

Desinformação e interdiscurso: a reconstrução da percepção pública sobre o programa Farmácia Popular¹

Taís CINTRA²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo propõe uma análise do vídeo sobre o Farmácia Popular, veiculado pelo Governo Federal em dezembro de 2023. A abordagem central fundamenta-se na perspectiva de como a desinformação pode ser formada através do interdiscurso. Analisaremos como a interação entre diversas vozes e discursos configuram um significado relevante para compreender como as mensagens foram moldadas, influenciadas e reinterpretadas durante o governo Bolsonaro, período em que o país vivenciou o auge do fenômeno da desinformação. As reflexões traçadas neste artigo visam entender como os discursos se entrelaçam, informam e produzem novos efeitos de sentido.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação; interdiscurso; discurso político; análise do discurso.

INTRODUÇÃO

A partir de 2016, o mundo viu surgir um novo fenômeno decisivo na reconfiguração política: a desinformação, que foi responsável por criar narrativas que se propagaram numa imensa velocidade a partir da força massiva das redes sociais. Wardle e Derakhshan (2017) definem desinformação como "informação falsa criada e divulgada sem a intenção de causar dano, mas que tem potencial para enganar.". Os autores citam ainda que o fenômeno da desinformação revela as vulnerabilidades inerentes à dinâmica de informação na era digital, exigindo uma reflexão crítica sobre a ecologia da informação e a responsabilidade compartilhada na promoção da verdade e precisão.

¹ Trabalho apresentado no GP Desinformação, Educação Midiática e *Fact-checking*, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Bolsista de mestrado pela Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE). Email: tais.cintra@ufpe.br

Uma das ramificações da desinformação seriam as *fake news* definidas como "notícias deliberadamente enganosas ou fabricadas que imitam a produção midiática em forma apresentadas como se fossem reais" (LAZER et al, 2018). De acordo com Porcello e Brites (2018), as *fake news* "são notícias falsas criadas propositalmente para enganar visando alguma vantagem sobre isso". As *fake news* são, na verdade, uma ameaça crescente à sociedade moderna, minando a confiança pública, distorcendo o debate público e comprometendo a integridade da informação (ALLCOTT & GENTZKOW, 2017).

A desinformação se tornou estratégia política não só nos Estados Unidos com Trump, mas também com Bolsonaro no Brasil. Outro fenômeno identificado neste período de governo foi o da pós-verdade que é definida como uma época em que as pessoas estão mais inclinadas a aceitar afirmações que apelam às suas crenças e emoções, mesmo que essas afirmações se afastem da verdade objetiva (KEYES, 2004).

Importantes temas como vacina, pandemia, remédios ineficazes foram levados à população por Bolsonaro permeados de notícias falsas, tendenciosas e espetaculosas. No Brasil, a desinformação foi um fenômeno recorrente na estratégia de comunicação política bolsonarista. A mentira se tornou um padrão do governo que tinha a habilidade de criar dicotomias e diferentes versões sobre um mesmo fato visando enganar a opinião pública e semear a dúvida. (MARQUES & RAIMUNDO, 2021).

A era da desinformação bolsonarista levou à necessidade de desmascarar vários discursos, incluindo um sobre o programa "Farmácia Popular". Em dezembro de 2023, o Governo Federal lançou um vídeo com uma nova narrativa que será analisada, neste resumo, sob a perspectiva dos conceitos de Dominique Maingueneau, especialmente o de interdiscurso.

A interdiscursividade, conforme definida por Maingueneau (1997), refere-se ao conjunto de discursos que mantêm relações discursivas entre si. Neste contexto, exploraremos como o vídeo "Farmácia Popular" se insere no interdiscurso político brasileiro, considerando a influência dos diferentes discursos que o antecederam, especialmente no período do governo Bolsonaro.

O estudo buscará compreender as estratégias discursivas utilizadas no vídeo para promover o sentimento de união entre os brasileiros, especialmente no contexto da mudança de governo e da reconstrução proposta pela gestão do presidente Lula. Serão

analisados os recursos linguísticos, as escolhas lexicais e a construção de argumentos visando entender como o discurso se insere na dinâmica política e social do momento.

Neste percurso, será analisada a relação entre interdiscurso e desinformação e qual a influência de diferentes vozes e discursos presentes na construção e propagação de informações falsas ou na omissão de informações. Na esfera da desinformação, essa interação entre discursos pode ser estrategicamente utilizada para disseminar narrativas enganosas.

Ao adotar essa perspectiva teórica, pretendemos oferecer uma análise crítica que transcenda a superfície textual e revele as diversas camadas do discurso político contemporâneo no Brasil.

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Em janeiro de 2023, quando Lula assume o Governo Federal pela terceira vez, o compromisso de sua gestão está definido no slogan “União e Reconstrução”. A palavra “união” traz o sentido de restaurar o elo entre os brasileiros que acabou ficando enfraquecido devido ao tamanho da polarização vivenciada especialmente no governo Bolsonaro. A palavra “reconstrução” diz respeito a recriar ou fortalecer diversas políticas públicas que foram aniquiladas ou enfraquecidas também pelo governo Bolsonaro.

No final do primeiro ano de governo, foi lançada em seu canal oficial no Youtube, uma série de campanhas, cujo objetivo era o de promover o sentimento de união entre os brasileiros. Para a análise a ser realizada neste resumo, optou-se pelo filme “Farmácia Popular” que tem duração de 45 segundos.

O programa Farmácia Popular do Brasil foi criado em abril de 2004, durante o primeiro governo Lula. Trata-se de uma política pública de saúde que faz parte da Política Nacional de Assistência Farmacêutica. Tem o propósito de oferecer medicamentos de uso comum a preços reduzidos ou de forma gratuita.

Em 2022, sob a gestão Bolsonaro, conforme noticiou o Estadão, a verba prevista para o programa sofreu um corte de 59% com o intuito de aumentar o dinheiro destinado ao orçamento secreto. Tal medida pôs em risco a vida de uma imensa parcela da população brasileira que não tinha condições de comprar o medicamento.

FARMÁCIA POPULAR PARA TODOS

O objeto deste artigo será descrito no texto a seguir:

Em uma farmácia situada aparentemente em um bairro periférico, uma mãe carregando sua filha nos braços expressa sua angústia diante do alto custo do medicamento utilizado para tratar a asma. Seu semblante denota desespero, revelando a difícil situação em que se encontra. A mãe relata que a filha está enfrentando dificuldades para dormir devido a uma crise de asma.

Nesse momento, uma observadora atenta à conversa indaga se a mãe possui a receita médica. Ao receber uma resposta afirmativa, a mulher, com entusiasmo, informa que é possível adquirir o remédio gratuitamente. A mãe, com um olhar incrédulo, questiona se ela também tem direito: “eu também posso?”. Desconhecendo a possibilidade de acesso gratuito ao medicamento, ela tenta esconder a camisa da seleção brasileira que usa por baixo do casaco.

A mãe esclarece que acreditava que o programa não se destinava a ela. A mulher, sorridente, assegura que o programa está disponível para todos que necessitam e compartilha que seu próprio filho utiliza o mesmo medicamento. Expressando um alívio visível, a mãe recebe o remédio gratuitamente, ao som do jingle da campanha. A legenda do vídeo destaca a frase: "Querer o melhor para os nossos filhos, isso é o que nos une". O filme encerra com a assinatura da campanha: "Brasil, união e reconstrução, governo federal".



Fig. 1 Mãe se mostra surpresa ao descobrir que também tem acesso ao programa

A análise das formações discursivas dos governos Bolsonaro e Lula pode gerar tensões significativas, pois essas correntes políticas operam em campos discursivos bastante distintos, abordando temáticas e perspectivas diversas, mesmo quando aparentemente tratam do mesmo objeto. As formações discursivas presentes no vídeo do governo Lula são resultado da interdiscursividade relacionada às formações discursivas do governo Bolsonaro.

A aplicação da noção de interdiscurso de Maingueneau se torna crucial nesse contexto. Essa interdiscursividade que trata das relações entre diferentes discursos, pode ser observada na interação entre a mãe e a mulher na farmácia. O desconhecimento da mãe sobre o programa revela como determinadas representações e informações sobre políticas públicas podem não alcançar todos os estratos da sociedade de maneira eficaz. A mulher que compartilha sua experiência, por sua vez, atua como um elemento interdiscursivo, conectando o discurso oficial do programa ao contexto vivido pela mãe.

Compartilhamos do sentimento de desespero da mãe ao perceber que não poderia pagar pelo medicamento. Ao ser comunicada sobre o acesso gratuito ao medicamento, a mãe expressa sua surpresa e desconhecimento sobre a possibilidade de obter o medicamento gratuitamente e evidencia a forma como a informação sobre o programa não era suficientemente difundida no governo anterior.

O interdiscurso, portanto, é fundamental para a existência das formações discursivas que construíram o vídeo que tem uma importante mensagem a ser repassada: assim como a personagem do vídeo, milhares de brasileiros podem desconhecer o seu direito a um serviço público e gratuito de saúde, neste caso, o do programa da Farmácia Popular.

O ponto central do vídeo é exatamente quando a mãe questiona se também pode ao mesmo tempo em que tenta esconder a camisa da seleção brasileira. Seria ela eleitora de Bolsonaro? Será que ela se surpreende pois achava erroneamente que apenas eleitores do governo Lula teriam direito aos medicamentos? A criação desta personagem é condição para, possivelmente, muitos eleitores de Bolsonaro terem acesso à informação correta sobre o programa Farmácia Popular. A pergunta “eu também posso?”, embora tenha sido feita na primeira pessoa do singular, representa, na verdade, milhares de pessoas que não compreendiam o funcionamento do programa social. A mãe representa um sujeito que, até o momento da interação na farmácia, não estava inserido no discurso do programa público de distribuição de medicamentos. Esse desconhecimento pode ser resultado da construção específica das formações discursivas às quais ela tinha acesso, onde a informação sobre esse programa não circulava adequadamente.

Ao aceitar a oferta do medicamento gratuito, a mãe incorpora esse novo discurso em sua própria narrativa, transformando a situação e alterando a dinâmica de poder original. O interdiscurso de Maingueneau, nesse contexto, destaca como diferentes discursos entram em jogo, informando e reinterpretando a narrativa. A compreensão da situação não é apenas influenciada pela interação direta entre as personagens, mas também pela interseção de discursos sociais mais amplos que permeiam a experiência da mãe na farmácia. A interação entre a mãe e a mulher na farmácia revela uma polifonia, uma multiplicidade de vozes. Os diálogos refletem a complexidade das vozes sociais presentes, desde o desespero inicial até a revelação da alternativa. Vale salientar que Maingueneau enfatiza que o discurso é uma prática social. No vídeo, a interação entre as personagens reflete não apenas um evento isolado, mas uma prática social mais ampla de desigualdades no acesso à saúde.

A desinformação ocorre quando há uma ausência de informação precisa e relevante em determinadas esferas discursivas. No caso, a mãe, por meio de sua confissão de desconhecimento, reflete um vazio informativo em sua formação discursiva. Isso

destaca a importância de compreender como a desinformação pode não apenas distorcer fatos conhecidos, mas também omitir informações cruciais que impactam diretamente a vida das pessoas.

Ao incorporar o conceito de formação discursiva, percebemos que a desinformação não é apenas a propagação ativa de informações falsas, mas também a ausência de informações relevantes. No contexto do vídeo, a mãe não estava consciente de seus direitos em relação ao acesso a medicamentos gratuitos, demonstrando como as formações discursivas podem criar barreiras de conhecimento.

Essa análise ressalta a necessidade de uma abordagem crítica ao consumo de informações e destaca como a desinformação pode ser mais do que a simples manipulação ativa, mas também a negligência em fornecer informações cruciais que impactam diretamente a vida das pessoas

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação das formações discursivas dos governos Bolsonaro e Lula, sob a perspectiva do conceito de interdiscurso de Dominique Maingueneau oferece uma compreensão mais profunda das complexidades políticas e ideológicas no cenário brasileiro. A análise se concentra na interação entre diferentes discursos presentes no vídeo sobre o programa Farmácia Popular, buscando revelar as tensões e influências que moldam a produção de significado e evidenciando como diferentes vozes e perspectivas influenciam a percepção pública no contexto mais amplo das políticas de saúde pública no Brasil, especialmente relacionadas ao programa Farmácia Popular.

A mensagem final do vídeo, centrada na ideia de união e reconstrução, busca construir uma identificação emocional com o público, destacando o compromisso do governo em proporcionar acesso a medicamentos essenciais. A análise do vídeo em relação à desinformação destaca como a falta de informação pode ser tão impactante quanto a propagação ativa de informações falsas, ou seja, o interdiscurso, neste caso, é fundamental para compreender não apenas o que é dito, mas também o que é omitido, ressaltando a importância da formação discursiva na compreensão do fenômeno complexo da desinformação.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. (2017). **Social media and fake news in the 2016 election**. Journal of Economic Perspectives, 31 (2): 211-36. Disponível em: < 10.1257/jep.31.2.211 >. Acesso em: 15 de abr. de 2023.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A.C. **Desinformação e circulação de “Fake News”: distinções, diagnóstico e reação**. In XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, Londrina (2018). Disponível em: <http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1219/1636> Acesso em: 10 de abr. de 2023.

KEYES, Ralph. **The Post-Truth ERA: dishonesty and deception in contemporary life**. New York: St. Martin’s Press, 2004.

LAZER, D. et al. **The science of fake news**, 2018. Disponível em: <https://www.science.org/doi/abs/10.1126/science.aao2998>. Acesso em: 05/01/2024.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997.

_____. **Gênese dos discursos**. Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARQUES, R.; RAIMUNDO, J. A. **O Negacionismo científico refletido na pandemia da covid-19**. In Boletim de Conjuntura (BOCA), 2021.

PENNYCOOK, G.; RAND, D. G. **The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings**, 2018. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/abs/10.1073/pnas.1806781116>. Acesso em: 06/01/2024.

PORCELLO, F.; BRITES, F. **Verdade x Mentira: A ameaça das fake news nas eleições de 2018 no Brasil**. In 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville (SC), Anais eletrônicos, 2018. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/184434/001078994.pdf?sequence=>. Acesso em: 20/12/2023.

POSSENTI, S. **Observações sobre interdiscurso**. In Revista Letras. Curitiba: Editora UFPR, 2003.

PROGRAMA Farmácia Popular foi criado no governo Lula e atende 21 milhões. **Estadão**, 2022. Disponível em: <https://mobilidade.estadao.com.br/na-perifa/programa-farmacia-popular-foi-criado-no-governo-lula-e-atende-21-milhoes/>. Acesso em: 15/12/2024.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Natal/RN - 08 a 10/05/2024

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: towards an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe Report, 2017.