

LIBERDADE DE OPINIÃO E DESINFORMAÇÃO: um dilema do jornalismo brasileiro que lucra com fake News

FREEDOM OF OPINION AND MISINFORMATION: a dilemma of Brazilian journalism that profits from fake news

Aderlon dos Santos GERONIMO¹

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Bernardina Maria Juvenal FREIRE²

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Aurora Cuevas CERVERO³

Universidade Complutense de Madrid | Espanha

Henry Poncio Cruz de OLIVEIRA⁴

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

Resumo

Este artigo objetiva identificar informações falsas veiculadas no quadro Liberdade de Opinião apresentado à época pelo jornalista Alexandre Garcia (2020 a 2021) na CNN Brasil. Analisou-se os programas publicados na rede social YouTube, com recorte informacional voltado para a pandemia da Covid-19. Nesse aspecto, observa-se se a memória institucional da CNN pode ser comprometida pela desinformação. Adotou-se como perspectiva metodológica a pesquisa descritiva com abordagem quali-quantitativa. Colocou-se o termo Liberdade de Opinião no campo de buscas do site da CNN Brasil e encontrou-se 615 vídeos. Optou-se por um sorteio aleatório de 3 vídeos para análise. Os resultados apontam que apesar das fake news anunciadas no programa contribuírem para uma memória negativa perante a opinião pública, a propagação do conteúdo e o número de visualizações, contraditoriamente, faz com que a empresa lucre com a desinformação.

Palavras-chave

Fake news; Liberdade de opinião; Redes sociais; Memória; Interatividade.

Abstract

This article aims to identify false information disseminated in the Freedom of Opinion framework presented at the time by journalist Alexandre Garcia (2020 to 2021) on CNN Brazil. We analyzed the programs published on the YouTube social network, with informational focus on the Covid-19 pandemic. In this aspect, it is observed if CNN's institutional memory can be compromised by misinformation. The methodological perspective adopted was descriptive research with a quali-quantitative approach. The term Freedom of Opinion was entered in the search field of CNN Brazil's website and 615 videos were found. A random selection of three videos was chosen for analysis. The results indicate that although the fake news announced on the program contribute to a negative memory in the public opinion, the propagation of the content and the number of views, contradictorily, makes the company profit from the disinformation.

Keywords

Fake News; Freedom of opinion; Social Networks; Memory; Interactivity.

RECEBIDO EM 29 DE AGOSTO DE 2022
ACEITO EM 12 DE DEZEMBRO DE 2022

¹ Doutorando em Ciência da Informação na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Contato: aderlonamorim@gmail.com.

² Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB. Contato: bernardinafreire@gmail.com.

³ Professora Titular na Universidade Complutense de Madrid. Contato: macuevas@ccinf.ucm.es.

⁴ Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB. Contato: henry.poncio@gmail.com.

Introdução

A comunicação em sociedade pode ser compreendida como uma forma de aguçar e registrar memórias em torno de fatos ou enredos criados que facilitem narrativas vigentes de cada momento histórico. A contação de histórias é um exemplo clássico de como os povos antigos utilizavam a oralidade para disseminar informação de uma pessoa para a outra. A oralidade passou a ser superada quando os registros rupestres foram aprimorados e fisicamente puderam representar momentos históricos recorrentes de sociedades em desenvolvimento (ANDRELO; BIGHETTI, 2015). Historicamente, o homem tem buscado registrar fatos e acontecimentos em suas mais variadas formas, adotando suportes distintos (MARTINS, 1996).

A partir do surgimento das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) no início do século XXI, a sociedade passou a aderir ferramentas de interação em ambientes digitais. O baixo custo e a quebra de barreiras geográficas conduziram pessoas de diversos lugares físicos para um ambiente conectado por uma rede sem fio (CASTELLS, 2013). Nesses ambientes virtuais existem trocas e compartilhamento de informação que acumulam memórias de como determinados povos se posicionam conforme os acontecimentos diários.

O conjunto de informações publicadas nesses ambientes digitais faz com que esse quebra-cabeça informacional contribua para a construção da memória coletiva. O sociólogo Halbwachs (2013, p. 31) compreende que a memória coletiva pode ser atribuída a um processo de rememoração, pois:

Uma ou mais pessoas juntando suas lembranças conseguem descrever com muita exatidão fatos ou objetivos que vimos ao mesmo tempo em que elas, e conseguem até reconstruir a sequência de nossos atos e nossas palavras em circunstâncias definidas, sem que nos lembremos nada de tudo isso.

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

Compreendemos a partir de Halbwachs (2013) que as memórias individuais fazem parte de interações coletivas e dentro de um contexto social, elas alimentam nossas lembranças. Entende-se que empresas jornalísticas contratam figuras públicas para debaterem temas sobre a política nacional a fim de conduzirem a opinião coletiva a partir do convencimento de suas narrativas.

No Brasil a Rede de Notícias a Cabo (CNN) segue um modelo norte-americano de jornalismo com o quadro *Liberdade de Opinião* cuja função é registrar e comentar ações do governo brasileiro. O principal objetivo deste trabalho é identificar informações falsas veiculadas no quadro *Liberdade de Opinião* à época apresentado pelo jornalista Alexandre Garcia (2020 e 2021) na CNN Brasil, publicado na rede social *YouTube*, com recorte informacional voltado para a pandemia da Covid-19 no Brasil, considerando as interatividades dos usuários.

A escolha do quadro *Liberdade de Opinião* da empresa CNN se deu por ser um espaço de constante debate sobre a política nacional veiculado na TV fechada e rede social (*YouTube*), simultaneamente. Assim, essa instantaneidade tenta aproximar os internautas (através das interações) do debate público com assuntos sobre causas sociais e humanitárias.

Alexandre Garcia é jornalista e apresentador. Formado em comunicação social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), destacou-se no *Jornal do Brasil* participando de coberturas internacionais sobre política a partir de 1970. Em 1980 fixou-se nos programas televisivos seguindo para a Rede Globo. Na emissora trabalhou nos principais programas jornalísticos: *Fantástico*, *Jornal Hoje*, *Jornal da Globo*, *Jornal Nacional* e *Globo News*. Deixou a *Globo* em 2018 após 30 anos de contrato. Em 2020 entrou para o time de comentaristas da *CNN Brasil* e foi demitido no dia 24 de setembro de 2021 após ter propagado por meio do seu discurso diversas fake news no programa *Liberdade de Opinião*.

O artigo apresenta três temas principais que sustentam seu referencial teórico: no primeiro tópico discute-se o papel das redes sociais como espaço aberto para publicação e disseminação da informação em sociedade. Questiona-se os impactos da cultura participativa (JENKINS, 2009) como elemento comunicacional e seus componentes (interatividade e instantaneidade); no segundo momento busca-se compreender o fenômeno das fake news e da desinformação enquanto método discursivo. E por fim, os lugares de memória defendido pelo historiador Pierre Nora como um espaço de visita. Este estudo leva em consideração os rastros digitais (comentários, curtidas, publicações) como lugares que podem ser revisitados. Nesse sentido, utilizou-se as interatividades encontradas nos vídeos selecionados como espaço para resgate da memória.

Redes sociais: um espaço aberto para quase tudo

Com o advento das novas tecnologias digitais tornou-se possível a conexão das sociedades modernas através de redes sociais. Essas conexões estabelecem relações de proximidade permitindo interconexões entre instituições, grupos e indivíduos. Atentando para essas relações interativas no ambiente digital, Ferreira (2011, p. 213) define rede social como:

Uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por atores, que estão conectados por um ou vários tipos de relações que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais, etc. Nessas relações, os atores sociais desencadeiam os movimentos e fluxos sociais, através dos quais partilham crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio, etc.

Bustamante (2010) apresenta uma série de características que podem ser consideradas quando pensamos no papel do cidadão no ambiente digital. São elas: o uso das tecnologias não só para o entretenimento, mas para uma abordagem de causas sociais; o fortalecimento da democracia com a participação coletiva da sociedade; inserção de políticas de inclusão que

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

tragam pessoas excluídas do meio digital; o desenvolvimento de serviços públicos que aproximem o cidadão do governo.

Apesar de a opinião social não poder ser refletida na sua íntegra nos ambientes digitais, os movimentos nas redes sociais impactam nas decisões públicas que atingem diretamente os cidadãos que convivem em sociedade. As redes sociais permitem que usuários criem perfis, publiquem mensagens (de texto, áudio ou vídeo) e interajam com outros atores, deixando pistas de si.

A participação cada vez mais intensa das diversas camadas sociais nesses espaços produzem e reproduzem novos significados na rede e fora dela. Uma das características do webjornalismo é a instantaneidade (BRADSHAW, 2014). Quando recebemos uma notícia boa, ou mesmo ruim, pensamos em compartilhá-la o mais rápido possível com alguém próximo. Esse ato de passar a informação em primeira mão nos torna o mensageiro da notícia.

A busca pela instantaneidade amparada por ferramentas digitais que direcionam conteúdos imediatos a um determinado público potencializa essa vontade de publicar algo. A cultura participativa (JENKINS, 2009) permite que cada usuário possa produzir seu conteúdo em um mesmo espaço online ampliando as relações entre as sociedades e a informação. Desse modo, a instantaneidade pode ser evidenciada tanto ao publicar uma informação, como também consumir, e, principalmente, em distribuir (BRADSHAW, 2014).

A distribuição instantânea dos conteúdos noticiosos nas plataformas digitais faz com que a informação chegue a vários usuários conectados em torno daquela rede gradativamente. Esse fenômeno permite que os sujeitos não dependam apenas dos veículos de comunicação para consumirem a notícia, mas de diversas fontes na WEB que são atualizadas constantemente.

A interatividade pode ser definida como “a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos como em possibilidades de expressão e comunicação” (ROST, 2014, p. 55). A interatividade implica em uma abertura de poder do meio para os extremos. Para este estudo, tomamos como base a interatividade comunicativa (ROST, 2014) que representa a possibilidade que o sujeito tem em participar ativamente das publicações feitas por outros indivíduos na rede se expressando e demonstrando suas opiniões.

Fake news e desinformação

O fenômeno das *fake news* não é algo recente, mas tem se tornado relevante em meados da presente década devido ao uso elevado das ferramentas digitais, em especial as redes sociais. Klein e Wuelle (2017, p.6, tradução nossa) **definem** fake news como “a publicação on-line de declarações intencionalmente ou conscientemente falsas” visando atingir públicos propensos a acreditarem nessas ficções. Para Torres e Gerhard (2018) as fake news são histórias enganosas contadas de forma deliberada por fontes que simulam legitimidade. Reilly (2018) define fake news como informações variadas apresentadas como verdadeiras, mas claramente fabricadas com o objetivo de enganar e confundir alguém ou um público específico. Omitir fatos, descontextualizar notícias, evitar citações podem ser exemplos de manipulação da informação com objetivos claros de desinformação. Brisola e Bezerra (2018, p.3323) **definem** desinformação como “um sistema informacional que molda a opinião pública de acordo com seus interesses utilizando uma série de artifícios e mecanismos para manter a hegemonia”. Nesse caso, o discurso pautado na desinformação tem como norte a ocultação de informações que prejudicam a narrativa do sujeito. Dessa forma, as falas são moldadas de acordo com o interesse do emissor. Schudson (2017, p.12) ressalta que nenhum jornalista responsável produz notícias exageradas, falsas ou corrompidas. O autor chama

a atenção para uma checagem mais aprofundada das informações e, ao mesmo tempo, discute com a comunidade a importância da credibilidade da informação.

Segundo Kunczik (2001), os comunicadores influenciam o seu público no entendimento da informação produzida por eles. Essa influência acontece por motivos econômicos, políticos e culturais na seleção de imagens, construção do texto ou na escolha do entrevistado. Segundo o autor, aplica-se o termo disfunção em todas as notícias que desestabilizam uma sociedade (KUNCZIK, 2001, p. 73). Completando o sentido dessa afirmação, destacamos o pensamento de Wolf (1987): “A difusão de notícias alarmantes pode provocar reações de pânico em vez de relações de vigilância consistentes”. Nesse caso podemos afirmar que notícias falsas podem gerar instabilidades quando invadem as redes sociais e atingem determinados grupos. Nada circula na internet sem um propósito. De acordo com Silva (2017), toda notícia falsa divulgada está descomprometida com o cidadão, ou seja, ela não pretende informar a verdade dos fatos, mas desviar o seu foco para outras modalidades de interesses, sejam eles financeiros, políticos ou culturais. Segundo Silva (2017, p. 37):

A falsidade se tornou uma fonte de renda lucrativa. Existe a industrialização de notícias falsas, com o objetivo de fazer dinheiro com anúncios que são alocados por instrumentos regidos por algoritmos que premiam sites com mais visibilidade, acesso, compartilhamento.

Compreendemos a partir da visão de Silva (2017) que os responsáveis pelas mídias digitais fazem um acordo para que essas notícias cheguem de forma massiva ao cidadão. Dessa forma, os produtores garantem os seus objetivos finais (distorcer discursos; comprometer a integridade de alguém) e os donos das plataformas lucram com o fluxo informacional.

As fakes news muitas vezes são compartilhadas pelo cidadão que não costuma apurar a veracidade da informação. Neste sentido, as pessoas consomem um fato falso como verdadeiro. Consideramos as redes sociais como o grande berço das notícias falsas pelo fato de ser um lugar onde se comercializa produção de conteúdo independente da veracidade dele.

Lugares de memória e recuperação da informação

A memória no contexto digital vem sendo produzida desde os anos 2000 a partir dos avanços tecnológicos que revolucionaram o espaço na WEB (TOTINI; GAGETE, 2004). Para fortalecer a imagem institucional perante os constantes acessos de usuários conectados, as empresas públicas e privadas construíram um lugar de registro histórico. Esse espaço apresenta marcos importantes e características específicas de cada instituição. Em uma definição objetiva podemos dizer que a memória é a “faculdade de reter as ideias, impressões e conhecimento adquiridos anteriormente. Significa também lembrança, reminiscência, recordação” (ANJOS *et al.*, 1995, p.427). Compreendemos a partir da definição transcrita que memória é um lugar de registro da informação, observação da troca de conhecimentos pessoais e coletivos, e um ambiente interdisciplinar baseado em diversas fontes de informação.

Segundo Halbwachs (2006, p. 69), a “memória coletiva” pode ser compreendida como um lugar de combinação dos saberes adquiridos a partir da percepção individual ou de grupos de memória. Para o autor, “cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, este ponto de vista muda segundo o lugar que ali ocupo e que esse mesmo lugar muda segundo as relações que mantenho com outros ambientes”. Ou seja, cada cidadão expressa aquilo que sente em um momento específico – essa evocação da memória pode ser em grupo ou individual. Sendo assim, ao

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

escrever um texto ou comentário em uma rede social o cidadão compartilha suas posições, memórias, recordações com grupos que divergem ou mesmo convergem com suas ideias. Entendemos que esses rastros deixados em ambientes interativos podem representar lugares de memória. No *YouTube* esses registros de memória podem ser resgatados pelos usuários da rede social ou por ferramentas tecnológicas. De acordo com Silveira (2021, p. 303):

A capacidade de recuperação das informações resulta do estancamento da degeneração dos registros, já que as mídias digitais estão sempre os reescrevendo. Registros que seriam de outro modo perdidos graças à ação do tempo estão constantemente sendo recuperados e disponibilizados à ação do usuário ou das máquinas que os interpretam com fins diversos, muitos deles comerciais.

Apesar das instabilidades que podem acontecer nas redes sociais, suas atualizações são desenvolvidas para provocar o usuário e fazer com que ele esteja interagindo e/ou acompanhando as constantes informações que são registradas nesses lugares. Dessa forma, compreendemos que esses ambientes podem ser vistos a partir de um contexto social delimitado pelo tempo histórico. Ao recuperar uma informação que existe nesses “lugares de memória” precisamos compreender os fatores externos que contribuíram para o aparecimento daquela memória, pois o seu sentido pode ser adulterado quando observamos fora daquele contexto. Assim, se faz necessário observar não apenas um registro isolado, mas a cadeia interativa que compõe o coletivo.

O fenômeno das fake news altera a percepção de realidade impulsionada pelas redes sociais. Nesse sentido, a memória coletiva pode ser afetada pela manipulação do real para favorecimento de terceiros. A “interação nas redes sociais atacam o cerne da reflexão da esfera pública e o pressuposto de uma conveniência social na qual a emoção cede espaço à razão” (SILVEIRA, 2021, p.308). Essa ambiguidade entre o fato e a narrativa abre espaço para

questionamentos que perpassam uma linha tênue e devem ser observados do macro para o micro.

O historiador Pierre Nora propôs o termo “lugares de memória” em 1979, na França, como meio para debater as mudanças sociais que romperam com as tradições identitárias da época. O autor compreende que a história e a memória estão conectadas de forma recíproca e nesse sentido, os lugares de memória são considerados rastros da história (FELDMAN; STEINDEL, 2019). Nesta pesquisa compreendemos que os rastros digitais caracterizados pelas interatividades e comentários na rede social *YouTube* podem ser considerados lugares de memória, pois eles são materializados como vitrine no digital; simbolizam determinadas correntes ideológicas da sociedade; e contribuem para a multiplicação ou refutação das ideologias no ambiente digital.

Conforme Grimaldi et al., (2019, p. 65), as memórias na internet são construídas por meio das relações entre os indivíduos, “influenciando na narrativa do eu e do outro”. Nesse sentido, as interatividades e os comentários na rede social se constituem como memória e, é nessa perspectiva que trabalhamos nossas análises nesta pesquisa.

Procedimentos metodológicos

A nossa pesquisa é do tipo descritiva, com abordagem quali-quantitativa por trabalhar com a identificação de informações falsas e análise de interações na rede social *YouTube*. A escolha dessa rede social acontece por ser um espaço interativo que pode registrar informações de diversos usuários a respeito de um mesmo tema. Na ocasião, o quadro *Liberdade de Opinião* à época apresentado pelo jornalista Alexandre Garcia (2020 e 2021) na CNN Brasil.

Para encontrarmos esse “lugar de memória” na rede social *YouTube* inserimos no campo de busca de pesquisa do site da CNN Brasil o termo: *Liberdade de Opinião* e recuperou-se 615 arquivos que foram publicados entre

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

os anos de 2020 e 2021. Para esta pesquisa selecionamos 3 vídeos que foram sorteados de forma aleatória a fim de delimitar o escopo do trabalho. Apresenta-se no Quadro 1, os três arquivos sorteados como amostragem a partir da busca sobre o programa no site da CNN Brasil.

Quadro 1 – Título dos vídeos recuperados no site da CNN Brasil

Título	Data
Vídeo 1 - Se não tiver a vacinação forçada, não será obrigatório	17/12/2020
Vídeo 2 - Vamos esperar que mexicanos e argentinos mostrem resultado da vacina	24/12/2020
Vídeo 3 - Divergência em números de doses de vacinas não indica falha	07/05/2021

Fonte: elaboração própria.

Estabelecemos as seguintes variáveis analíticas: identificação ou não de fake news a partir de trechos transcritos do quadro *Liberdade de Opinião* à época apresentado pelo jornalista Alexandre Garcia entre 2020 e 2021; coleta dos números de visualizações, interações e comentários na rede social *YouTube* para reforçar o espaço como um lugar de memória individual e/ou coletiva; categorização das temáticas abordadas; posições sociais adotadas pelos usuários conectados; e seleção de afirmações (nas interações abaixo do vídeo) que acolham ou refutem o posicionamento do apresentador. Os comentários selecionados para análise nesta pesquisa estão entre os primeiros postados logo abaixo dos vídeos. Entende-se que o algoritmo da rede social prioriza as postagens com mais curtidas e interações. Nesse caso, os primeiros comentários atendem a esse critério. O corpus da pesquisa foi fechado em 31 de dezembro de 2021.

Fake news em foco: interatividade e memória social

Nesta etapa da pesquisa analisamos os três vídeos apresentados na metodologia (Quadro 1) identificando: se existem fake news; como elas são

Liberdade de opinião e desinformação: um dilema do jornalismo brasileiro que lucra com fake News

propagadas; de que forma os comentários e as interatividades podem representar uma memória social no digital; e se essas fake news podem afetar a memória institucional da CNN Brasil.

Figura 1 – Se não tiver vacinação forçada, não será obrigatório



Fonte: captura de tela, Vídeo 1 (17/12/2020).

No Vídeo 1, do dia 17 de dezembro de 2020 (Figura 1), intitulado “Se não tiver a vacina forçada, não será obrigatório”, o jornalista Alexandre Garcia afirma que:

No ano passado (2019) morreram de doenças respiratórias 251.582 brasileiros. [...] Você falou em 183 mil mortes (de Covid-19). Eu acabei de dizer aqui que no ano passado as doenças respiratórias mataram 251 mil brasileiros. Bem mais né? (que a Covid-19) (Vídeo 1, 2020).

No mesmo dia o Brasil ultrapassou a marca de 184⁵ mil óbitos por Covid-19. Alexandre Garcia tenta impor uma narrativa de que o número de óbitos por Síndrome Respiratória Grave (SRAG) seria superior aos óbitos pela Covid-19. No dia 14 de agosto de 2020 – quatro meses antes da afirmação do jornalista – circulava nas redes sociais a desinformação de que os números de

⁵ G1. Disponível em < <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/12/17/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-17-de-dezembro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghml> > Acesso em 23 de ago. de 2022

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

óbitos em 2019 no Brasil teriam sido maiores que os óbitos de 2020. Essa fake news foi desmentida por diversos veículos de comunicação, como, por exemplo o Estadão⁶. Os dados podem ser confrontados com a consulta no número de óbitos no ano de 2019 por SRAG no Portal da Transparência⁷ do Governo Federal. De janeiro a agosto de 2019 foram 932 casos, enquanto no mesmo período, em 2020, o registro foi de 11.425 óbitos.

Em outra fala do mesmo vídeo o jornalista Alexandre Garcia faz a seguinte afirmação: “todo mundo sabe que o Ministério da Saúde está pronto para vacinar porque vacina aplica 300 milhões de doses por ano, com 38 mil pontos de vacinação junto com o pessoal do SUS” (Vídeo 1). Segundo dados do Ministério da Saúde, o Brasil conseguiu vacinar 80 milhões de pessoas em um período de três meses durante a epidemia do H1N1 em 2010. Os dados mostram que seria possível uma vacinação que ultrapassasse as 300 milhões de doses caso existisse vacina contra a Covid-19 para todos. Apesar de ser uma afirmação verídica, o jornalista parece mascarar o fato não mencionando a inexistência de imunizantes no país, bem como os problemas de ordem políticas para adquiri-los em tempo hábil. Assim consideramos que essa fala desinforma a população que se ampara em um dado descontextualizado. De 17 de janeiro a 1º de julho foram aplicadas 75.783.345 primeiras doses e 26.996.751 segundas doses. A soma de doses aplicadas chega a pouco mais de 103 milhões. Se a informação do jornalista Alexandre Garcia estivesse correta teríamos cerca de 160 milhões de pessoas totalmente imunizadas, e não 26.996.751. No terceiro momento do Vídeo 1 o Jornalista Alexandre Garcia afirma:

⁶ Estadão. Disponível em: < <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadaoverifica/posts-distorcem-dados-de-2019-e-2020-para-negar-as-mais-de-100-mil-mortes-por-covid-19/> > Acesso em 23 de ago. de 2022.

⁷ Portal da Transparência. Disponível em < <https://transparencia.registrocivil.org.br/registros> > Acesso em 23 de ago. de 2022.

Olha eu estou sentindo alguns sintomas aqui de gripe, eu desconfio que possa ser Covid... não espera o teste não, já dá o protocolo. Ou se previne. Eu faço isso desde junho. Ivermectina que está no prêmio Nobel de medicina de 2015 [...] droga milagrosa de alto poder para bloquear vírus. 'Antivirótico'. Não vai curar, mas se vem uma carga viral violenta ela diminui e o sujeito fica em casa se tratando (Vídeo 1, 2020).

Para tentar validar a fake news no quadro *Liberdade de Opinião*, o jornalista faz uma ligação entre a ivermectina com tratamento precoce para a Covid-19 e, o prêmio Nobel de medicina de 2015. Segundo a Fundação Oswaldo Cruz, o cientista colaborador da instituição brasileira Satoshi Omura foi premiado com o Nobel de medicina de 2015 pelo seu estudo que demonstra a eficácia da ivermectina no tratamento de doenças derivadas de vermes, parasitas e ácaros. Para sustentar sua narrativa, Alexandre Garcia usa o termo 'antivirótico' como se o medicamento fosse um antiviral. Segundo Marra et. al., (2020, p. 17):

A ivermectina é um agente antiparasitário de amplo espectro, derivado das avermectinas, uma classe isolada de produtos de fermentação do *Streptomyces avermitilis* [...]. O seu mecanismo de ação ocorre por meio da imobilização dos vermes induzindo uma paralisia tônica da musculatura.

Conforme os autores, a ivermectina é um medicamento indicado no tratamento de estrogiloidíase intestinal (não disseminada); oncocercose (cegueira dos rios); filariose (elefantíase); ascaridíase (lombriga); escabiose (sarna); e pediculose (piolho). Diferente do discurso propagado pelo jornalista Alexandre Garcia, a ivermectina é um vermífida, por isso não tem eficácia no combate a doenças virais.

O jornalista Rafael Colombo ao ouvir toda essa narrativa indaga o apresentador Alexandre Garcia: "esses protocolos a que você se referiu eles não têm comprovação científica". Alexandre Garcia responde: "tem sim". Rafael pergunta: "onde?". Alexandre diz: "tem mais de cem estudos comprovando isso". Rafael Colombo volta a indagar: "Se o protocolo existe,

Aderlon **GERONIMO** · Bernardina **FREIRE** · Aurora **CERVERÓ** · Henry **OLIVEIRA**

funciona, é barato. Por que tanta gente no mundo morre e tantos médicos e pesquisadores que dedicam a vida deles todinha a isso não assumem esse protocolo?” Alexandre diz: “a vacina não tem nenhum teste, não tem comprovação ao longo do tempo e nós estamos acreditando na vacina”. É importante destacar que essa tentativa de distorcer a realidade para favorecer uma fake news dita pelo jornalista Alexandre Garcia foi confrontada pelo Rafael Colombo.

Entre as frases que reforçam o apoio do jornalista na rede social podemos destacar as seguintes: “Poderia ser gravado estas respostas do Alexandre, para que o Colombo não o interrompesse querendo se fazer de médico, economista ou cientista. Menos Colombo, bem menos” (Vídeo 1 – Interatividades). Aqui um dos apoiadores tenta deslegitimar a interrupção do Rafael Colombo quando ele contesta as fake news propagadas pelo Alexandre Garcia. Outro comentário na rede social Youtube que destacamos: “Eu segui o protocolo, tenho 72 anos, tratei em casa. Com 5 dias estava ótima” (Vídeo 1 – Interatividades).

No Vídeo 1 é possível observar como a narrativa das fake news está presente no discurso do jornalista Alexandre Garcia e como ele ganha apoio através dos comentários interativos que estão na rede social *YouTube*. Com esse exemplo não podemos dizer que a memória institucional da CNN foi afetada pela desinformação.

No Vídeo 2 (24/12/2020), intitulado “Vamos esperar que mexicanos e argentinos mostrem resultados da vacina”, o jornalista Alexandre Garcia coloca em dúvida a eficácia da Coronavac⁸ retomando o discurso do tratamento precoce com medicamentos ineficazes.

Cinquenta por cento? Quer dizer que vai vacinar cem mil pessoas e tem eficácia em cinquenta mil? É isso? É uma coisa preocupante. A mim pessoalmente não afeta porque eu não

⁸ Vacina de origem Chinesa desenvolvida pela Sinovac. No Brasil é fabricada pelo Instituto Butantan.

espero vacinar tão cedo. A gente espera testes. Testes para três mil pessoas, trinta mil pessoas é uma coisa, aplicação maciça é outra. [...] Tem vacina que mexe com a estrutura genética da pessoa e aí a gente só vai saber a consequência em décadas não vai ser em dias. Está havendo muita pressa. [...] Eu uso a prevenção que está disponível. Aquele velho remédio é mais confiável do que a vacina que o mesmo fabricante [...].

Quando o jornalista fala “eu não espero vacinar tão cedo” em um contexto pandêmico no qual diversos países já estão imunizando populações, ele age como negacionista para que outras pessoas tenham medo ou mesmo rejeitem a vacina. Uma das fake news disseminada nas redes sociais durante o período de pré-vacina no Brasil pode ser exemplificada na fala do Alexandre Garcia quando ele afirma que a vacina modifica a estrutura genética do indivíduo. Segundo o canal de checagem Aos fatos, a notícia falsa foi fruto de uma entrevista concedida pela médica estadunidense Christiane Northrup que circulou nos grupos de *WhatsApp* entre os meses de outubro e novembro (2020) no Brasil. De acordo com reportagem publicada na Revista Arco da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), “não há possibilidade alguma de uma vacina alterar o DNA de quem a recebeu e nem das próximas gerações”⁹. Mancebo et. al., (2016, p. 2) explicam que “as vacinas de RNA recombinante são construídas por fragmentos de sequência do material genético do RNA mensageiro (mRNA), o qual pode ser destinado para codificar qualquer proteína viral, bacteriana ou parasitária”. Nesse caso, as vacinas de RNA agem diretamente no organismo estimulando a produção de anticorpos a fim de neutralizar o Coronavírus.

Em outro momento do Vídeo 2, identificamos mais uma fake news proferida pelo Alexandre Garcia. Segundo o jornalista, o pânico enfraquece o sistema imunológico.

⁹ Arco. As vacinas de RNA contra Covid-19 podem alterar o DNA? Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/arco/vacinas-rna-contr-covid-19/>. Acesso em 23 de ago. de 2022.

Aderlon **GERONIMO** • Bernardina **FREIRE** • Aurora **CERVERÓ** • Henry **OLIVEIRA**

A vacina teve oito meses de desenvolvimento. Nunca se viu essa pressa. Tudo bem é o mundo moderno [...] eu acho que março ainda é muita pressa. A gente não sabe os resultados. Vamos esperar então que Mexicanos, Chilenos, Argentinos nos mostrem os resultados. [...] Quem pode dizer que ela protege por um ano? Dois anos? Não tem como saber. A gente está com pressa, está cheio de gente com medo. Puseram medo na cabeça das pessoas. O medo diminui a imunidade, diminui a defesa da pessoa. A pessoa que está em pânico o esquema de imunidade da pessoa está lá embaixo.

De acordo com Maia (2002, p.210), práticas humanas são determinantes para a variação da imunidade no organismo. São elas: fumar, ter uma má alimentação e noites mal dormidas. Assim, podemos dizer que não é o pânico que diminui a resposta imunológica no ser humano, mas um conjunto de fatores práticos presentes no estilo de vida do sujeito que podem interferir nas variações do organismo. Essa fake news propagada por Alexandre Garcia pode ser uma categoria de narrativa construída para deslegitimar as notícias que são divulgadas cotidianamente nos jornais tradicionais. O movimento descrito pelo jornalista na frase “puseram medo na cabeça das pessoas” abre caminho para o “eu não vou assistir à televisão, pois só tem morte”. Nesse caso, a informação se torna uma “maldição” para os adeptos a esse discurso, pois é melhor não saber do dado científico para poder acreditar, na verdade, que se ajusta a sua realidade (Llorente, 2017).

No espaço interativo do Vídeo 2 identificamos alguns comentários que refutam e corroboram as fake news ditas pelo Alexandre Garcia. Recuperamos as seguintes frases:

- (1) Alexandre, não tem que esperar resultados de outros países!!!
- (2) Realmente um ótimo jornalista, mas parece que ficou cego, defende atitudes de Bolsonaro que são indefensáveis.
- (3) Quando a vacina chegar aqui o Corona já matou todo mundo. As autoridades brasileiras são parecidas com Rubinho.
- (4) Parabéns! Sua imparcialidade alegra o povo brasileiro... conte conosco!
- (5) Quase vomitei, mas consegui ver o vídeo todo. Que monte de **mentiras** e “achismos” ... Coitado do apresentador.

(6) Vacina que mexe com a genética? A vacina Pfizer contém RNA do vírus. Não tem nenhum impacto no DNA humano. Não acredito que esse “jornalista” seja mal informado. É **mentira** mesmo criada a partir de uma informação verdadeira. Técnica diabólica mostrada na Bíblia.

(7) Deixe a vacina pra nós e tome cloroquina.

(8) Sinto muito Alexandre, mas os brasileiros abriram os olhos. Chega de **mentiras**.

As publicações dos internautas – em sua maioria – são de comentários que refutam os argumentos de Alexandre Garcia. Nesse sentido, existe um conflito entre aquilo que foi dito e o que foi replicado no espaço interativo. Os comentários (5), (6) e (8) compartilham a palavra “mentira” para denunciar as fake news que são propagadas pelo jornalista. No caso em análise, a imagem institucional da CNN – representada pelo Alexandre Garcia – pode ser afetada pela memória negativa recorrente dos comentários interativos.

No Vídeo 3, intitulado “Divergência em números de doses de vacinas não indicam falha”, postado no dia 7 de maio de 2021, não foram identificadas fake news. Vale ressaltar que Alexandre Garcia tinha ameaçado não retornar ao programa depois de ser questionado pelo seu colega de trabalho sobre suas falas no dia 6 de maio¹⁰. No dia 7 ele retomava o quadro *Liberdade de Opinião*. No espaço interativo do Vídeo 3 no *YouTube* recuperamos as seguintes mensagens:

(1) Ainda bem que ele voltou. Espero que seja respeitado na CNN.

(2) Alexandre, parabéns!!! Nós te adoramos.

(3) Uma voz com total credibilidade, Alexandre Garcia.

Os comentários revelam que existem internautas que – apesar de o discurso do jornalista Alexandre Garcia ter em sua essência a desinformação e carregar fake news, geralmente os casos comungam de um apoio mútuo às

¹⁰ “Não sei se a gente volta” falou Alexandre Garcia no dia 6 de maio de 2021. No dia seguinte ele retornava ao programa. O jornalista foi demitido em 24 de setembro de 2021. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2021/05/06/alexandre-garcia-se-estranha-com-ancora-da-cnn-brasil-ao-vivo-nao-sei-se-volto-163572.php>. Acesso em: 20 jan. 2023.

falas do apresentador, independente das fontes utilizadas por ele. Essa “adoração” a figura do jornalista que defende políticas negacionistas pode ser interpretada como uma forma de legitimar apoio a toda estrutura ideológica sustentada por grupos direitistas.

Na Tabela 1 apresentamos os dados coletados e analisados ao longo desta pesquisa. O estudo identificou sete fake news como mostra a Tabela 1. É possível observar que quanto mais fake news são ditas, mas elas são refutadas pelos usuários da rede social nos comentários interativos. Para o escopo desta pesquisa, analisou-se os primeiros comentários que ficam logo abaixo do vídeo. Tal critério foi adotado por entendermos que os algoritmos da rede social priorizam as publicações mais curtidas e comentadas. Nesse caso, as primeiras interatividades atendem a esse critério.

Tabela 1 – Dados coletados a partir dos vídeos e analisados nesta pesquisa

	VÍDEO 1	VÍDEO 2	VÍDEO 3	TOTAL
Visualizações no YouTube	129.145	24.222	393.097	546.464
Comentários Interativos	740	312	4.043	5.095
Fake News Identificadas	3	4	0	7
Memória social - Aprovam	65%	45%	75%	Análise
Memória social - Refutam	35%	55%	25%	100%

Fonte: elaboração própria.

No Vídeo 1, 65% dos comentários interativos são favoráveis ao discurso do jornalista Alexandre Garcia enquanto 35% deles refutam essa narrativa contestando a credibilidade do profissional e a veracidade da informação. No Vídeo 2, o número de apoiadores é reduzido em 20% e a rejeição ao discurso do jornalista chega a 55% nos comentários. No Vídeo 3 podemos destacar mais visualizações e comentários em relação aos outros dois. Nesse caso, não

foram identificadas fake news e esse pode ser um dos motivos pelos quais o número daqueles que aprovam Alexandre Garcia na CNN sobre significativamente chegando a 75%. O Quadro 2 mostra as fake news identificadas e analisadas nesta pesquisa.

Quadro 2 – Fake news ditas pelo Alexandre Garcia

	Fake news identificadas
Vídeo 1 (17/12/20)	Morreu mais gente de SRAG em 2019 no Brasil do que de Covid-19 em 2020
	O Ministério da Saúde vacina 300 milhões de pessoas em um ano
	Ivermectina serve para tratamento precoce da Covid-19
Vídeo 2 (24/12/20)	Eu uso a prevenção que está disponível. Aquele velho remédio é mais confiável do que a vacina
	A mim, pessoalmente, não afeta porque eu não espero vacinar tão cedo. A gente espera testes
	Tem vacina que mexe com a estrutura genética da pessoa, e aí a gente só vai saber a consequência em décadas
	A pessoa que está em pânico o esquema de imunidade da pessoa está lá embaixo
Vídeo 3 (07/05/21)	-----
TOTAL	7

Fonte: elaboração própria.

A ausência de fake news no Vídeo 3 pode ser explicada pelo retorno do Alexandre Garcia ao programa depois do seu afastamento pela propagação contínua de desinformação. Por isso que no dia 07 de maio de 2021 não foi possível identificar fake news no discurso do apresentador. O fato é que encontramos nas falas do jornalista distorções da realidade, desinformação, narrativas incompletas sobre a Covid-19 e diversas fake news ditas por ele durante o programa *Liberdade de Opinião*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aderlon **GERONIMO** · Bernardina **FREIRE** · Aurora **CERVERÓ** · Henry **OLIVEIRA**

A nossa pesquisa identificou sete fake news ditas pelo jornalista Alexandre Garcia no quadro *Liberdade de Opinião* da CNN Brasil. Destacamos as interatividades para legitimar a fala do apresentador na rede social *YouTube* e os resultados mostram que quanto mais fake news o jornalista propaga, mais negativa fica a sua imagem perante o público (Tabela 1).

Apesar de considerarmos as fake news estratégias criadas para um propósito específico no ambiente digital, elas estão sendo refutadas por parte significativa dos usuários da rede social. Podemos dizer que diferente daqueles que compartilham desinformação, o sujeito que cria comentários no espaço interativo de uma rede social constrói a partir de suas impressões, sua percepção de verdade no espaço digital. Essas memórias podem ser acessadas enquanto estiverem ativas as políticas de uso da plataforma.

Quando identificamos o Rafael Colombo corrigindo Alexandre Garcia durante o Vídeo 1 percebemos que a empresa sabe exatamente como se posicionar diante de notícias falsas, mas permite sua disseminação para direcionar narrativas a um público alvo que “se alimenta” desse conteúdo. Assim, é possível dizer que os discursos que tentam agradar os diversos públicos, inclusive aqueles que compartilham voluntariamente as fake news, estão relacionadas direta ou indiretamente com o lucro da empresa.

Nosso objetivo foi alcançado, pois, identificamos as fake news; analisamos seu contexto histórico e social; recuperamos os comentários interativos a fim de coletarmos apoio ou refutação às falas do jornalista; e por fim, chegamos à conclusão que a imagem da CNN Brasil pode ser afetada pela desinformação, como vimos na Tabela 1, mas esse comprometimento não traz um efeito imediato a empresa. Compreendemos que a imagem institucional pode ser corroída com o passar dos anos, pois

a memória coletiva construída por meio das impressões dos usuários na rede social corrobora para esta tese.

Referências

- ANDRELO, R.; BIGHETTI, F. V. W. A internet como instrumento da democracia: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.11, n.1, p.52-68, maio 2015.
- ANJOS, M. dos, et al. **Novo dicionário Folha/Aurélio**. São Paulo: Nova Fronteira, 1995.
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.
- BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de "fake news": distinções, diagnóstico e reação. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. **XIX ENANCIB**, 2018. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/102819> Acesso em: 23 jan. 2023.
- BUSTAMANTE, J. Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (Org.). **Cidadania e redes digitais**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil; Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.
- CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. LabCom, 2014.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- FELDMAN, D.; STEINDEL, E. G. As relações ente centros de memória e a Ciência da Informação: breve reflexão. **InCID: R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 10, n. 1, p. 147-166, mar./ago. 2019
- FERREIRA, C. G. Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.16, n.3, p.208-231, jul./set. 2011.
- GRIMALDI, L, S, S.; et. al., O patrimônio digital e as memórias líquidas do espetáculo do instagram. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.24, n.4, p. 51-77, out./dez. 2019.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2006.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

- KLEIN, O. D. B.; WJUELLER, R. J. Fake news: a legal perspective. **Journal of Internet Law**. v.20, n.10, p.5-13, abr., 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2958790 Acesso em: 20 jan. 2023.
- KUNCZIK, M. **Conceitos de Jornalismo**: norte e sul-Manual de Comunicação. Edusp, 2001.
- LEMONS, A. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2002.
- LÉVY, P. **O que é o virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1993.
- LLORENTE & CUENTA. A era da pós-verdade: realidade versus percepção. São Paulo: **Uno**. *d+i: desenvolvendo ideias*. n.27, mar. 2017.
- MAIA, C. A.; Emoções e sistema imunológico: um olhar sobre a psiconeuroimunologia. **Psicologia: Teoria, Investigação e Prática**. v.2, p. 207-225, 2002.
- MARRA, L. P.; et. al., **Ivermectina para covid-19**. Revisão sistemática rápida. Revisão sistemática rápida. Disponível em: <https://oxfordbrazilebm.com/index.php/2020/07/09/ivermectina-para-o-tratamento-de-pacientes-com-covid-19-revisao-sistemica-rapida2/> Acesso em: 30 ago. 2021.
- MARTINS, W. **A palavra escrita**: história do livro, da imprensa e da biblioteca: São Paulo: Ática, 1996.
- NORA, P. **Entre memória e história**: a problemática dos lugares. Projeto História, São Paulo, v. 10, p. 7-28, 1993.
- SILVEIRA, da T. P. Lembrar e esquecer na internet. Memória, mídias digitais e a temporalidade do perdão na esfera pública contemporânea. **Varia História**, Belo Horizonte, v.37, n.73, p.287-321, jan/abr 2021.
- PRIMO, A. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECH, M. Uma chance de otimismo. **Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review**, São Paulo, p. 42-45, Jan./Jun. 2017
- REILLY, I. F for Fake: Propaganda! Hoaxing! Hacking! Partisanship! and Activism! in the Fake News Ecology. **Journal of American Culture**. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jacc.12834> Acesso em: 26 jan. 2023.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROST, A. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7** características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014, p. 53-88.
- SCHUDSON, M. Mais e melhor. **Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo**, ano 6, n. 20, p. 12-13, jul./dez. 2017. Disponível em:

<https://arquivo.espm.edu.br/revista/jornalismo/2017-jul-dez/15/#zoom=z>
Acesso em: 30 agos. 2021.

SILVA, C. E. L. Morte e vida da imprensa. **Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review**, São Paulo, p. 36-38, Jan./Jun. 2017.

TORRES, R.; GERHART, N. Epistemology in the Era of Fake News: An Exploration of Information Verification Behaviors among Social Networking Site Users. **ACM SIGMIS Database**, v. 49, n. 3, p. 78–97, 2018.

TOTINI, B; GAGETE, É. Memória empresarial: uma análise da sua evolução. In: NASSAR, Paulo (org.). **Memória de empresa**: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: ABERJE, 2004.

WILKE, V. C. L. Pós-verdade, Fake news e outras Drogas: vivendo em tempos de informação tóxica. **LOGEION: Filosofia da informação**, Rio de Janeiro, v. 7 n. 1, p. 8-27, set. 2020/fev. 2021.

WOLF, M; FIGUEIREDO, M. J. V. de. **Teorias da comunicação**. Presença, 1987.

