

**Disputas entre jornalismo e desinformação na pandemia:
processos de conhecimento e poder
na teoria dos campos sociais**

Conflicts between journalism and disinformation in the pandemic:
knowledge and power processes in social field theory

Disputas entre periodismo y desinformación en la pandemia:
procesos de conocimiento y poder en la teoría del campo social

Carlos Eduardo Franciscato

Universidade Federal de Sergipe | cfranciscato@uol.com.br

Ana Laura Farias Gonçalves

Universidade Federal de Sergipe | analaufarias88@gmail.com

Resumo: A intenção deste artigo é fazer uma releitura da teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu a partir das dinâmicas de desordem informacional e localizar, nas lógicas de lutas dos campos durante a pandemia no Brasil em 2020, condições favoráveis para a cristalização de conhecimentos de ordem prática, não reflexiva, mais próprios a sistemas de poder. A investigação reconheceu a existência de três campos sociais (campo da mídia/jornalismo, campo da política e campo da saúde) cujas interações e tensões na conjuntura brasileira revelam oportunidades para o espalhamento de desinformação, dadas as novas dinâmicas de infraestrutura geradas por lógicas de ambientes digitais em redes. Buscou-se, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, expandir a noção de conhecimento em jornalismo a partir de tensionamentos com o modelo proposto por Bourdieu, considerando a desinformação na pandemia um fator ilustrativo enriquecedor para observar as relações entre jornalismo, conhecimento e poder.

Palavras-chave: jornalismo; desinformação; teoria dos campos sociais; pandemia; conhecimento.

Abstract: The intention of this article is to review Pierre Bourdieu's theory of social fields from the dynamics of misinformation and to locate, in the logics of struggles in the fields during the pandemic in Brazil in 2020, favorable conditions for the crystallization of practical, non-reflective knowledge, more appropriate to power systems. The investigation recognized the existence of three social fields (media/journalism, political and health field) whose interactions and tensions in the Brazilian context reveal opportunities for the spread of disinformation, given the new dynamics of infrastructure generated by the logic of digital environments in networks. We sought, through bibliographical and documentary research, to expand the notion of knowledge in journalism from tensions with the model proposed by Bourdieu, considering misinformation in the pandemic as an enriching illustrative factor to observe the relationships between journalism, knowledge, and power.

Key words: journalism; misinformation; theory of social fields; pandemic; knowledge.

Resumen: La intención de este artículo es revisar la teoría de los campos sociales de Pierre Bourdieu desde la dinámica de la desinformación y ubicar, en las lógicas de las luchas en los campos durante la pandemia en Brasil en 2020, condiciones favorables para la cristalización del conocimiento de un orden práctico, no reflexivo, más apropiado a los sistemas de poder. La investigación reconoció la existencia de tres campos sociales (medios/periodismo, político y de salud) cuyas interacciones y tensiones en el contexto brasileño revelan oportunidades para la difusión de la desinformación, dada la nueva dinámica de infraestructura generada por la lógica de los entornos digitales en redes. Se buscó, a través de la investigación bibliográfica y documental, ampliar la noción de conocimiento en el periodismo a partir de las tensiones con el modelo propuesto por Bourdieu, considerando la desinformación en la pandemia como un factor ilustrativo enriquecedor para observar las relaciones entre periodismo, conocimiento y poder.

Palabras clave: periodismo; desinformación; teoría de los campos sociales; pandemia; conocimiento.

Introdução

Na teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu, aspectos ligados às dinâmicas do poder, como as lutas simbólicas, os acúmulos de capitais e as hierarquias nas posições sociais dentro dos campos, têm sido mais fortemente apropriados da obra desse sociólogo francês. A recepção de seu sistema de análise por parte dos estudos de comunicação a partir da década de 1980 vem permitindo o entendimento da atuação dos agentes especializados na produção de bens simbólicos em posições socialmente reconhecidas, operando recursos que põem em movimento as dinâmicas internas dos campos midiáticos e seus subcampos, como o jornalístico, bem como as interações com os demais campos sociais. Com as tecnologias e os ambientes digitais em rede reestruturando, nas últimas décadas, processos comunicacionais e sociabilidades, sua teoria dos campos sociais tem sido alargada para abranger também a formação de configurações como um “campo midiático digital” (GRACIA, 2021).

A proposta deste estudo estimula um diálogo com uma parte menos explorada da obra de Bourdieu: sua importância para a compreensão dos processos de construção de conhecimento na sociedade, a partir da aplicação do seu sistema de pensamento (situado em três principais eixos – campos-capitais-*habitus*) sobre fenômenos comunicacionais em relação com outros campos sociais. A intenção é fazer uma releitura da obra de Bourdieu no cenário da desordem informacional¹ contemporânea (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) e localizar, nas disputas entre campos sociais para produção de sentidos sobre a pandemia do novo coronavírus no Brasil, em 2020, estratégias de geração de tipos específicos de entendimentos sobre a crise sanitária, com características que se aproximam da abordagem de Bourdieu sobre conhecimentos de ordem prática, não reflexiva, mais próprios a sistemas de poder.

São dois os objetivos: a) estudar a desordem informacional como um fenômeno que, na pandemia, vem se espalhando, devido, entre outros fatores, a diferentes lógicas, estratégias e interesses específicos dos agentes na produção e na circulação de informações e opiniões sobre o tema nos campos da saúde, da mídia e da política, bem como a diferenças nas características e nos processos de produção de conhecimento em cada campo, gerando arestas e desencaixes que tornam possível a operação estratégica com fins diversos ao esclarecimento público; b) estudar de que formas estratégias, do campo do jornalismo², de enfrentamento às ações desinformativas, particularmente na emergência de novos agentes do campo, como as agências de *fact-checking* (que operam predominantemente seguindo princípios da atividade jornalística), são reveladoras das tensões entre os agentes jornalísticos e os agentes desinformatores na construção de conhecimentos sobre a pandemia.

Os procedimentos metodológicos consistiram em pesquisa bibliográfica sobre a obra de Bourdieu e demais autores que oferecem uma compreensão dos fenômenos da produção de conhecimento social, da desordem informacional na pandemia e das

¹ Optamos, neste artigo, pela expressão “desordem informacional”, por caracterizar mais apropriadamente o cenário contemporâneo, e utilizamos o termo “desinformação” como sinônimo.

² Apesar de pertencer, estruturalmente, ao campo da mídia, o uso corrente da expressão “campo do jornalismo” neste texto, em vez de “subcampo”, serve para salientar processos de funcionamento que operam com significativa autonomia em relação aos demais subcampos da mídia.

reconfigurações do campo do jornalismo com a emergência das agências de *fact-checking*. Para compreender o cenário da desordem informacional contemporânea, operamos predominantemente com pesquisa documental em publicações jornalísticas e sites especializados. Para abordar o enfrentamento à desinformação na pandemia pelo campo do jornalismo, buscamos situações das mídias jornalísticas envolvendo as interações com os campos da política e da saúde e, de forma ilustrativa, a atuação da agência brasileira de *fact-checking* Lupa, aplicando técnicas de observação sistemática de seus produtos e entrevistas com profissionais para entender procedimentos e posicionamentos.

Foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas com profissionais da Agência Lupa – Natália Leal (diretora de conteúdo) e Jacqueline Sordi (redatora) –, ocorridas de forma remota (via Google Meet), nos dias 24 de setembro de 2020, 29 de janeiro de 2021 e 1º de março de 2021. As perguntas apresentadas incluíram as rotinas da agência, as mudanças de atuação devido à pandemia, os procedimentos adotados e as relações com demais agentes internos e externos à organização.

Desordem informacional e produção de conhecimento

Adotaremos aqui a expressão desordem informacional seguindo o esforço de Wardle e Derakhshan (2017, p. 20) em caracterizar a “poluição informacional” a partir não apenas da circulação de informações errôneas ou falseadas, mas referindo-se também a um grande volume de conteúdos irrelevantes, redundantes e de pouco valor informativo que contaminam diferentes níveis do espaço público midiático. Os autores classificam três tipos de desordem informacional: *dis-information* (informação intencionalmente falsa utilizada para prejudicar pessoas, organizações países e grupos sociais); *mis-information* (uso de informações falsas sem a intencionalidade de provocar danos); e *mal-information* (utilização de informações verdadeiras para causar danos).

A desordem informacional não ocorre numa situação isolada na cadeia informativa, mas tende a se constituir em três momentos em sua existência social: criação, produção (quando a mensagem é transformada em produto de mídia) e distribuição (quando a mensagem é tornada pública). Reúne produtos, conteúdos e práticas bastante diferenciados, conforme explica a Entidade de Regulação para Comunicação Social (ERC), de Portugal:

Os conteúdos incluem não só informação completamente falsa, mas também informação fabricada, misturando factos e práticas que vão muito além das notícias, de contas automáticas usadas para *astroturfing* (mascarar a proveniência de mensagens de movimentos políticos alegadamente legítimos), redes de falsos seguidores, vídeos manipulados ou fabricados, comunicações políticas ou comerciais dirigidas, *trolling* organizado, memes visuais e outros (ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL 2019, p. 2).

Também é necessário constatar a existência de uma estratégia mercadológica de parte dos agentes desinformadores, que Rêgo (2021, p. 224–225) denomina “mercado das informações falsas”, o que acrescenta um elemento adicional à “complexidade das narrativas híbridas

com que trabalham os mercadores que operam com desinformação” (2021, p. 224). Conforme a autora, além de *fakes*, fraudes ou mentiras, há narrativas dúbias, híbridas, descontextualizadas, imprecisas e manipuladas, cujo objetivo é gerar convencimento.

Wardle e Derakhshan (2017) dedicam atenção aos agentes que criam, produzem e distribuem conteúdos desinformativos. Por atuarem em diferentes etapas, há uma tendência de serem agentes diferenciados, com intenções e estratégias próprias. Discutir seus interesses, como se organizam e que recursos utilizam (particularmente, o ambiente e as ferramentas das tecnologias digitais em rede) indica uma opção em olhar para a produção desses conteúdos.

Antes de avançar o entendimento sobre os agentes, é preciso esclarecer que o fenômeno da desinformação tem hoje contornos definidos na configuração de uma sociedade informacional (CASTELLS, 2001), na contraface a uma noção de informação. De forma simplificada, informação é aqui entendida como “conhecimento codificado” (LASTRES; CASSIOLATO; ARROIO, 2005, p. 19) ou “conhecimento comunicado” (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 149), sendo um conteúdo associado a um processo de conhecimento em que há conhecedores (humanos ou máquinas), sistemas interpretativos e receptores. A informação está vinculada a contextos ambientais, sociais e culturais e “tem que ser constituída pelo processo da comunicação” (CAPURRO; HJORLAND, 2007, p. 172).

Por conhecimento, adotamos a noção operacional de Gonzalez e Martins (2017, p. 252-259), que, ao focarem na gestão de conhecimentos dentro das organizações, observam os processos de seu desenvolvimento, armazenamento e transferência entre os membros dessas organizações para a tomada de decisões, em ciclos que exigem observação, avaliação, reflexão e experiência. Gonzalez, Martins e Toledo (2009, p. 60) afirmam que o conhecimento é essencialmente um “saber como” (*know how*), isto é, uma capacidade de agir em circunstâncias particulares.

A infodemia

A expansão da pandemia do novo coronavírus nos primeiros meses do ano 2020 trouxe também uma preocupação quanto às informações em circulação. Em maio de 2020, a assembleia geral dos estados membros da Organização Mundial da Saúde (OMS) aprovou a Resolução WHA73.1³, estimulando os países a adotarem medidas para frear a desinformação e a proliferação de “ciberatividades maliciosas” que comprometem a resposta da saúde pública, bem como a apoiarem o fornecimento de dados claros, objetivos e científicos ao público. Declaração conjunta lançada em setembro de 2020 pela OMS e pela Organização das Nações Unidas (ONU) identificou nas tecnologias da informação e nas mídias sociais um duplo e contraditório papel de manter a sociedade informada e conectada e, ao mesmo tempo, minar a resposta global à pandemia ao combater a infodemia. Esta é definida como

uma superabundância de informações, tanto online quanto offline. Inclui tentativas deliberadas de disseminar informações erradas para minar a resposta da saúde pública e promover agendas alternativas de grupos ou

³ Disponível em: <https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA73/A73_R1-en.pdf>.

indivíduos. A má e a desinformação podem ser prejudiciais à saúde física e mental das pessoas; aumentar a estigmatização; ameaçam ganhos de saúde preciosos; e levam à falta de observância das medidas de saúde pública, reduzindo assim sua eficácia e colocando em risco a capacidade dos países de conter a pandemia (MANAGING..., 2020, online, tradução nossa).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) caracteriza a “infodemia” como uma desinformação “mais tóxica e mais letal que a desinformação sobre outros assuntos”, conforme expressam Posetti e Bontcheva (2020, p. 2, tradução nossa), autoras do relatório *Disinfodemic: deciphering Covid-19 disinformation*, no qual defendem o uso do termo “desinfodemia” (“*disinfodemic*”, no original) para acentuar o efeito de agravamento que a desinformação produz sobre o conhecimento médico e científico. A desinfodemia opera dentro de uma lógica social de disputa de narrativas entre diferentes sistemas de conhecimento e de crenças.

Desordem informacional nos campos da saúde, da política e da mídia

Não é possível pensar a desinformação como fenômeno isolado, principalmente se a análise se basear em uma perspectiva relacional. Em Bourdieu, a noção de campo social oferece uma leitura do ambiente social e de seus componentes, o que será útil para esta análise. Para ele, campo é um

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

O conceito de campo é, em Bourdieu, o ponto de convergência de uma construção conceitual em que aparecem categorias novas ou com novo sentido, como as de “posição”, “capital” e “luta”. Em primeiro lugar, o campo é um espaço onde as posições dos agentes se encontram *a priori* fixadas. Posição na estrutura significa dizer que os agentes estão distribuídos no espaço social global de acordo com o volume global (quantidade) de capital que possuem e de acordo com a espécie desse capital (econômico, político, cultural) (BOURDIEU, 1993, p. 154). A acumulação de capital é um elemento-chave estratégico na busca por distinção social, melhor posicionamento na hierarquia e, conseqüentemente, maior capacidade de definição e execução de estratégias. A ideia de “luta” como elemento basilar de um campo social leva Bourdieu a entender o espaço social como constituído por relações de disputa e concorrência entre atores pelas melhores posições hierárquicas.

A existência de diferentes campos no mundo social reflete a concepção de que o social não pode ser reduzido a uma única estrutura, em que somente uma mesma lógica comandaria e forneceria explicações para as ações. Ao mesmo tempo em que percebe correspondências entre campos sociais, Bourdieu afirma que cada campo possui uma

autonomia relativa, característica do seu próprio processo de autonomização dentro da pluralidade social. Sua teoria pretende ser uma reflexão sobre a pluralidade das lógicas correspondentes aos diferentes mundos (campos) enquanto “lugares onde se constroem sentidos comuns, lugares-comuns, sistemas de tópicos irredutíveis uns aos outros”. Por isso, considera que uma teoria dos campos é, também, um estudo sobre a “pluralidade dos mundos” (BOURDIEU, 1993, p. 34).

Um dos aspectos centrais da obra de Bourdieu é o tema do poder simbólico. As disputas pelo poder de nomear e construir sentidos sobre o mundo têm sido estratégicas para os agentes em uma variedade de campos sociais. No caso em estudo, iremos explorar as ações de desinformação como lutas pelo poder de impor uma visão da pandemia e de suas formas de tratamento.

Por poder simbólico, seguimos a caracterização de Bourdieu (1989, p. 14–15) e o entendemos como um “poder de construção da realidade” que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização. Para isso, precisa ser reconhecido como tal, pois ele se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitados. Percebido como um “poder subordinado”, é definido como “uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada de outras formas de poder”.

O poder simbólico é parte de uma configuração e de uma manifestação de sentidos e representações do mundo que se corporificam em sistemas simbólicos como “instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e conhecimento” (BOURDIEU, 1989, p. 11). Toda a teoria do autor está montada com base no entendimento dos atos e dos processos sociais como interações relacionais, ou seja, interações dinâmicas e contínuas entre agentes que, dessa forma, constituem a si e a outros como sujeitos sociais. “As relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações” (BOURDIEU, 1989, p. 11).

Dito isso, é presumível considerar a desinformação na pandemia como um tipo específico e estratégico de manifestação de poder simbólico que visa atuar em uma luta pelo poder comunicacional de constituição, reconhecimento, nomeação e entendimentos sobre situações e elementos componentes da crise sanitária. Faremos, então, uma visita ao sistema teórico de Bourdieu para, ilustrativamente, executar uma leitura da estruturação dos campos sociais mais diretamente envolvidos, as noções em disputa, as estratégias e a atuação dos agentes. Destacaremos particularmente três campos sociais proeminentes na pandemia no Brasil: o campo da saúde, o campo da política e o campo da mídia/jornalismo.

1) O campo da saúde

De início, consideraremos o campo da saúde. De forma simplificada, reconhecemos, para abordar a pandemia, a existência de três subcampos: a) o subcampo das políticas públicas em saúde, conduzidas pelas esferas governamentais da União, dos estados e dos municípios; b) o subcampo da pesquisa médica, responsável por estudos e avanços científicos na identificação e no combate ao novo coronavírus; e c) o subcampo da experiência médica, composto capilarmente pelos profissionais médicos espalhados horizontalmente

por milhares de unidades públicas ou privadas de saúde do país, mas articulados por meio de redes associativas e/ou comunicacionais formais ou informais, espaços potencialmente fecundo para relatos, impressões, entendimentos e recomendações sobre a doença com base em seu conhecimento de ordem prática, no dia a dia dos atendimentos.

As formas de produção de conhecimento sobre o coronavírus no país têm ocorrido, dentro do campo da saúde, nas interações entre esses subcampos. Concordamos com Marteleto e Carvalho (2015, p. 587) que o campo da saúde no Brasil tem caráter epistemológico, social, político e singularidades históricas que configuram um domínio ou campo interdisciplinar de conhecimentos complexos e multifacetados. Além do sistema estatal de atendimento à saúde, o Sistema Único de Saúde (SUS), há agentes que operam em instituições de ensino e de pesquisa em saúde, estatais ou privados, responsáveis pelos avanços no conhecimento científico sobre a doença e no desenvolvimento de formas de tratamento (protocolos de atendimento, medicamentos e vacinas).

Rêgo (2021, p. 228) identifica um confronto entre o regime de verdade da evidência científica (que denominamos como subcampo da pesquisa médica) e o regime de verdade de experiências da medicina, formado por essa malha de profissionais que colocam, nas suas impressões, noções testemunhais de verdade, postas em circulação em entrevistas na mídia e em depoimentos nas redes sociais digitais, baseando-se em crenças sobre a prática médica mesmo que divirjam da pesquisa na área. “Embora eles tenham a intenção de ajudar seus pacientes, esses médicos acabam confrontando o regime de verdade da evidência científica e provocando, muitas vezes, uma desinformação em grande escala”.

2) O campo da política

Um segundo campo social proeminente na pandemia no Brasil é o campo da política, na medida em que a crise sanitária se tornou um objeto de lutas ideológicas e programáticas polarizadas, dentro desse campo, entre agentes que defendiam políticas públicas baseadas na ciência e agentes que insistiam na negação da gravidade da doença e das formas científicas de seu tratamento. O campo político, para Bourdieu (1989, p. 164), é o lugar em que se geram, “na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher”. As lutas no campo da política se desenvolvem em duas dimensões: uma delas é a luta externa entre os diferentes atores do campo da política: “uma luta pelo poder propriamente simbólico de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, que é ao mesmo tempo uma luta pelo poder sobre os ‘poderes públicos’ (as administrações do Estado)” (BOURDIEU, 1989, p. 174). Outra dimensão é a luta interna em um partido (ou grupo político).

A posse do presidente da República Jair Bolsonaro, em janeiro de 2019, levou, ao governo federal, um grupo conservador de extrema-direita, com uma estratégia de comunicação política de uso das redes sociais digitais para manter vínculo com seu público preferencial. Ao presidente e a seu *staff* político tem sido atribuída a estratégia de utilizar essa infraestrutura de rede para estimular a produção de informações falsas contra seus adversários: ideias e frases do presidente têm sido apropriadas por correligionários posicionados em nós centrais das redes sociais digitais para impulsionar uma rápida circulação.

No início da pandemia, em março de 2020, falas públicas de Bolsonaro sobre a possibilidade de cura do coronavírus com a substância cloroquina, sobre a suposta baixa gravidade da doença e com críticas a medidas de isolamento social motivaram uma pesquisa sobre as conversações no Twitter que se desdobraram dessas falas. Recuero e Soares (2021) identificaram, durante dez dias daquele mês, os modos como a desinformação relacionada a supostas curas da pandemia se espalhou impulsionada por líderes partidários e ativistas da base de apoio do presidente. Fatos relacionados a números de curados e mortes eram distorcidos para criar uma falsa percepção da doença.

O uso intensivo e agressivo que a Presidência da República faz das redes sociais digitais tensiona dois subcampos da política: de um lado, o campo da luta político-partidária expressa nas estratégias de poder aplicadas pelo governo federal; de outro, o Estado como máquina de administração pública. O Estado é, nesse campo, um agente complexo e diferenciado. Bourdieu não estudou o Estado com profundidade, mas o considera um “meta-campo”, por ter um poder de interferir e alterar a lógica dos demais campos sociais. Miraldi (2015, p. 14) aponta que “o Estado, ao longo dos anos, constituiu-se assumindo a posição de elemento central para a manutenção da ordem estabelecida através de processos simultâneos de unificação, concentração e redistribuição de poder”.

As informações governamentais que circulavam sobre o novo coronavírus operavam uma complexa rede de agentes: de um lado, o Ministério da Saúde e o Gabinete da Presidência; de outro, as redes sociais digitais, os meios de comunicação tradicionais e pequenos veículos e canais nas plataformas digitais. Falas do presidente sobre a pandemia, oficiais ou coloquiais, inauguravam uma cadeia de teses e ataques ideológicos sobre a pandemia. A situação exemplifica a noção de desordem informacional: as informações sobre a pandemia, mesmo envolvendo agentes com conexões e afinidades em um olhar ideológico a seu respeito, circulam em fluxos diversificados, alguns direcionados e outros desorganizados e conflitivos.

Podemos olhar com mais detalhe o pronunciamento em cadeia de rádio e televisão feito por Bolsonaro em 24 de março de 2020, no qual defendeu o retorno do país às atividades normais e considerou o coronavírus uma “gripezinha ou resfriadinho”. Santos (2021) analisou a repercussão dessa fala no Twitter, em um *corpus* de 135 mil *tweets* que expressaram duas posições opostas no campo político brasileiro, nas *hashtags* #Bolsonarotemrazaio e #OBrasilprecisapararBolsonaro. A autora pesquisou as principais fontes de informação das duas redes opostas e verificou que, em ambas, conteúdos publicados em pequenos sites e repositórios foram as principais origens dos *tweets*. Na *hashtag* #Bolsonarotemrazaio, o site bolsonarista *Jornal da Cidade Online*⁴ dominou a maioria das citações (73,45%). Na *hashtag* #OBrasilprecisapararBolsonaro, a autora percebeu uma presença um pouco maior de mídias tradicionais como referência.

3) O campo da mídia

A presença de mídias tradicionais e de pequenas mídias pulverizadas em um largo horizonte de perfis editoriais e ideológicos reflete um espalhamento de lógicas midiáticas reconfiguradas pelas tecnologias digitais em rede. Neste momento, vamos traçar alguns

⁴ Disponível em: <www.jornaldacidadeonline.com.br>.

aspectos estruturantes do alargado campo da mídia, e, em item posterior, abordar especificamente o campo do jornalismo.

É necessário um esforço para situar a teoria de Bourdieu no cenário de digitalização expansiva contemporânea. Gracia (2021, p. 2, tradução nossa) aplica essa perspectiva para propor um “campo midiático-digital (CMD)” como um “espaço estruturado composto por atores individuais e coletivos (plataformas, corporações, fundações, associações informais, tecnólogos, amadores, etc.) e definido por um conjunto de normas e regras que regem o comportamento de seus membros”.

O campo midiático-digital possui uma dimensão consensual e outra conflitiva. Na consensual, estão as regras específicas de funcionamento do campo, muitas vezes implícitas, mas aceitas pelos participantes com base em pressupostos de funcionamento do ambiente, em sua maioria tecnológicos e ligados à cultura digital. A dimensão conflitiva expressa as disputas internas por poder de acesso, conhecimento e uso dos recursos digitais. Para Gracia (2021, p. 2, tradução nossa), os atores do campo midiático-digital, experts por excelência das tecnologias digitais, operam uma forma específica de capital cultural denominado “capital digital”, gerador de reconhecimento simbólico. A diferença de acúmulo de capital digital cria um espaço hierárquico, com áreas de poder e influência.

Desinformação e conhecimento não reflexivo

A desordem informacional na pandemia consiste em um conteúdo social construído com fins estratégicos por meio da apropriação de conhecimentos (informações, diagnósticos, opiniões, etc.) oriundos dos campos da saúde, política e mídia. Os agentes que o criam e adaptam para circulação no campo midiático-digital utilizam-se de atributos vinculados aos discursos desses campos, como veracidade, autoridade e credibilidade, para produzir novos formatos, associados às intenções dos agentes, tendencialmente ligados a questões de poder e influência.

As diferenças nas características e nos processos de produção de conhecimento em cada campo geram arestas e desencaixes no entendimento desse fenômeno complexo da pandemia, o que permite aos desinformadores executarem movimentos de atravessamentos nesses campos para executar combinações e colagens de fragmentos discursivos diversos àqueles que poderiam estar ligados ao interesse e ao esclarecimento públicos. Essas fissuras nas formas e nos processos de produção de conhecimento entre os campos viabilizam a operação dos desinformadores nas margens dos “regimes de verdade” desses campos e viabilizam a visitação e a apropriação de atributos desses conhecimentos e sua reconstrução hábil utilizando estratégias discursivas simbólicas baseadas nos ambientes das tecnologias digitais para colocar em trânsito público peças desinformadoras, normalmente de forma marginal aos grandes fluxos informativos conduzidos pelas mídias tradicionais, as quais têm seus regimes de credibilização.

É importante perceber que a noção de campo midiático-digital oferece uma leitura possível de tensões e disputas de poder conforme o modelo de Bourdieu. A questão do poder é fundamental na abordagem da desinformação porque seus agentes tendem a estar envolvidos nas três fases da cadeia de informações (criação, produção e distribuição), conforme Wardle e Derakhshan (2017, p. 25-26). Os autores reconhecem o perfil dos agentes

vinculados a lutas por poder e influência, atuando individualmente ou em grupos organizados em torno de interesses comuns (financeiro, político, social, comportamental, etc.). Destacam, ainda, que os desinformadores tendem a apresentar uma competência tecnológica de uso de ferramentas e dispositivos das redes digitais, em particular no uso de automação e robôs, para criação e disseminação de mensagens.

Assim, a desordem informacional de nossa época – e, particularmente, no Brasil, durante a pandemia – é fundamentalmente uma dinâmica de poder, opera no campo da imaterialidade e da simbolização, contribui para o acúmulo de capitais pelos agentes, por meio de estratégias de apropriação de conhecimentos oriundos dos campos sociais da política, saúde e mídia, e se constitui em uma lógica de construção de conhecimento social que se vale amplamente da exponencial capacidade interacional das redes sociais digitais. Portanto, consideramos que a noção de Bourdieu sobre a existência de um conhecimento praxiológico, de natureza social, seja fecunda para pensar o cenário da desinformação, mesmo que essa forma de conhecimento seja proporcionalmente pouco sistematizada em sua obra. Exploraremos mais o aspecto da relação entre desinformação e conhecimento não reflexivo no próximo item, ao abordarmos especificamente o campo do jornalismo.

Jornalismo, desinformação e *fact-checking*

Desde o início de seu governo, Bolsonaro tem estabelecido uma postura e uma leitura do campo político segundo as quais algumas empresas jornalísticas vinculadas a conglomerados tradicionais de mídia, como *Globo*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, atuariam em posição oposta ao interesse público e, por consequência, em oposição às linhas de ação do próprio governo. Essa leitura justificaria a estratégia de polarização do grupo de poder vinculado ao governo e a necessidade de uma “guerra híbrida” (CASTRO, 2020) no ambiente das plataformas digitais para defender a nação e a população brasileira, utilizando recursos de lógica algorítmica, automação e inteligência artificial, formação de comunidades virtuais de correligionários e compartilhamentos em massa. Já no seu primeiro ano de mandato, o presidente somava pelo menos 111 ataques à imprensa, segundo levantamento da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), feito entre janeiro e novembro de 2019 (BOLSONARO..., 2019, online).

Em *Sobre a televisão*, Bourdieu (1997) faz uma abordagem direta sobre o campo do jornalismo. Embora seja uma obra visivelmente episódica e secundária, se comparada aos estudos que embasaram a construção da teoria dos campos sociais, nela o autor aplica um tom crítico ao jornalismo televisivo por este ser muito dependente das lógicas do mercado, atribuindo tal fator, posteriormente, a um modelo mercadológico dominante na televisão comercial e a outras mídias de massa, a “*audience ratings mentality*” (BOURDIEU, 2005, p. 43) ou “mentalidade de índices de audiência”, em tradução livre.

De fato, Bourdieu nunca conduziu uma análise empírica do campo jornalístico (MAARES; HANUSCH, 2020, p. 10), e talvez a principal contribuição para uma formulação teórica desse conceito esteja na coletânea *Bourdieu and the journalistic field*, organizada por Benson e Neveu (2005). Em relação à produção acadêmica em geral, Maares e Hanusch (2020) analisaram 248 artigos em inglês publicados entre 1998 e 2018, aplicando o modelo de campo do jornalismo, e refletiram, entre outros aspectos, sobre o

grau de autonomia do jornalismo em relação a campos como o econômico ou político, sendo percebidas situações recorrentes de dependência (heteronomia). O campo do jornalismo tende a ser inserido no campo da produção cultural, e os graus de heteronomia dependerão dos contextos nacionais envolvidos.

As noções de campo do jornalismo no sistema de Bourdieu não podem ser adotadas sem considerar uma lógica que estrutura seu pensamento: a de que o real é relacional, ou seja, um campo e os elementos dentro dele só podem ser entendidos em uma situação relacional, na relação com os demais elementos. Por isso que o poder de cada agente no campo dependerá da posição em que ele esteja situado, que corresponderá a uma quantidade de capital acumulado. O entendimento da autonomia do campo do jornalismo depende também dessa leitura relacional sobre os demais campos sociais.

Benson e Neveu (2005, p. 5, tradução nossa) visualizam o campo do jornalismo como parte de um campo de poder. As disposições de luta e de jogo – considerando que o jogo institui uma “lógica da prática” que não depende de uma espécie de cálculo consciente ou da obediência a uma regra (BOURDIEU, 1993, p. 21-22) – delimitam um conceito relacional de poder, a começar pelo modelo utilizado, composto de dois polos opositivos (dominantes/dominados, conservadores/progressistas, direita/esquerda). “Nada tem sentido senão relacionalmente, por meio do jogo das oposições e das distinções” (BOURDIEU, 1989, p. 179).

O campo do jornalismo é visto como um microcosmo dentro de um macrocosmo. Na perspectiva relacional do poder, o jornalismo ocuparia uma posição central, por sua capacidade de impor uma visão legitimada do mundo social, e atuaria como um mediador entre os demais campos. Entretanto, um desafio da pesquisa contemporânea seria avaliar qual o grau de autonomia ou de independência que o campo do jornalismo tem, na competição com outros campos sociais, para construir essa visão de mundo social (BENSON; NEVEU, 2005, p. 6 e 18-19).

Em um de seus últimos textos, Bourdieu reconheceu uma fraca autonomia do campo do jornalismo, mas o suficiente para que esse campo não possa ser compreendido meramente olhando os elementos e as forças externas a ele. “Parte do que é produzido no mundo do jornalismo não pode ser entendido a menos que se conceitualize este microcosmo como tal e se esforce para compreender os efeitos que as pessoas envolvidas neste microcosmo exercem umas sobre as outras” (BOURDIEU, 2005, p. 33, tradução nossa). Ao mesmo tempo, entende o autor que o jornalismo constitui uma profissão que tem semelhança a outras encarregadas de oferecer categorias para a construção e a classificação da realidade e as impor socialmente.

É visível um reconhecimento das expansões e dos atravessamentos do campo do jornalismo, de suas lógicas e de seus capitais de autoridade social por parte de agentes, discursos e estratégias de outros campos sociais nesse espaço público contemporâneo digitalizado. Com a desordem informacional, o campo do jornalismo tem criado estratégias de enfrentamento de conteúdos desinformativos por meio da emergência de novos agentes especializados no enfrentamento da desinformação, as organizações de *fact-checking*.

A atividade de *fact-checking* caracteriza-se como um trabalho jornalístico de verificação de conteúdos em circulação pública suspeitos de serem desinformação. Portanto, sua

missão principal não é criar conteúdo jornalístico, mas verificar sua veracidade. Essas agências são formadas predominantemente por jornalistas e trazem a *expertise* jornalística de apuração para verificar os conteúdos duvidosos. A verificação normalmente demanda a busca por novas informações, com o uso de técnicas jornalísticas, como a entrevista, o cruzamento de informações e a pluralidade de versões sobre um fato.

As primeiras experiências internacionais de agências de *fact-checking* ocorreram nos Estados Unidos, em 2003 (GRAVES, 2013, p. 17). Em 2015, foi criada uma rede internacional de organizações de verificação, a International Fact Checking Networking (IFCN), pelo Instituto Poynter, que possui regras relativas à transparência da atividade. No Brasil, a primeira experiência de *fact-checking* ocorreu em 2015, com a fundação da Agência Lupa, no Rio de Janeiro.

Quando Bolsonaro assumiu como presidente, as duas maiores agências de *fact-checking* brasileiras, Lupa e Aos Fatos, tinham cerca de três anos de funcionamento e poucos embates significativos, o que se modificou drasticamente nos anos seguintes. As agências perceberam a Presidência da República como fonte de ações desinformadoras. Aos Fatos começou a fazer avaliações semanais das falas do presidente⁵. De 1º de janeiro de 2019 até 7 de dezembro de 2021, já haviam sido checadas 4.528 declarações “falsas ou distorcidas”.

A contaminação do campo político sobre o campo da saúde durante a pandemia no Brasil é facilmente demonstrável, principalmente por meio do subcampo das políticas públicas em saúde, conduzidas, no caso específico, pelo Ministério da Saúde, principalmente durante os 10 meses da gestão do ministro Eduardo Pazuello, de maio de 2020 a março de 2021. Sua gestão ficou marcada pela ascensão das lógicas do campo político sobre a tecnicidade das políticas de saúde, com forte acento negacionista sobre a gravidade da doença, contrário às medidas de controle por meio do isolamento social, pouca ação efetiva de suporte aos estados e municípios e retardamento das estratégias de vacinação da população.

Descontentes com a influência política sobre os dados do Ministério da Saúde, algumas das principais empresas jornalísticas brasileiras criaram, em 8 de junho de 2020, o Consórcio de Veículos de Imprensa, a fim de sistematizar e divulgar, de forma colaborativa, os números de casos positivos de Covid-19, de óbitos ocasionados pela doença e, posteriormente, da vacinação, cobrindo os 26 estados e o Distrito Federal (VEÍCULOS..., 2020, online). Significou uma clara disputa com o subcampo estatal da saúde, dominado pela lógica política, pelo poder de construir, estatisticamente, uma radiografia diária sobre a gravidade da pandemia no país.

Outra disputa por nomeação entre o campo da mídia e o da política ocorreu em janeiro de 2021, quando a Agência Lupa e o jornal *Folha de S.Paulo* decidiram, de forma conjunta, usar o termo “mentir” para definir informações governamentais (do presidente Bolsonaro, inclusive) que errassem ou distorcessem a realidade com traços intencionais: “é importante hoje a gente dar o nome real às coisas, pra que a gente não caia também nesse enrosco da distorção da narrativa, que é uma coisa que alimenta muito a

⁵ O levantamento da Agência Aos Fatos é atualizado regularmente e permite fazer buscas a partir de temas, além de oferecer dados estatísticos a respeito das declarações falsas ou deturpadas proferidas por Bolsonaro. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/todas-as-declaracoes-de-bolsonaro>>.

desinformação”, afirmou Natália Leal, diretora de conteúdo da Lupa. Ela também disse que a agência adota a estratégia jornalística de “ouvir o outro lado”, ou seja, buscar junto ao Estado esclarecimentos sobre informações a serem divulgadas, mas normalmente sem sucesso: “no governo que a gente tá vivendo hoje, a resposta já vem prontamente, e ela é ‘o governo não vai se manifestar’”⁶.

Leal reconhece que a função de checagem de informações, contrariando os interesses do governo, colocou a Lupa em uma situação de polarização típica das lutas de poder do campo da política, em que a agência está no polo da verificação técnica das informações e o governo está no polo oposto, dos negacionistas: “...porque quem tá contra isso vai acabar virando um alvo também desse... [...] desse grupo institucionalizado que usa isso como uma estratégia”⁷. Em contrapartida, a agência se aproximou do subcampo da pesquisa médica, em busca de estudos científicos sobre a identificação e o combate ao novo coronavírus, conforme relato da jornalista e bióloga Jaqueline Sordi, responsável por produzir a seção “Lupa na Ciência”. Sordi diz se sentir segura para analisar o rigor metodológico e a relevância de artigos publicados em periódicos científicos⁸.

Considerações provisórias

Este artigo buscou pensar o jornalismo como uma forma social de conhecimento responsável por contribuir com a construção de referências factuais e interpretativas de mundo, verazes, atuais e relevantes para a vida em sociedade. Não tivemos a intenção de entrar no núcleo desse debate, mas nos parece oportuno o esforço de Nielsen (2021) para atualizar a proposta de Park (1955), a partir da sociologia do conhecimento. Ao olhar para o jornalismo imerso no ambiente das mídias digitais em rede, Nielsen considera que a ideia da notícia como forma de conhecimento deveria ser substituída pela ideia de “formas de conhecimento”, para pensar o quanto a complexidade do ambiente midiático está empurrando a notícia para se configurar, aproximando-se de ambos os extremos da familiaridade assistemática e a-reflexiva das coisas do mundo (“*acquaintance with*”), por um lado, e do conhecimento científico, reflexivo e sistemático (“*knowledge about*”), por outro.

Buscamos em Bourdieu a possibilidade de pensar essas formas diversificadas de conhecimento expandidas na digitalização, na plataformização e na datificação social. O autor nos estimula a olhar para um tipo de conhecimento prático do mundo social, resultante de uma “razão prática”, não reflexiva. Um conhecimento de ordem experiencial por parte de indivíduos e públicos difusos e interconectados. Um conhecimento que se multiplica e se entrecruza na pluralidade de lógicas, infovias e telas de um campo midiático-digital que dá corpo à nossa vida diária.

É no movimento desse exercício teórico que questionamos os espaços e as lógicas sociais que possam estar contribuindo para a eficácia das estratégias de desinformação, particularmente na pandemia. A natureza relacional das disputas internas e externas aos

⁶ Entrevistas concedidas por Natália Leal a Ana Laura Farias Gonçalves, em 24 de setembro de 2020 e em 29 de janeiro de 2021.

⁷ Idem.

⁸ Entrevista concedida por Jacqueline Sordi a Ana Laura Farias Gonçalves, em 1º de março de 2021.

campos da saúde, da política e da mídia vem possibilitando incorporar, por meio do sistema de Bourdieu, “sentidos do jogo” (a execução de lances a partir de situações possíveis) dentro de uma “lógica da prática” que pode estimular mais a operação de sistemas de classificação do que a refletir sobre fundamentos ou razões para as ações.

Bourdieu (1993, p. 21) indica que a ação social regida pelo senso prático pode orientar as condutas dos agentes em relação a determinados fins, sem estarem conscientemente dirigidas por esses fins. O agente opera uma razão prática, um sentido de jogo que se adapta a situações conjunturais, momentâneas, sem uma elaboração reflexiva ou planejada. É esse conhecimento prático do mundo social – que Bourdieu chama de “conhecimento praxiológico” –, engendrado como um processo interminável de disputas no campo, que se corporifica em um conjunto de noções que dão coerência sobre o agir.

Santis e Souza (2017) constatam que, em Bourdieu, os sistemas de classificação são muito menos instrumentos de conhecimento do que instrumentos de poder, isto é, agem como formas para impor a satisfação de interesses de grupos que os estabelecem. Buscamos, no artigo, sinalizar que as ações de desinformação durante a pandemia foram fortemente movidas por interesses estratégicos do campo da política, buscando às vezes figuras retóricas de um repertório do senso comum a-reflexivo e operando uma gramática que força polarizações, dicotomias simplificadoras, recurso ao emocionalismo e ao pânico, incapacidade dialógica, valorização do conflito, etc., criando uma adesão ao conhecimento por familiaridade e colocando-o em confronto com o conhecimento demonstrativo que a ciência e o jornalismo têm buscado apresentar.

Referências

BENSON, Rodney; NEVEU, Erik. Introduction: field theory as a work in progress. In: _____; _____. (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 1-19.

BOLSONARO fez ao menos 111 ataques à imprensa em 2019. *Congresso em Foco*, 2 dez. 2019. Disponível em: <<https://tinyurl.com/5n836d6w>>. Acesso em: 25 out. 2020.

BOURDIEU, Pierre. The political field, the science field, and the journalistic field. In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 29-47.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

_____. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. São Paulo: Paz & Terra, 2001.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas. *E-Compós*, Brasília, v. 23, p. 1-29, 2020.

ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL. *A desinformação: contexto europeu e nacional*. [S.l.]: ERC, 2019.

GONZALEZ, Rodrigo Valio Dominguez; MARTINS, Manoel Fernando. O processo de gestão do conhecimento: uma pesquisa teórico-conceitual. *Gestão & Produção*, São Carlos, v. 24, n. 2, p. 248-265, abr./jun. 2017.

_____; _____. TOLEDO, José Carlos de. Gestão do conhecimento em uma estrutura organizacional em rede. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 38, n. 1, p. 57-73, jan./abr. 2009.

GRACIA, Juan Pecourt. El campo mediático-digital y la diferenciación social. *Política y Sociedad*, Madrid, v. 58, n. 1, e69007, p. 1-11, 2021.

GRAVES, Lucas. *Deciding What's True: fact-checking journalism and the new ecology of news*. New York: Columbia University, 2013.

LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; ARROIO, Ana. Sistemas de inovação e desenvolvimento: mitos e realidade da economia do conhecimento global. In: _____. _____. (Orgs.). *Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. p. 17-50.

MAARES, Phoebe; HANUSCH, Folker. Interpretations of the journalistic field: A systematic analysis of how journalism scholarship appropriates Bourdieusian thought. *Journalism*, p. 1-19, 2020.

MANAGING the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation. *World Health Organization*, 23 set. 2020. Disponível em: <<https://tinyurl.com/ykzw5u2c>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

MARTELETO, Regina Maria; CARVALHO, Lidiane dos Santos. Health as a Knowledge Domain and Social Field: Dialogues with Birger Hjørland and Pierre Bourdieu. *Knowledge Organization*, v. 42, n. 8, p. 581-591, 2015.

MIRALDI, Juliana Closesl. *Pierre Bourdieu e a teoria materialista do simbólico*. 2015. 149 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, 2015.

NIELSEN, Rasmus K. Notícias digitais como formas de conhecimento: um novo capítulo na Sociologia do Conhecimento. *Intexto*, Porto Alegre, n. 52, p. 1-25, 2021.

PARK, Robert E. News as a form of knowledge: a chapter in the Sociology of Knowledge. In: _____. *Society: Collective Behavior, News and Opinion*, Sociology and Modern Society. Illinois: Free Press, 1955. p. 71-88.

POSETTI Julie; BONTCHEVA, Kalina. *Disinfodemic: deciphering Covid-19 disinformation*. Paris: Unesco, 2020.

RECUERO, Raquel; SOARES, Filipe Bonow. O discurso desinformativo sobre a cura da Covid-19 no Twitter: estudo de caso. *E-Compós*, Brasília, v. 24, p. 1-29, 2021.

RÊGO, Ana Regina. A construção intencional da ignorância na contemporaneidade e o trabalho em rede para combater a desinformação. *Recis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 221-232, jan./mar. 2021.

SANTIS, Rodrigo de; SOUZA, Rosali Fernandez. Uma proposta de diálogo entre o conhecimento praxiológico de Bourdieu e a organização do conhecimento. In: MARTELETO, Regina Maria; PIMENTA, Ricardo Medeiros (Orgs.). *Pierre Bourdieu e a produção social da cultura, do conhecimento e da informação*. Rio de Janeiro: Garamond, 2017. p. 154-175.

SANTOS, Nina. Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o coronavírus. *E-Compós*, Brasília, v. 24, p. 1-19, 2021.

VEÍCULOS de imprensa fazem parceria para dar transparência a dados de Covid-19. *O Globo*, 8 jun. 2020. Disponível em: <<https://tinyurl.com/2p98un6v>>. Acesso em: 25 out. 2020.

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

Carlos Eduardo Franciscato

Professor titular da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Jornalista e especialista em Ciência Política pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Doutor e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-doutorado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Ana Laura Farias Gonçalves

Jornalista da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Mestre em Comunicação Social pela UFS. Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Especialista em Marketing Digital pela Faculdade Dom Bosco.