio em quatro de março, uma semana após o primeiro caso: era um vídeo com duração de 2 min. 24 s. de Marcos Ponte, ministro da ciência e tecnologia, falando sobre uma reunião com outros 10 ministros da ciência estrangeiros e contando como a pesquisa, a tecnologia e as inovações podem ajudar a combater a pandemia. Os posts sobre o

⁹ Todos os dados de seguidores, curtidas e visualizações foram colhidos entre os dias 31 de outubro e dois de novembro, podendo mudar com o passar do tempo.

tema no perfil presidencial são feitos, majoritariamente, usando uma foto do presidente e uma legenda com o discurso. Às vezes, é feito um *repost* de outros perfis.

5.1.1 Fevereiro

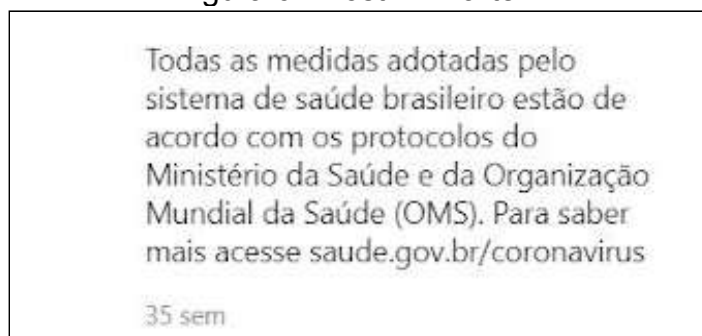
O primeiro post do Ministério no período de análise veio logo no dia de confirmação do caso e falava sobre isso, como é possível notar na Figura 5.

Figura 5 - Post 1 - Parte 1: primeiro caso



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

Figura 6 - Post 1 - Parte 2:



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

As figuras 5 e 6 se completam para evidenciar o primeiro post selecionado, que recebeu 23.440 curtidas. Como podemos observar, não foi usada foto, e sim uma arte com texto, anunciando a situação. O título passa a informação “Brasil tem primeiro caso confirmado de coronavírus em SP”. O segundo maior destaque, em laranja, evidencia que o Ministério está ciente do caso e segue acompanhando, mostrando uma postura ativa de preocupação.

A legenda reforça as informações transmitidas na arte, mas vale observar que, na última parte, há um fortalecimento do compromisso com os protocolos oficiais da Organização Mundial da Saúde (OMS) e um convite para saber mais no site. O post é informativo e transparente, com uma mensagem objetiva sobre o ocorrido.

No mesmo dia, foi lançado um post (Figura 7) reforçando as medidas de prevenção em um vídeo de 1 min. 6 s.

Figura 7 - Post 2: prevenção



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

O vídeo, que teve 118.228 visualizações e 12.868 curtidas, tem locução de uma mulher, que vai elencando as formas de se prevenir contra o coronavírus, ao

mesmo tempo em que essas dicas aparecem na tela, ilustradas e escritas. As orientações são: evitar contato com pessoas com sintomas de gripe ou doentes, lavar as mãos com frequência, usar lenços descartáveis para higiene nasal, cobrir nariz e boca ao espirrar e tossir, evitar tocar nos olhos, nariz e boca, lavar as mãos após tossir ou espirrar, não compartilhar objetos pessoais como talheres, copos e garrafas, manter ambientes ventilados e, se for profissional de saúde, atender casos suspeitos com Equipamentos de Proteção Individual. Tanto o vídeo quanto a locução são bem didáticos e tem foco em informar a população, promovendo a mudança de atitude para conseguir reduzir o contágio.

Como indicamos anteriormente, o perfil de Jair Bolsonaro não realizou nenhum post sobre o tema durante o mês de fevereiro e, por esta razão, não consta na análise mensal.

5.1.2 Março

No perfil presidencial, o primeiro post selecionado para a análise é de 13 de março (Figura 8).

Figura 8 - Post 3: “banana para você!”



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Com 833.289 curtidas, o presidente conta que seu teste para COVID-19, realizado no laboratório HFA/Sabin, deu negativo e que, portanto, ele não estaria com a doença. Vale observar o uso da terceira pessoa em “Sr. Pres. da República Jair Bolsonaro”, o que pode transmitir uma sensação de confiança: não é ele que está dando a notícia, e sim o laboratório. O que mais chama atenção, no entanto, é a foto escolhida.

Com destaque, aparece Jair Bolsonaro fazendo um símbolo de “banana”. Podemos ver que microfones aparecem, dando a entender que a foto foi tirada em um momento de entrevista para a imprensa. Ao analisar o uso do símbolo atrelado à legenda, uma problematização é possível: não estando com COVID-19, não está “nem aí” para isso e pode até fazer uma piada com a situação.

Alguns dias depois desse post, em 14 de março, o presidente fez um *repost* de um vídeo da Secretaria de Comunicação, isto é, compartilhou o post feito no perfil da Secretária em seu próprio perfil. A publicação evidencia as medidas de enfrentamento contra a pandemia que o governo estaria tomando (Figura 9).

Figura 9 - Post 4: prestação de contas



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

O post recebeu 445.205 visualizações e 53.872 curtidas e se trata de um vídeo com o título “Brasil contra o coronavírus”. Evidencia ações como o reforço de cinco mil médicos para a linha de frente de combate, a liberação de 75 bilhões de reais, por parte dos bancos, para crédito agrícola e outras iniciativas. Este tipo de postagem é interessante para reforçar a possibilidade de garantir a transparência das ações governamentais de forma acessível, sem que seja necessário buscar no Diário Oficial da União.

As redes sociais, aqui, aparecem como um canal de informação. Como mencionamos em capítulos anteriores, Castells (2003) afirma a importância disso ao dizer que, se houver boa vontade do governo, todas as informações públicas poderiam ser disponibilizadas on-line. Este é um bom exemplo disso.

No dia 19 de março, voltamos para o perfil ministerial. Nota-se a preocupação em incentivar as pessoas a ficarem em casa (distanciamento social), como podemos ver na Figura 10.

Figura 10 - Post 5: fiquem em casa!



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

O post, que teve 58.601 curtidas, mostra, com destaque, a frase: “fiquem em casa!”. O foco seriam os idosos, mas fica evidente na imagem que a orientação é válida para todos, vide a frase “as demais pessoas também devem fazer sua parte!”. Reduzir a circulação aparece, aqui, como uma das medidas para combater o coronavírus. Isso é relevante para compreender a disputa de narrativas citada no capítulo 4.2 “Nenhum discurso é neutro, tudo é uma escolha”, que evidenciou que o isolamento social foi um dos pontos de contradição entre Ministério e presidente. A legenda reforça a importância de seguir as orientações do Ministério para o isolamento.

O próximo post analisado ocorreu no perfil @minsaude no dia 23 de março (Figura 11).

Figura 11 - Post 6: situação do coronavírus I



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

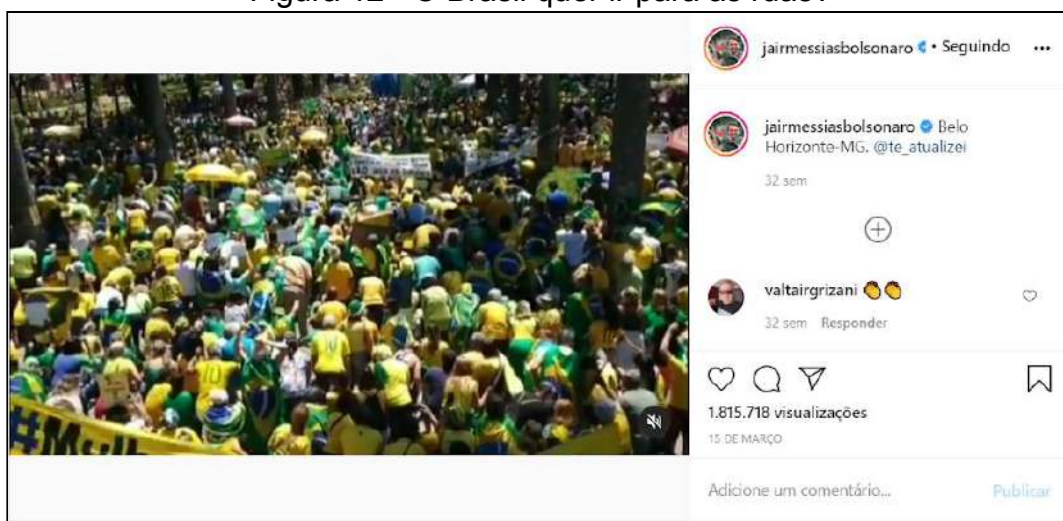
Notamos que, desde o primeiro caso, a atualização da situação do vírus se tornou uma editoria da página. Aproximadamente uma vez por semana, para os primeiros meses, um *print screen* de uma publicação do Twitter do Ministério era postado no Instagram. As informações contidas eram a data e hora da atualização, o

número de casos confirmados, a quantidade de óbitos e a chamada para o site oficial. A legenda chama para conferir as atualizações e convida para o site, onde é possível encontrar mais informações. Este post recebeu 50.318 curtidas.

Antes de analisar os posts de abril, faz-se necessário uma observação. No dia 15 de março, quatro dias antes do post “Fiquem em casa!”, feito no Instagram do Ministério, o perfil de Jair Bolsonaro fez 36 posts sobre as manifestações contra o isolamento. Os 36 vídeos e fotos mostravam carreatas e manifestações nas mais diferentes cidades e continham legendas simples como “Parnaíba/PI” ou “Belo Horizonte/MG”. Esses posts evidenciam a disputa acerca do isolamento oficial e tenta reforçar a ideia de que o povo apoia o presidente e não quer ficar em casa.

Contrariando o Ministério da Saúde, que sugeria o isolamento como medida de prevenção, o presidente tentava provar que sair de casa era o desejo do povo. Além disso, as imagens mostram aglomerações (fator de risco para o espalhamento da doença devido à alta concentração de pessoas), em sua maioria com camisetas verdes e amarelas, induzindo a crer que o Brasil está ali representado. A Figura 12 traz um exemplo de um desses posts.

Figura 12 - O Brasil quer ir para as ruas?



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020)

5.1.3 Abril

No mês de abril, o primeiro post selecionado é do presidente Jair Bolsonaro, postado no dia 12 (Figura 13).

Figura 13 - Post 7: a culpa é da imprensa



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020)

Com 314.828 curtidas, o post é um *print screen* de uma manchete do jornal Folha de S. Paulo: “Se governo não agir, pandemia pode até dobrar desemprego”. A legenda indica o descontentamento do presidente com a notícia: “Esse jornal apoiou ações daqueles que destruíram empregos e agora quer culpar o presidente da República pelas consequências”. As chamadas “ações daqueles que destruíram empregos” podem ser entendidas, pelo contexto, como o isolamento social apoiado por governadores, já que em outro momento, em 19 de abril, o líder compartilhou uma manchete parecida do jornal O Estado de São Paulo e comentou “essa mesma imprensa diz que é para todos ficarem em casa. A continuar o FECHA GERAL fica difícil saber o que nos espera” (BOLSONARO, 2020, s/p, grifo do autor).

Podemos relacionar esse post a algumas estratégias de manipulação citadas nos tópicos “Informar ou manipular, eis a questão” e “Nenhum discurso é neutro, tudo é uma escolha”. A primeira estratégia diz respeito ao ataque ao sistema de peritos, já que o presidente coloca a imprensa como contraditória, sem autoridade. A

segunda, é o da distração e acontece ao pautar a discussão da descredibilidade da imprensa para que os problemas maiores (desemprego e desenrolar da pandemia) não sejam o foco da discussão. A terceira, é a criação de um inimigo ao colocar a imprensa como a real culpada dos problemas, além de insinuar que ela está atacando o governo ao “culpar o presidente da república”.

O próximo post é do Ministério da Saúde e foi publicado no dia 14 de abril (Figura 14).

Figura 14 - Post 8: combatendo fake news



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020)

Com 14.336 curtidas, o post usa as cores da identidade visual relacionada ao coronavírus e é um exemplo da editoria “isto é *fake news*!” que, durante a análise, percebemos ser frequente desde o primeiro mês. Os posts deste tipo desmentiam notícias falsas que circulavam a respeito da doença. Neles, o Ministério também divulga um canal de Whatsapp, o “SaúdeSemFakeNews”, para o qual as pessoas podiam mandar mensagens recebidas e confirmar se era fato ou *fake*.

Este post foi selecionado para exemplificar que a luta contra as notícias falsas era uma constante. Neste exemplo, é desmentida a notícia de que o Ministério teria distribuído máscaras de uma só camada para os profissionais de saúde. No texto da arte e na legenda, é reforçado que somente máscaras com três camadas são

distribuídas por eles. O uso de *emojis* na legenda deixa uma linguagem mais próxima com o que é usado na internet e também ajuda a tornar a mensagem mais atrativa.

A editoria, no entanto, se encerrou no dia 31 de maio e pelos próximos cinco meses de análise não foi feito nenhum outro post desmentindo *fake news*. Este fato é interessante por ser muito improvável que as notícias incorretas tenham acabado. Não é possível confirmar, então, porque os posts sobre o tema pararam de ser compartilhados.

O próximo post também é do Ministério e foi feito no dia 19 de abril (Figura 15).

Figura 15 - Post 9: situação do coronavírus II



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020)

A publicação, com 51.351 curtidas, representa a primeira mudança na editoria “situação do coronavírus”, que traz atualização diária dos casos no país. No post 6, mostramos que as informações compartilhadas até então eram os números de casos e de óbitos. Mas a partir deste dia, inclui-se os pacientes internados e o número de recuperados. A mudança revela uma nova estratégia, que ocorreu com a saída do antigo ministro, Henrique Mandetta, e a entrada do novo, Nelson Teich.

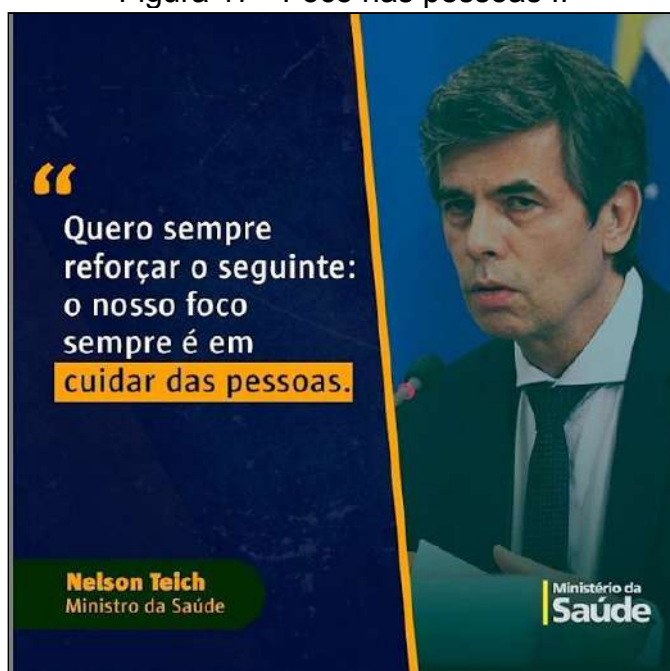
Evidenciar o número de recuperados é uma forma de reforçar que a gestão está cuidando das pessoas, o que, inclusive, era o mote do novo ministro. Evidenciamos esse 'slogan' com as figuras 16, 17, 18 e 19.

Figura 16 - Foco nas pessoas I



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

Figura 17 - Foco nas pessoas II



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

Figura 18 - Foco nas pessoas III



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

Figura 19 - Foco nas pessoas IV



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

As figuras 16 a 19 exemplificam essa mudança de estratégia do novo ministro. Se antes o principal foco parecia ser compartilhar informações de forma didática, a partir daqui já há uma preocupação maior em mostrar que o governo estava preocupado com as pessoas, com a saúde e com a recuperação - apesar de os posts informativos continuarem a acontecer. Em todas as figuras, vemos com destaque a palavra “pessoas” ao lado de “foco”, “ajuda” e “cuidar”.

O último post selecionado no mês é do perfil presidencial do dia 23 de abril (Figura 20).

Figura 20 - Post 10: #cloroquina



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

O post 10 se trata de um *print screen* de um *tweet* da Renova Mídia com a manchete “Brasil permite uso de cloroquina em pacientes com sintomas leves de Covid-19 - Renova Mídia” e o comentário “O Conselho Federal de Medicina autorizou a utilização de cloroquina e hidroxicloroquina em pacientes com sintomas leves a partir da confirmação do diagnóstico de Covid-19”. A legenda não traz nenhum comentário do presidente, apenas a marcação do perfil @renova_midia, responsável pelo post.

A publicação demonstra o que foi falado sobre a cloroquina ao longo dos capítulos anteriores: ainda que sem consenso científico, o presidente fazia posts

frequentes sobre o tema. No entanto, nos chama a atenção por representar uma estratégia de manipulação que apresentamos, na qual há uma interpretação parcial de notícias de acordo com um determinado interesse. Ao investigar um pouco melhor, é possível descobrir que o Conselho Federal de Medicina, de fato, divulgou um parecer acerca do tratamento de pacientes portadores de COVID-19 com cloroquina e hidroxiclороquina (CFM, 2020), no qual explora os desafios e possibilidades do medicamento no tratamento. No entanto, deixa bem evidente que há riscos no uso, inclusive citando a ausência de comprovação científica:

Apesar de haver justificativas para a utilização desses medicamentos, como suas ações comprovadamente anti - inflamatórias e contra outros agentes infecciosos, seu baixo custo e o perfil de efeitos colaterais ser bem conhecido, não existem até o momento estudos clínicos de boa qualidade que comprovem sua eficácia em pacientes com COVID-19 (CFM, 2020, p. 5).

Somente após explicar esses fatores é que a instituição deixa claro como, quando e por quem a cloroquina e a hidroxiclороquina podem ser indicadas. Nesse caso, então, a notícia não é falsa, mas é distorcida para mostrar apenas o que é de determinado interesse. E a distorção propositada fica ainda mais evidente ao constatar que o parecer do Conselho menciona outras tantas medidas de contenção, frisando que essas, sim, contam com evidências e citando, inclusive, o isolamento social, informação ocultada pelo presidente: “existem, portanto, muitas evidências relacionadas à prevenção da disseminação da infecção pelo coronavírus, à identificação precoce dos casos, ao *isolamento social* e ao cuidado aos pacientes com COVID-19 [...]” (CFM, 2020, p. 4, *itálico nosso*). O post foi curtido por 279.427 pessoas.

5.1.4 Maio

Para o mês de maio, o primeiro post analisado foi feito no dia nove, pelo presidente Jair Bolsonaro (Figura 21).

Figura 21 - Post 21: o caos se aproxima!



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Com 318.143 curtidas, diz respeito a um *print screen* de um *tweet* do próprio presidente. Nele, há o link de uma matéria anunciando a demissão de 1.800 funcionários e um comentário que contém a frase: “o caos se aproxima?”. Não há legenda associada ao post. Esse é mais um dos posts que evidencia uma característica de manipulação citada por Noam Chomsky: o medo. Em março de 2020, assim como em outros momentos, o presidente até chegou a afirmar que “o pânico é uma doença mais grave que o próprio vírus” e que não poderíamos levá-lo para a população (SOARES, 2020, s/p). No entanto, aqui o pânico é evocado pelo pavor do desemprego e da derrocada da economia.

Há, ainda, um outro fator a ser observado: o “exército” de desempregados é apresentado como uma consequência aleatória e não como o resultado de uma gestão governamental. A culpa é passada para o outro, um outro abstrato que não é citado, mas que está presente.

O próximo post está atrelado à nova mudança de ministro. Neste período, Nelson Teich havia deixado o cargo e o General Eduardo Pazuello havia assumido. Houve, então, mais uma alteração na editoria “situação do coronavírus” (Figura 22).

Figura 22 - Post 12: situação do coronavírus III



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

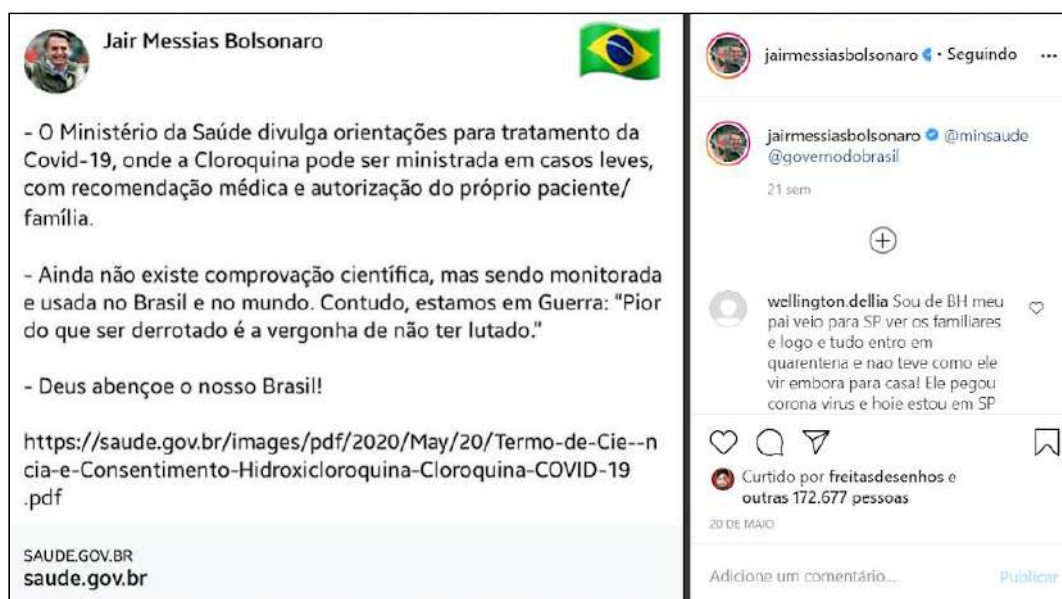
Post com 52.186 curtidas, deixa claro que a atualização diária dos casos e óbitos muda completamente de identidade visual e também de foco. O maior destaque está no título: “Placar da vida”, seguido da data. Os três *boxes* trazem as informações: número de casos, brasileiros salvos e os pacientes em recuperação. O número de casos aparece com menor destaque, visto que está em branco e com uma fonte pequena. O número de óbitos deixa de aparecer.

Como comentamos anteriormente, toda narrativa é uma escolha, assim como as palavras usadas para contá-la. O placar não é de atualização, é “da vida”. Na legenda, a primeira informação que aparece é o número de curados, seguida dos pacientes em tratamento e trazendo, por fim, o registro de infectados. É possível perceber, então, que a comunicação faz um esforço para provar a preocupação do Ministério com as pessoas. Isso se mostrava importante devido às críticas frequentes de que o governo não estava fazendo uma boa gestão. O *Washington*

Post, por exemplo, chegou a publicar uma matéria com o título “Líderes arriscam vidas ao minimizar o coronavírus. Bolsonaro é o pior.” (WASHINGTON POST, 2020, s/p).

O terceiro post analisado do mês é do perfil presidencial, feito no dia 20 de maio (Figura 23).

Figura 23 - Post 13: sem comprovação, com recomendação



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Marcando o perfil do Ministério e o do Governo do Brasil, o presidente traz um *print screen* do seu Facebook falando sobre as orientações para o uso do medicamento cloroquina e um link ao final. O link é um termo de consentimento que o paciente de COVID-19 e/ou a família deve assinar para que possa ser tratado com o remédio. Nele, explica-se que podem não ocorrer resultados positivos e que podem haver efeitos colaterais. No segundo parágrafo, a frase “ainda não existe comprovação científica, mas sendo monitorada [...]” deixa claro que o presidente sabe que não há comprovação, mas ainda assim apoia

Vale observar também, a escolha de palavras: “estamos em Guerra: ‘pior do que ser derrotado é a vergonha de não ter lutado” dando a entender que, na guerra contra o vírus, é preferível arriscar e errar do que não usar o medicamento por medo. A publicação foi curtida por 172.678 pessoas. A postura adotada se relaciona

com o quarto post analisado do mês, feito pelo Ministério da Saúde, no dia 21 de maio (Figura 24).

Figura 24 - Post 14: cloroquina chega ao Ministério I



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

O Ministério, que até então não falava sobre o medicamento, começa a divulgá-lo. A mudança pode estar relacionada a dois fatores: a chegada do novo ministro e à divulgação de um novo protocolo, que incluiu o medicamento para o tratamento em casos leves (AGÊNCIA BRASIL, 2020). O post teve 149.802 visualizações e 8.878 curtidas. Traz um vídeo em que a secretária de gestão do trabalho e da educação na saúde aborda a importância da nova orientação para garantir que todos tenham igual acesso a tratamento. Ela diz:

Com respeito ao princípio de equidade, aqui manifestado através da oportunidade de que todos os brasileiros possam receber dos seus médicos, nas unidades de saúde, essa medicação, nós podemos cumprir com as nossas garantias constitucionais e que possamos dizer aos brasileiros que estamos cuidadosos, atentos e fazendo o nosso papel para que todos os esforços no Brasil aconteçam para a redução das mortes, redução dos sofrimentos das famílias e garantia de acesso oportuno e precoce ao único tratamento que nós temos hoje em dia para essa doença (PINHEIRO, 2020, 1 min).

Seu discurso é transcrito ao lado do vídeo, facilitando a compreensão da mensagem para quem não pode ouvir. O título traz o foco para a divulgação nova

orientação, que é reforçado na legenda: “O @minsaude unificou orientações de tratamento para quem está com coronavírus. Essa nova orientação garante acesso igual e precoce ao único tratamento hoje disponível para a COVID-19”.

A partir do novo protocolo, mais posts foram feitos sobre a cloroquina além desse, como podemos ver no exemplo da figura 25.

Figura 25 - Cloroquina chega ao Ministério II

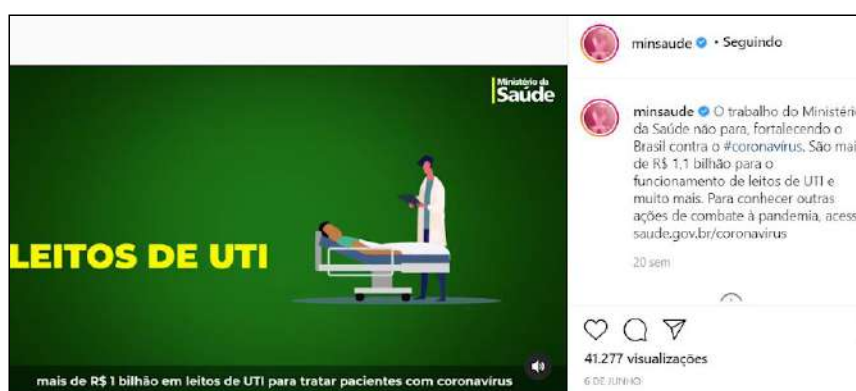


Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

5.1.5 Junho

No mês de junho, o primeiro post selecionado ocorreu no dia oito, no perfil do Ministério da Saúde (Figura 26).

Figura 26 - Post 15: Transparência



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

A publicação é um vídeo, visualizado 41.277 vezes e curtido por 1.805 pessoas, que esclarece algumas ações do Ministério frente à pandemia, usando ilustrações, textos escritos e locução com legenda. O que se fala é:

O Governo Federal já investiu mais de um bilhão de reais em leitos de UTI para tratar pacientes com coronavírus. São 7.774 novas unidades de terapia intensiva distribuídas por todo o país. Dois bilhões de reais foram enviados aos hospitais e santas casas filantrópicas. 2.651 ventiladores pulmonares foram comprados e enviados aos Estados. 41 bilhões de reais foram enviados para assegurar a saúde pública nos estados e municípios. 7,7 bilhões de reais exclusivos para combater a pandemia. Tratar as pessoas com coronavírus é uma das prioridades do governo do Brasil” e tem o título “Brasil cada vez mais forte no combate ao coronavírus (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020, 1 min).

Entendemos que esse tipo de publicação é muito importante para assegurar a transparência a respeito do investimento do governo brasileiro no combate à crise de saúde. É uma forma de levar a informação até as pessoas de forma proativa, sem que elas tenham que procurar. Do ponto de vista de reputação e imagem, a publicação ainda reforça a importância que o governo e o Ministério dão ao tratamento e cuidado das pessoas.

Também do dia oito de junho são as outras duas publicações selecionadas, que foram feitas no perfil presidencial (Figuras 27 e 28).

Figura 27 - Post 16: forças ocultas açoitam o presidente



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Print screen de um post de Facebook, postado sem legenda, em que o presidente afirma que as ações de combate à pandemia ficaram sob “total responsabilidade dos Governadores e dos Prefeitos”. Nesse caso, entende-se que os problemas causados pela crise sanitária seriam responsabilidade dos mesmos, e não dele. Nos dois parágrafos seguintes, Jair Bolsonaro explica algumas ações que realizou para combater os efeitos da pandemia, como alocar bilhões de reais no combate ao vírus e pagar o auxílio emergencial, explicado em capítulos anteriores.

Aqui também vemos a emanção de um inimigo que tenta boicotá-lo, ao dizer que “forças nada ocultas, apoiadas por parte da mídia, açoitam o presidente”. Conforme ele já havia dito em posts anteriores, a culpa de quaisquer consequências da pandemia não é de sua gestão, mas da articulação destas forças que o atacam. A fé em Deus é apresentada no último parágrafo. Essa publicação foi curtida por 358.092 pessoas.

Figura 28 - Post 17: revelação bombástica da OMS



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

A figura 28 apresenta um novo post do mesmo dia, em que Jair Bolsonaro publicou um *print screen* de um *tweet* feito por ele, compartilhando um link de uma matéria com a manchete “Nova revelação da OMS é bombástica: Pacientes

assintomáticos não contribuem para a propagação do vírus”. Ele comenta que “após pedirem desculpas pela Hidroxicloroquina”, a OMS concluiu que pacientes que não apresentam sintomas não têm potencial de infectar outras pessoas. Na legenda, ele marca o perfil do jornal que publicou a matéria, o Jornal da Cidade Online.

A notícia, porém, oculta um fato importante: Maria Van Kerkhove, a chefe do departamento de doenças emergentes da Organização Mundial da Saúde (OMS), que fez a afirmação, também havia dito que é preciso que haja um esforço do governo para isolar as pessoas que apresentam sintomas e que ainda é importante realizar mais estudos para encontrar uma resposta verdadeira sobre essas formas de transmissão (OLIVEIRA, 2020). Sendo assim, a ideia de que a fala de Kerkhove mudaria a importância do isolamento e a afirmação de que “milhões ficaram trancados em casa, perderam seus empregos e afetaram negativamente a Economia”, se mostra precipitada e corresponde à estratégia apresentada por Guillaumet (2018) e por nós referenciada no capítulo 4.3 “Informar ou manipular, eis a questão”, na qual se filtra informações para interesses próprios, apresentando uma notícia parcialmente.

Além disso, a afirmação de que a OMS pediu desculpas pela hidroxicloroquina, segundo a rádio CBN, é falsa. A jornalista Roberta Pennafort disse ter entrado em contato com a agência da Organização Mundial da Saúde para questionar essa informação e esclarece que o medicamento continuava a não ser recomendado devido à falta de evidências científicas, mas que devia-se respeitar a soberania do país para decidir a conduta a ser seguida (PENNAFORT, 2020). A legenda de Jair Bolsonaro, então, também seria baseada em uma distorsão. O post foi curtido por 543.343 pessoas.

O último post selecionado no mês vem do perfil ministerial e foi postado no dia 18 (Figura 29).

Figura 29 - Post 18: situação do coronavírus IV



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

O post dá continuidade às mudanças ocorridas nas publicações sobre a situação da pandemia no país. A partir desta data, o placar da vida muda seu formato mais uma vez. Com as mesmas cores, os óbitos voltam a aparecer e as informações agora são apresentadas em relação com outros países. O maior destaque, após o título, é o número de brasileiros salvos, seguido dos pacientes em recuperação. O número de recuperados é reforçado no canto esquerdo, mas ali aparece em comparação com outras nações. Ao lado direito, fora dos *boxes*, estão o número de infectados e o número de óbitos por milhão de habitantes - ambos em um *ranking*. A publicação recebeu 19.461 curtidas.

Na legenda, a primeira chamada é para acompanhar o Painel do Coronavírus, que contém atualizações diárias, seguido do reforço de pacientes recuperados e finalizando com o mote: “ninguém ficará para trás”, que também é usado no texto da imagem. Essa identidade foi usada até que uma nova mudança ocorreu - a qual veremos em breve. Seguimos vendo, então, a busca por uma mensagem mais “palatável”, que dê enfoque para os recuperados e salvos, e não para o número de infectados.

5.1.6 Julho

Em julho, no Ministério, o foco nos recuperados continua, como é possível notar na Figura 30.

Figura 30 - Post 19: Mais de um milhão!



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

Publicado no dia oito de julho, o post recebeu 21.859 curtidas e comemora que, no país, já são mais de 1 milhão de recuperados da COVID-19. A legenda começa com “Mais de um milhão!”, celebrando o fato de que o Brasil é o maior país em número de recuperados no mundo, mesmo não sendo o maior índice de casos confirmados. Observa-se a busca por evidenciar que o governo tem feito sua parte para salvar pessoas, visto que mais posts com mensagens parecidas foram feitos na mesma época.

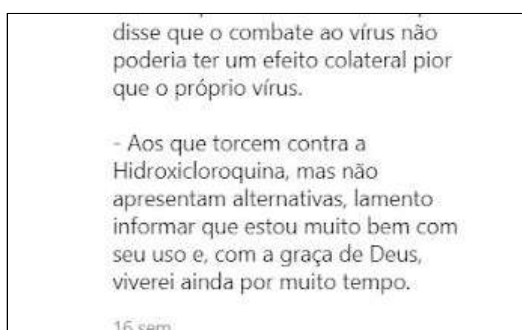
No mesmo dia, foi feito um post no perfil de Jair Bolsonaro (Figuras 31 e 32).

Figura 31 - Post 20 - Parte 1: Nenhum país no mundo fez como o Brasil



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Figura 32 - Post 20 - Parte 2: Nenhum país no mundo fez com o Brasil



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Com 1.177.916 curtidas, o post mais curtido dentre todos os aqui analisados, a foto mostra o presidente tomando um café da manhã simples, levantando sua xícara e sorrindo. Na época, o presidente havia divulgado que estava contaminado com o coronavírus. Com a legenda, ele reforça algumas ações do Governo para combater a pandemia. Algumas coisas, no entanto, chamam atenção: o primeiro parágrafo soa como um elogio ao isolamento social que, até então, ele criticava duramente: “todas as medidas de isolamento [...] sempre visaram retardar o contágio”. Em seguida, reforça a importância do auxílio emergencial e afirma que “preservamos vidas e empregos sem propagar o pânico”, ainda que alguns post

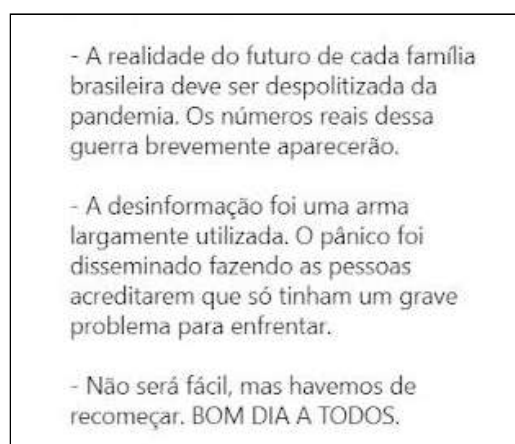
atrás, como vimos, ele tenha considerado que havia um “exército de desempregados” resultante do isolamento. Por fim, reforça que está se curando com a hidroxicloroquina. As palavras “aos que torcem contra a hidroxicloroquina” faz parecer que quem é contra o uso do medicamento o faz por uma questão de torcida, e não de ciência. Seu sorriso na foto reforça a ideia de que alguém saudável, simples e feliz.

Figura 33 - Post 21 - Parte 1: a hora da verdade!



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Figura 34 - Post 21 - Parte 2: a hora da verdade!



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

As figuras 33 e 34 mostram um novo post, feito quatro dias depois e que recebeu 860.956 curtidas. Aqui, a foto é uma *selfie*¹⁰ sem filtros em que ele veste uma camisa de time. A imagem transmite a ideia de transparência, como se estivesse dizendo: “estou aqui sendo eu mesmo, sem poses”. A legenda reforça essa intenção, visto que começa com a frase: “A hora da verdade”, em caixa alta. A verdade, então, não viria da imprensa, das instituições, da população, e sim do presidente que, de cara limpa, se abre em suas redes sociais.

Logo após o título, a legenda entra em contradição com o último post analisado e o presidente afirma que milhões de empregos foram destruídos e que havia dezenas de milhões de informais sem renda. No segundo parágrafo, ele evidencia que “a situação só não está pior pelas ações do Governo Federal que foi ao socorro”. Aqui, podemos relacionar com a ideia, citada no post 16, de que há forças que vão contra o governo e tentam derrubá-lo, mas que as ações conseguiriam impedir um caos maior. Ele volta a trazer à tona o problema do pânico, que não poderia ser maior que o próprio vírus, embora ele mesmo reforce o medo, chamando a situação de “guerra”.

Figura 35 - Post 22: situação do coronavírus V



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

¹⁰ Fotografia que uma pessoa tira de si mesma.

A figura 35 representa o último passo da editoria “situação do coronavírus” - durante o período de análise. Essa publicação recebeu 2.420 curtidas.

A partir do fim do mês, o placar da vida deixa de existir no perfil do Ministério e é substituído por este formato. Diariamente, um post convida para conferir as informações do dia no site e nenhum número aparece na imagem ou na legenda. Para ver o número de infectados, de óbitos ou de recuperados, é necessário entrar no site. Sobre isso, vale considerar que o usuário precisa digitar a URL no navegador se quiser acessar o site, já que o Instagram não permite que se clique no link, o que dificulta ainda mais o acesso.

5.1.7 Agosto

Em agosto, o primeiro post selecionado foi feito no dia sete, pelo perfil ministerial (Figura 36).

Figura 36 - Post 23: Brasil cada vez mais forte



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

O post é o exemplo de uma editoria que também nos chamou a atenção, chamada “Saúde do Brasil cada vez mais forte”. Essas publicações seguem uma

identidade visual padrão com uma foto ou ilustração, o título e uma lista de ações do Governo Federal no combate à pandemia. Neste caso, há a foto do presidente e do ministro, ambos de máscara, assinando um documento. A legenda esclarece: “a assinatura do presidente Jair Bolsonaro para viabilizar recursos para produção da vacina contra a #Covid19”. O post recebeu 4.254 curtidas.

Observamos que essa publicação poderia ser um exemplo de uma das orientações da Lei de Acesso à Informação, citada no capítulo 3 “#Internet: ferramenta estratégica para a comunicação governamental”: “divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações”. O Ministério, proativamente e com alguma frequência, vem a público divulgar ações e investimentos governamentais.

Nota-se a continuidade da tática em reforçar o compromisso do Ministério e do governo no enfrentamento ativo da pandemia, trazendo dados e informações como provas.

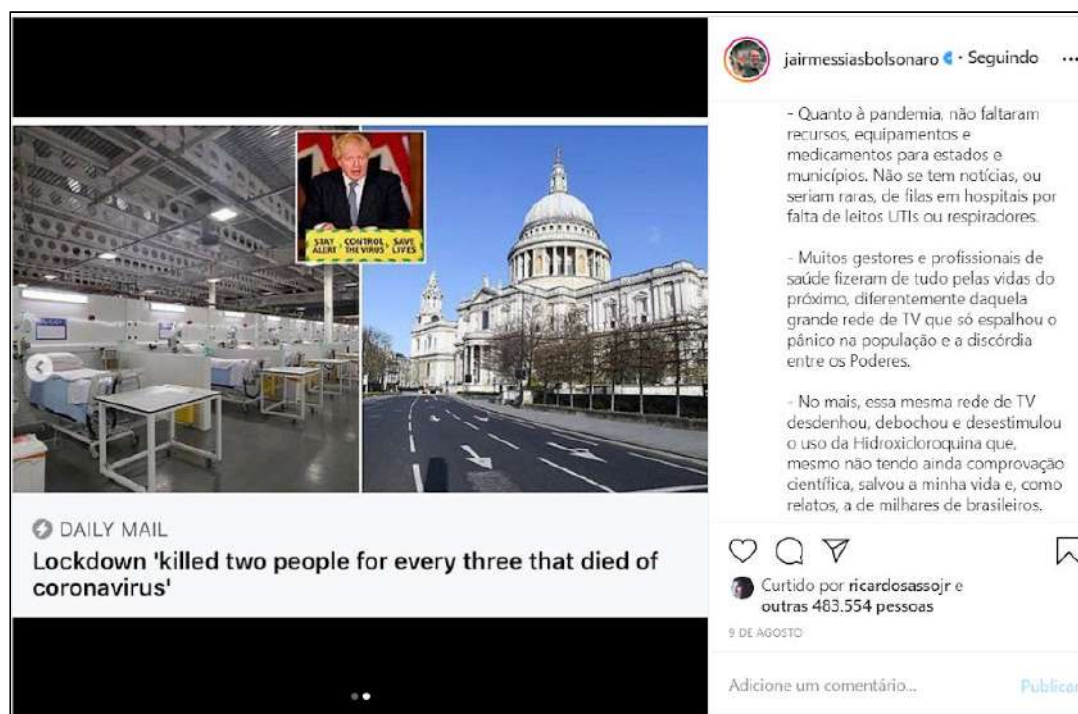
As figuras 37, 38 e 39 mostram o próximo post da análise.

Figura 37 - Post 24 - Parte 1: lockdown mata?



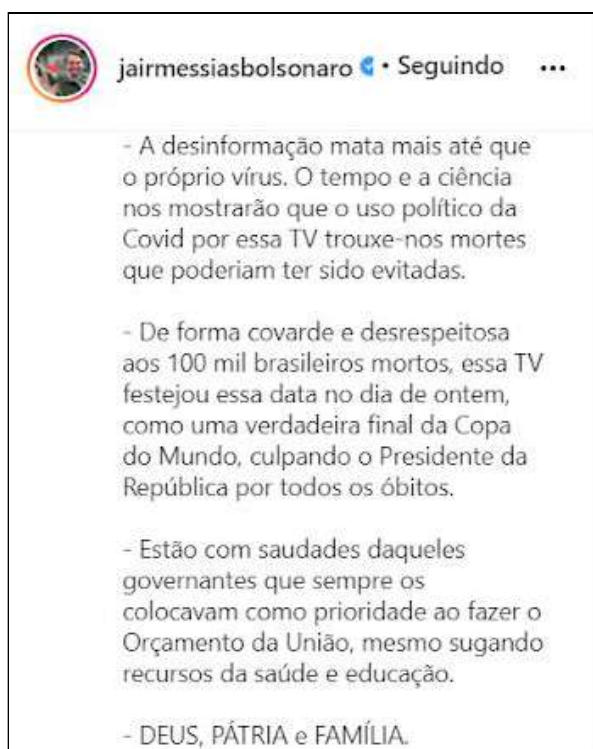
Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Figura 38 - Post 24 - Parte 2: lockdown mata?



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Figura 39 - Post 24 - Parte 3: lockdown mata?



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

A publicação, que recebeu 483.555 curtidas, foi feita no dia nove de agosto, um dia após a notícia de que o Brasil havia chegado em 100.000 óbitos. Dividimos em três figuras para que todos os seus elementos pudessem ser visualizados. Se trata de uma galeria composta por duas fotos: a primeira, mostra o presidente na chuva com a mão ao peito esquerdo e semblante sério. Ela transmite a ideia de seriedade e patriotismo, além de mostrar alguém que não foge frente aos obstáculos e que, mesmo na chuva, permanece em sua postura servil ao país. A segunda, é o *print screen* de uma matéria do jornal inglês *Daily Mail*, que afirma que “lockdown matou duas pessoas para cada três que morreram de coronavírus”. Antes de analisar a legenda, é preciso explicar o contexto da matéria compartilhada.

Escrita pelo jornalista Danyal Hussain, a matéria calcula que, no Reino Unido, 16.000 pessoas haviam morrido em cinco semanas, enquanto os hospitais estavam fechados para lidar com a COVID-19. Nesse mesmo período, 25.000 pessoas teriam morrido devido ao vírus em si. Os dados, conta o jornalista, seriam de uma pesquisa realizada pelos *Department of Health*, *Office for National Statistics (ONS)*, *Government Actuary's Department* e o *Home Office*, obtidos durante julho (HUSSAIN, 2020). No entanto, este é mais um daqueles casos em que a notícia, embora não seja falsa, é filtrada conforme interesse, dando foco para um dado e omitindo outros. A pesquisa completa é encontrada no site do ONS e analisa os “impactos do coronavírus na mortalidade e morbidade da Inglaterra”. Com a leitura, podemos observar uma importante omissão de informações:

Embora esses impactos negativos na saúde pelo lockdown excedam os impactos da COVID-19 diretamente, eles são muito menores do que o impacto estimado para o cenário em que essas medidas não estão colocadas; sem essas mitigações, o impacto direto das mortes por COVID-19, tanto na mortalidade quanto na morbidade, seriam muito maiores - e aproximadamente 439.000 mortes a mais resultantes da COVID-19, e 3.000.000 de perda de QALYs¹¹. (ONS, 2020, s/p, tradução nossa¹²).

¹¹ “QALYs” seria algo como “anos de vida ajustados pela qualidade”. Uma medida para avaliar ônus de determinadas doenças. Neste caso, compreende-se que quanto maior a perda de qualidade de vida durante o lockdown, mais QALYs são perdidos. O mesmo vale para a perda de qualidade de vida em decorrência da COVID-19.

¹² While these negative health impacts of lockdown exceed the impacts of COVID-19 directly, they are much smaller than the negative impacts estimated for a scenario in which these measures are not in place; without these mitigations, the impact of direct COVID-19 deaths alone on both mortality and morbidity would be much higher – an estimated 439,000 excess deaths resulting from COVID-19, and 3,000,000 QALYs lost.

A matéria do Daily Mail omite essa informação, tal como o post do presidente, levando a uma conclusão errônea de que os impactos do lockdown foram piores do que os benefícios trazidos por ele. Essa tática é citada por Guillaumet (2018), conforme vimos, na qual informações são apresentadas como se fossem resultados de investigações jornalísticas, quando, na verdade, são provenientes de filtros e interesses. Considerando que o presidente foi contra o isolamento social desde o início da pandemia, essa conclusão é vantajosa para levar a crer que ele estava certo.

Em relação à legenda, vale frisar alguns pontos para além disso. Ao dizer que “No Brasil, mesmo ainda sem dados oficiais, os números não seriam diferentes”, vemos uma postura análoga a do post 13 em que o presidente dizia claramente que não havia comprovação científica para o uso da hidroxicloroquina e, ainda assim, recomendava. Desconsiderar o papel da ciência e de metodologias específicas para afirmações tão sérias em relação a saúde pode ter consequências graves, como vimos no capítulo 4 “#Comunicação: política, informação e credibilidade”. Logo abaixo, é interessante notar a escolha de palavras para lamentar as vidas perdidas: “lamentamos cada morte, seja qual for a causa, como a dos 3 bravos policiais militares executados em São Paulo” que dá a entender que toda vida importa, mas que todas as causas de morte têm o mesmo peso, tirando o foco da pandemia.

Mais uma vez, é emanado aqui um inimigo, a imprensa conspiratória. A frase “aquela grande rede de TV que só espalhou o pânico entre a população” entra em comparação com “muitos gestores e profissionais de saúde fizeram de tudo pelas vidas do próximo”, indicando que a grande rede de TV não só não teria feito o possível para salvar vidas, como também teve responsabilidade nas consequências da pandemia, causando o pânico. Mais uma vez, o presidente cita a hidroxicloroquina, deixando claro que ela não tem comprovação científica, mas acreditando nos “relatos” que mostram que o medicamento teria salvado “milhares de brasileiros”. “O uso político da Covid por essa TV” aparece como responsável pelas mortes que, ele mesmo diz, poderiam ter sido evitadas. Ao final, Deus, pátria e família são evocados.

Outro post selecionado é do dia 24 de agosto (Figura 40).

Figura 40 - Post 25: 115 mil mortes



Fonte: Instagram Jair Bolsonaro (2020).

Com 1.267.839 de visualizações e 231.216 curtidas, a publicação é um vídeo de 1 min. e 50 s. na qual Bolsonaro faz o seguinte discurso para os profissionais de saúde:

Eu aprendi, também, no meio militar que pior do que uma decisão mal tomada é uma indecisão. Vocês salvaram, sim, no meu entendimento, muitas, milhares e milhares de vidas pelo Brasil. E se a hidroxicloroquina não tivesse sido politizada, muito mais vidas poderiam ter sido salvas dessas 115 mil que o Brasil chegou nesse momento. Então, agora quero agradecer aos senhores, cumprimentá-los pela decisão tomada lá atrás. E uma coisa é certa: dos fracos covardes e omissos, a história jamais se lembrará. Nós nos lembraremos sempre de todos vocês. Muito obrigada por esse momento (palmas). Deus nos colocou aqui e, ao lado dele, nada é impossível, tudo é possível. E vocês marcaram, nesse momento difícil, para o mundo, uma posição de coragem e de altivez. Estou muito orgulhoso e feliz por vocês todos estarem aqui. Meu muito obrigado a todos, mais uma vez (BOLSONARO, 2020, 1 min 50 s).

A homenagem aos profissionais de saúde é extremamente importante, considerando o árduo trabalho que foi feito por eles durante a pandemia. O reconhecimento de que eles salvaram “milhares e milhares de vidas”, vindo do líder

da nação, é uma forma de agradecê-los e homenageá-los, reforçando a importância desses profissionais para momentos como esse. Em comparação com os “fracos, covardes e omissos”, os profissionais são apresentados como pessoas corajosas e proativas, que agiram para salvar vidas e, por esse feito, serão lembrados.

Além da homenagem, no entanto, duas coisas chamam a atenção. Ao falar sobre a perda de 115 mil vidas, Jair Bolsonaro volta a encontrar um culpado que, aqui, é a “politização da hidroxicloroquina”. Segundo ele, muitas dessas vidas teriam sido poupadas se o medicamento tivesse sido mais usado, embora, precisamos lembrar, o novo protocolo do Ministério da Saúde já permitisse e regulamentasse o uso do medicamento.

Na legenda, Bolsonaro reforça a expressão que usou sobre os fracos, covardes e omissos, mas acrescenta uma nova afirmação: “a demagogia política custou empregos e vidas”. Não é explicitado de quem seria essa demagogia mas fica evidente que, seja quem for, é o responsável pelas vidas e empregos perdidos.

O último post selecionado para a análise foi feito no perfil do Ministério da Saúde no dia 28 de agosto (Figura 41).

Figura 41 - Post 26: #NãoEspere



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

A publicação é um exemplo do novo conceito adotado no mês pela comunicação governamental no perfil, o #NãoEspere, e recebeu 11.572 curtidas. Na

imagem, vê-se fotos de pessoas diferentes representando os sintomas. Mais posts com este conceito foram feitos durante o mês e todos seguiram essa identidade visual, com esses tons de azul e verde. A legenda reforça que, ao perceber qualquer sintoma de COVID-19, deve-se procurar um médico. Essa estratégia substitui a orientação antiga: antes, era recomendado procurar um médico apenas em caso de falta de ar, para evitar que casos simples ocupassem vagas dos hospitais e acabassem gerando uma superlotação do Sistema de Saúde. A partir do mês de agosto, a orientação seria procurar um médico diante dos primeiros sintomas, a fim de iniciar o tratamento mais cedo e evitar óbitos. A comunicação, não sendo a única responsável do controle da pandemia, é apoio para a nova estratégia de saúde.

Neste período, o perfil alterou sua foto de perfil, reforçando a chamada “Não espere”, como é possível ver figura 42.

Figura 42 - Nova foto de perfil



Fonte: Instagram Ministério da Saúde (2020).

A foto de perfil é uma forma interessante de reforçar a mensagem para qualquer um que visite a página ministerial em busca de informações. O conceito escolhido, direto e curto, deixa claro a nova orientação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, foi possível analisar como as redes sociais governamentais comunicaram a pandemia no país durante o seu desenrolar, além de constatar que ocorrem ruídos e que, sendo a comunicação governamental decisiva para a conscientização do público, suas falhas podem impactar negativamente uma crise de saúde. No entanto, não é possível mensurar com precisão quais impactos foram esses.

A pesquisa teórica indicou que duas funções eram prioritárias da comunicação governamental durante a pandemia de coronavírus: mostrar o que o governo estava fazendo para salvar vidas e reduzir o contágio de forma transparente; e conscientizar as pessoas a respeito das formas de prevenção e das novidades sobre a doença. Observar os perfis do Instagram de Jair Bolsonaro e do Ministério da Saúde nos possibilitou entender como essas funções ocorreram ou deixaram de ocorrer.

Os posts analisados deixaram claro discrepâncias entre o posicionamento oficial do governo e os discursos do presidente, como no caso do apoio/crítica ao isolamento social. Também identificamos o compartilhamento de notícias falsas ou não comprovadas pelo presidente, caso das menções ao suposto impacto negativo do lockdown e da transmissão da COVID-19 por assintomáticos.

A análise ainda nos indicou que houve, sim, mudanças de estratégias comunicacionais nas trocas de ministros. Na troca de Luiz Henrique Mandetta por Nelson Teich, vimos a adoção do conceito “foco nas pessoas”, que foi reforçado nos posts do período. Já na troca de Nelson Teich pelo General Eduardo Pazuello, vimos a mudança dos posts de situação do coronavírus, que passaram a se chamar “placar da vida” e traziam o foco para o número de brasileiros recuperados. A campanha “não espere” também ocorreu nesse período.

Concluimos que, embora o Ministério da Saúde tenha adotado estratégias relevantes no que diz respeito à conscientização sobre a doença, à transparência sobre as ações governamentais, à atualização frequente da situação da pandemia e ao combate de fake news; a contradição com o perfil presidencial, que tem potencial

para alcançar cerca de sete vezes mais pessoas, gerou mensagens confusas, incompletas e por vezes contraditórias. Em relação aos posts de atualização da situação do coronavírus, o que seria uma ação de proatividade e transparência se tornou um mero protocolo a partir do momento em que se fez do post uma chamada para o site.

Se, como nos indicou Kunsch (2012), a comunicação governamental tem papel de amenizar os problemas cruciais da população, caso da saúde, a análise indicou que, como alertou Duarte (2018), em alguns momentos ela foi usada para a manutenção do poder. E, ainda que seja de se esperar que os perfis políticos, em razão de futuras eleições, objetivem a aprovação pública, o uso de informações falsas ou distorcidas no perfil de Jair Bolsonaro é injustificável.

Em seu perfil, o medicamento hidroxicloroquina recebeu muito mais espaço do que a prevenção e, como vimos, este tipo de tratamento foi o mais comentado no Twitter, segundo Xavier et al. (2020). Isso nos mostrou que as falas do presidente têm impacto no que a população conhece e discute - seja para defender ou para criticar - e nos fez refletir sobre um cenário em que o líder dedicasse este espaço para reforçar formas de prevenção, como a higiene das mãos. No entanto, nenhum post sobre medidas de higiene e contenção foi feito no Instagram de Bolsonaro durante o tempo de análise.

O fato de haver 36 posts do presidente mostrando aglomerações em protestos a seu favor e contra o isolamento social evidencia que foi feita a escolha por uma narrativa que provasse que ele tinha aprovação popular, a despeito do bom exemplo. Isso, junto à análise dos outros posts, nos permitiu investigar algumas estratégias de manipulação, com base nas contribuições de Noam Chomsky (2003b), Hadassa (2019) e Guillamet (2018). Foram os casos do uso de manchetes distorcidas, da apresentação da imprensa como inimiga a ser combatida e da fomentação de um medo de que o isolamento gerasse caos e desemprego.

Embora a neutralidade absoluta da comunicação seja algo difícil de alcançar - e talvez até indesejável -, em um cenário de crise de saúde, cada decisão precisa estar atrelada à ciência e ser o mais independente possível de opiniões pessoais. Sendo assim, compreendemos que, independentemente da estratégia adotada pelos especialistas responsáveis (a adoção ou não do isolamento social, o incentivo ou

não da máscara de pano, o uso ou não da hidroxicloroquina), o estabelecimento de uma comunicação coerente em todos os canais e partindo de todos os porta-vozes, tal como a emissão de mensagens diretas e coordenadas em ambos os perfis e a definição da população como público prioritário poderiam ter amplificado a conscientização sobre a doença. O alto alcance do perfil do presidente poderia ter sido aproveitado para a transparência de informação e para incentivar a mudança de atitudes pela prevenção.

Em relação às redes sociais e à internet no geral, o uso é estratégico e a amplitude de possibilidades que elas oferecem abre portas para uma comunicação governamental mais próxima, clara e proativa, desde que haja interesse por parte dos responsáveis. No entanto, seu potencial de rápida disseminação também possibilita uma grande visibilidade de notícias distorcidas com o uso de manchetes sensacionalistas, quando elas acontecem.

Enquanto crise de relações públicas, a pandemia ofereceu um desafio para a comunicação governamental, colocando reputações em cheque. Porém, é preciso lembrar que ela serve ao interesse público, que deve ser priorizado antes de qualquer estratégia de manutenção de imagem. Para a teoria e a prática de comunicação governamental, espera-se que as contribuições do presente trabalho sejam base para pensar soluções por uma comunicação pública que sirva mais à população e menos aos interesses pessoais.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. La invención de una epidemia. In: AGAMBEN et al. **Sopa de Wuhan: pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemias**. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio): S/I, p. 17-19, 2020.

AGÊNCIA BRASIL. Ministério da Saúde apresenta novo protocolo para uso da cloroquina. Brasília, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-05/ministerio-saude-apresenta-novo-protocolo-para-uso-cloroquina>. Acesso em 01 nov. 2020.

ALCOFORADO, M. et al. Espiral da verdade. **Consumoteca Lab**: São Paulo, 2019.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em 13 set. 2020.

BBC News Brasil. **Brasil é destaque no mundo por não divulgar dados de mortes por covid-19**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52967730>. Acesso em 26 set. 2020.

BBC News Brasil. **‘Local de reunião de comunistas’: o que Bolsonaro e aliados já disseram sobre a ONU**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-49796517>. Acesso em 02 nov. 2020.

BERARDI, F. B. Crónica de psicodeflação. In: AGAMBEN et al. **Sopa de Wuhan: pensamento contemporáneo en tiempos de pandemias**. ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio): S/I, p. 35-54, 2020.

BOLSONARO, J. M. A divulgação dos dados de 24 horas permite acompanhar a realidade do país neste momento e definir estratégias adequadas para o

atendimento a população. A curva de casos mostram as situações como as cenários mais críticos, as reversões de quadros e a necessidade para preparação. Brasília, 06 jun. 2020. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1269241298801831937>. Acesso em: 01 nov. 2020.

_____. Além do vírus, agora também temos o desemprego, fruto do "fecha tudo" e "fica em casa", ou ainda o "TE PRENDENDO". Para toda ação desproporcional a reação também é forte. O Governo Federal busca o diálogo e solução para todos os problemas, e não apenas um. Brasília, 12 abr. 2020. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1249404019845541894>. Acesso em: 01 nov. 2020.

_____. Perfil no Instagram: @jairmessiasbolsonaro. **Instagram**. S/l, s/d. Disponível em: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro/?hl=pt-br>. Acesso em 01 nov. 2020.

BONFIM, M. V. J. Lei de Acesso à Informação: elementos para uma discussão sobre discurso, poder, acesso e comunicação organizacional em órgãos públicos. In: HASWANI, M. F. (org.). Comunicação governamental: o local como foco de análise. São Paulo: ECA/USP, p. 65-83, 2014.

BRASIL. Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. **Diário Oficial da União**: edição 27, seção 1, Brasília, p. 1. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.979-de-6-de-fevereiro-de-2020-24207873> 5. Acesso em 21 ago. 2020.

_____. Ministério da Saúde. **Medidas não farmacológicas**. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/medidas-nao-farmacologicas#:~:text=Diante%20da>

%20indisponibilidade%2C%20at%C3%A9%20o,eficientes%20medidas%20no%20combate%20%C3%A0 Acesso em 12 set. 2020.

_____. Ministério da Saúde. **Painel coronavírus**. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em 26 set. 2020.

_____. Ministério da Saúde. Perfil no Instagram: @minsaude. **Instagram**. S/l, s/d. Disponível em: <https://www.instagram.com/minsaude/?hl=pt-br>. Acesso em 01 nov. 2020.

_____. Ministério da Saúde. **Resposta Nacional e Internacional de enfrentamento ao coronavírus**. Linha do tempo. Brasília, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo/#interna>. Acesso em 21 ago. 2020.

_____. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador. **Plano de Resposta às Emergências em Saúde Pública** / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância em Saúde Ambiental e Saúde do Trabalhador. – Brasília, 2014. 44 p. : il. Disponível em: <http://www.saude.gov.br/images/pdf/2014/outubro/07/plano-de-resposta-emergencias-saude-publica-2014.pdf>. Acesso em 05 set. 2020.

_____. Ministério da Saúde. **Sobre a doença**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Acesso em 26 set. 2020.

_____. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 12.527**, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em 26 set. 2020.

CARVALHO, D. W.; FREIRE, M. T. M.; VILAR, G. Comunicação e saúde: humanização, significado e ação comunicativa. **Organicom**. São Paulo, n. 16/17, 2012, p. 92-108. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139131/134483>. Acesso em 27 set. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHADE, Jamil. Com mais caos que EUA em 14 dias, Brasil se consolida como epicentro. **UOL**. S/l, 2020. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/06/05/com-mais-casos-que-eua-em-14-dias-brasil-se-consolida-como-epicentro.htm>. Acesso 05 set. 2020.

_____. Na OMS, Pazuello omite mortos e infectados; Brasil é “líder” em recuperados. **UOL**. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/08/13/sem-citar-100-mil-mortos-pazuello-apresenta-estrategia-brasileira-na-oms.htm>. Acesso em 09 set. 2020.

CHOMSKY, N. **Controle da mídia**: os espetaculares feitos da propaganda. – Rio de Janeiro: Graphia, 2003b.

CITELLI, A. **Linguagem e persuasão**. 15ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2020.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM - Brasil). Parecer-consulta CFM nº 8/2020 - Parecer nº 4/2020, de 16 de abril de 2020. Tratamento de pacientes portadores de COVID-19 com cloroquina e hidroxiclороquina. Brasília, 2020. Disponível em: <https://sistemas.cfm.org.br/normas/visualizar/pareceres/BR/2020/4>. Acesso em 01 nov. 2020.

DEWEY, C. 6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says. **The Washington Post**. Washington, 2016. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/>. Acesso em 20 set. 2020.

DUARTE, F. Brasil é 'vice' em tempo gasto em redes em ranking dominado por 'emergentes'. **BBC News Brasil**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-49602237#:~:text=As%20Filipinas%20s%C3%A3o%20o%20pa%C3%ADs,isso%20foi%20de%20219%20minutos>. Acesso em 13 set. 2020.

DUARTE, J. A. M. Comunicação Governamental. In: **Estrato de verbetes**: dicionário de comunicação organizacional. Daiane Scheid, Jones Machado, Patrícia Milano Pérsigo (orgs.). Santa Maria: Facos-UFSM, 2018. 152 p.

DW. **Governo deixa de divulgar total de mortos e casos de covid-19**. Berlim, 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/governo-deixa-de-divulgar-total-de-mortos-e-casos-de-covid-19/a-53709956>. Acesso em 26 set. 2020.

_____. **Governo volta a divulgar dados completos da covid-19**. Berlim, 2020. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/governo-volta-a-divulgar-dados-completos-da-covid-19/a-53753283>. Acesso em 26 set. 2020.

EBC. **Organização Mundial da Saúde declara pandemia de coronavírus**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/organizacao-mundial-da-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em 26 set. 2020.

ECONOMIA UOL. **Economista da OCDE**: "O que impacta economia é a pandemia, não isolamento". S/l, 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/13/economista-da-ocde-o-que-impacta-economia-e-a-pandemia-nao-isolamento.htm>. Acesso em 27 set. 2020.

FERREIRA, A. B. H. **Miniaurélío**: o dicionário da língua portuguesa. 6. ed. rev. atual - Curitiba: Positivo, 2006.

FONTENELLE, C.A.; SOUZA, C. Redes sociais: a internet assume papel preponderante nas eleições presidenciais de 2018. **Alabastro**: revista eletrônica dos discentes da Escola de Sociologia e Política da FESPSP, São Paulo. Ano 9, v. 1, n. 13, 2020, p. 29-42. Disponível em: <http://revistaalabastro.fesp.org.br/index.php/alabastro/article/download/274/137>. Acesso em 26 set. 2020.

FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação**: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas / João José Forni. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2019.

FRANCE PRESSE. **Número de casos de Covid-19 dispara na Suécia**. In: G1. S/l, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/07/17/numero-de-casos-de-covid-19-dispar-a-na-suecia.ghtml>. Acesso em 21 ago. 2020.

G1. **Coronavírus**: veja a cronologia da doença no Brasil. S/l, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml>. Acesso em 21 ago. 2020.

GOMES, I. M. de A. M.; FERRAZ, L. M. R. Saúde, governo e mídia: uma relação (por vezes) conflituosa. **Organicom**. São Paulo, n. 16/7, 2012, p. 267-280. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139143/134495>. Acesso em 27 set. 2020.

GUILLAMET, J. Censura, mentira y manipulación mediática. Unapunte historiográfico. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n. 1, jan./jun. 2018.

HADASSA, E.D. **Eterna luta pela mente dos homens**: propaganda ideológica e a perspectiva de Noam Chomsky. Brasília, Universidade de Brasília 2019. Disponível em:

https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/37085/1/2019_HadassaEsterDavid.pdf.

Acesso em 01 nov. 2020.

HASWANI, M. F. Comunicação Governamental: em busca de um alicerce teórico para a realidade brasileira. **Organicom**. São Paulo, n. 4, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138909/134257>. Acesso em 05 set. 2020.

HUSSAIN, D. Lockdown 'killed two people for every three that died of coronavirus': 16,000 people in the UK died in five weeks as hospitals shut down to deal with COVID while 25,000 died from the virus. **Daily Mail**. Londres, 2020. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8605885/Lockdown-killed-two-people-three-died-coronavirus.html>. Acesso em 02 nov. 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101736_informativo.pdf. Acesso em 26 set. 2020.

INAF - Indicador de Analfabetismo Funcional. **INAF Brasil 2018**: resultados preliminares. S/l, 2020. Disponível em: https://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf. Acesso em 26 set. 2020.

ISLAM, Md. S. et al. COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis. The **American Journal of Tropical Medicine & Hygiene**. 2020. Disponível em: <http://www.ajtmh.org/content/journals/10.4269/ajtmh.20-0812>. Acesso em 07 set. 2020.

JORNAL DA USP. **As dez coisas mais importantes que você precisa saber sobre o novo coronavírus**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/as-10-coisas-mais-importantes-que-voce-precisa-saber-sobre-o-novo-coronavirus/>. Acesso em 26 set. 2020.

KUNSCH, M. M. Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (org.) **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas** – São Paulo: ECA/USP, p. 13-29, 2012. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/ciencias%20da%20comunicacao.%20e-books.%20%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20publica.pdf#page=14>. Acesso em 05 set. 2020.

MACHADO, C. C. V. et al. **Ciência contaminada: Analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via YouTube**. S/l, Centro de Análise da Liberdade e do Autoritarismo (LAUT), o INCT.DD e o Centro de Estudos e Pesquisas de Direito Sanitário (Cepedisa), 2020. Disponível em: <https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>. Acesso em 01 nov. 2020.

OLIVEIRA, M. Ministério da Saúde corrige data da primeira morte por Covid no Brasil. **Congresso em Foco**. Brasília, 2020. Disponível em <https://congressoemfoco.uol.com.br/saude/ministerio-da-saude-corrige-data-da-primeira-morte-por-covid-no-brasil/>. Acesso em 21 ago. 2020.

OLIVEIRA, M. B. de. Considerações sobre a neutralidade da ciência. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 26, n. 1, p. 161-172, 2003. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31732003000100008&lng=en&nrm=iso. Acesso em 27 set. 2020.

OLIVEIRA, P. I. de. OMS: transmissão de covid-19 a partir de assintomáticos é “muito rara”. **Agência Brasil**. Brasília, 2020. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-06/oms-transmissao-de-covid-19-partir-de-assintomaticos-e-muito-rara>. Acesso em 01 nov. 2020.

OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS - ONS. **Estimating the impacts of coronavirus on England’s mortality and morbidity**. Newport, 2020. Disponível em:

<https://www.ons.gov.uk/news/statementsandletters/estimatingtheimpactsofcoronaviruponenglandsmortalityandmorbidity>. Acesso em 02 nov. 2020.

ORGANICOM. **Comunicação Pública e Governamental**: novas vozes para nova cidadania. São Paulo, n. 4, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138907/134255>. Acesso em 05 set. 2020.

PAHO - Pan American Health Organization. **Distanciamento social, vigilância e sistemas de saúde mais fortes são chaves para controlar pandemia de COVID-19, afirma diretora da OPAS**. Washington (DC); 2020. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6188:distanciamento-social-vigilancia-e-sistemas-de-saude-mais-fortes-sao-chaves-para-controlar-pandemia-de-covid-19-afirma-diretora-da-opas&Itemid=812#:~:text=%22O%20distanciamento%20social%20diminui%20a,e%20tratar%20e%20isolar%20pacientes%22. Acesso em 12 set. 2020.

_____. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**. Washington (DC); 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em 05 set. 2020.

PENNAFORT, R. É #FAKE que OMS pediu desculpas e agora recomenda hidroxicloroquina. **Site da CBN**, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://cbn.globoradio.globo.com/media/audio/313904/e-fake-que-oms-pediu-desculpas-e-agora-recomenda-h.htm>. Acesso em 02 nov. 2020.

POLÍTICA UOL. **Bolsonaro diz ter imagem ruim no exterior por mídia mundial ser de esquerda**. S/I, 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/25/bolsonaro-diz-ter-imagem-ruim-exterior-por-imprensa-mundial-ser-de-esquerda.htm>. Acesso em 01 nov. 2020.

PRESIDENTE Jair Bolsonaro participa do Encontro Brasil vencendo a Covid-19. 2020. 56 min 49 s, color. **Canal TV Brasil Gov**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=B4PqnnALljw>. Acesso em 13 set. 2020.

PRONUNCIAMENTO do presidente da República, Jair Bolsonaro (24/03/2020). 4 min 58 s, color. **Canal Planalto**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VI_DYb-XaAE. Acesso em 26 set. 2020.

RFI. **Com epidemia de Covid-19 controlada, Cuba inicia retomada do turismo internacional**. In: G1. S/I, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2020/07/02/com-epidemia-de-covid-19-controlada-cuba-inicia-retomada-do-turismo-internacional.ghtml>. Acesso em 21 ago. 2020.

_____. **Covid-19: sucesso de Cuba durante pandemia vem do controle de assintomáticos**. In: G1. S/I, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/04/30/covid-19-sucesso-de-cuba-durante-pandemia-vem-do-controle-de-assintomaticos.ghtml>. Acesso em 21 ago. 2020.

RICHTEL, M. W.H.O. Fights a Pandemic Besides Coronavirus: An 'Infodemic'. **The New York Times**. New York, 2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/02/06/health/coronavirus-misinformation-social-media.html>. Acesso em 05 set. 2020.

RIMAL, R. N.; LAPINSKI, M. K. Why health communication is important in public health. **Bull World Health Organ**, v. 87, p. 247, 2009. Disponível em: <https://www.who.int/bulletin/volumes/87/4/08-056713.pdf>. Acesso em 13 set. 2020.

ROUBICEK, M. Como o governo se apropria da criação do auxílio emergencial. **Nexo Jornal**, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/06/12/Como-o-governo-se-apropria-da-cria%C3%A7%C3%A3o-do-aux%C3%ADlio-emergencial>. Acesso em 27 set. 2020.

SOARES, I. 'Pânico é uma doença mais grave que o próprio vírus', diz Bolsonaro. **Correio Braziliense**. Brasília, 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/03/23/interna_politica,836095/panico-e-uma-doenca-mais-grave-que-o-proprio-virus-diz-bolsonaro.shtml. Acesso em 01 nov. 2020.

SOLANO, E.; ROCHA, C. Bolsonarismo em crise?. **Fundação Friedrich Ebert Stiftung**. São Paulo, 2020. Disponível em: https://www.fes-brasil.org/fileadmin/user_upload/Bolsonarismo_em_Crise_-_Camila_rocha_e_Esther_Solano.pdf. Acesso em 27 set. 2020.

STUDART-GUIMARÃES, Cecilia Rodriguez. **Comunicação estratégica para a mudança social no contexto da implementação de políticas públicas**. 2002. 118 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília, 2002. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/37775/1/2002_CeciliaRodriguesStudartGuimaraes.pdf. Acesso em 13 set. 2020.

VALENTE, J. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil**. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em 13 set. 2020.

_____. WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa. **Agência Brasil**. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>. Acesso em 13 set. 2020.

VALENTI, V. E. et al. Medidas de distanciamento social podem ter reduzido as mortes estimadas relacionadas à COVID-19 no Brasil. **Journal of Human Growth and Development**, Marília, v. 30, n. 2, p. 164-169, 2020. Disponível em: <http://jhgd.com.br/wp-content/uploads/2020/05/01-Portuguese-Social-distancing-and-deaths-related-to-COVID-19-in-Brazil.pdf>. Acesso em 12 set. 2020.

VILAÇA, M. M.; PALMA, A. Racionalidade científica versus (ir)racionalidade governamental brasileira: um ensaio sobre algumas crises em tempos de pandemia da COVID-19. *Diversitates International Journal*, Niterói, v. 12, n. 2, 2020. Disponível em: <http://www.diversitates.uff.br/index.php/1diversitates-uff1/article/view/339>. Acesso em 27 set. 2020.

WASHINGTON POST. **Leaders risk lives by minimizing the coronavirus. Bolsonaro is the worst.** Washington, 2020. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/jair-bolsonaro-risks-lives-by-minimizing-the-coronavirus-pandemic/2020/04/13/6356a9be-7da6-11ea-9040-68981f488eed_story.html. Acesso em 01 nov. 2020.