

A COMUNICAÇÃO NA PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE DAS INTERAÇÕES DA CNBB NO *FACEBOOK*

Gilliard Zuque da Fonseca
Mestre pelo

Programa de Pós-graduação em Comunicação
e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
E-mail: gizuque@hotmail.com

Maria Nazareth Bis Pirola

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES
E-mail: n.pirola@uol.com.br

RESUMO

Apresenta como a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) noticia a pandemia de Covid-19 em sua página do Facebook. Busca entender as estratégias discursivas e de interação construídas para, na condição de enunciadora, enunciar a pandemia aos seus públicos. Observa, ainda, como o público reage no espaço destinado aos comentários. Tem como corpus uma seleção de quatro postagens feitas entre março de 2020 e março de 2021, identificadas pelos meios de comunicação e autoridades médicas e sanitárias como, respectivamente, “primeira” e “segunda” ondas de contágio da pandemia. Analisa o material a partir do referencial teórico e metodológico da semiótica discursiva, plástica e da sociosemiótica a partir de Greimas, Eric Landowski, José Luiz Fiorin e Diana de Barros. A análise revelou que nas três primeiras postagens o tom é de otimismo e de esperança; e na última, de pessimismo e de negatividade. Foram identificados na dinâmica interativa, mecanismos de programação e manipulação. A CNBB limitou-se à postagem do conteúdo sem nenhuma presença no espaço dos comentários.

Palavras-chave: Interação. Religião. CNBB. Covid-19. Facebook.

INTRODUÇÃO

Em 26 de fevereiro de 2020, o Brasil identifica seu primeiro caso¹ de COVID-19 e, três

¹ Informações disponíveis em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-completa-um-ano>>. Acesso: 14 de mar. 2021.

semanas depois, o Ministério da Saúde confirma a transmissão comunitária em todo país². Com o agravamento da pandemia, o fechamento das igrejas e a proibição das missas, a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) - organismo que reúne os bispos do país e é responsável pela condução dos rumos da religião em todo território nacional - passou a divulgar uma série de comunicados e orientações através de seus canais oficiais de comunicação.

Nesse contexto, esse artigo busca compreender como a CNBB se posicionou diante do agravamento da pandemia, identificando os mecanismos de interação dos quais a Igreja Católica se utiliza, na condição de enunciadora, para enunciar a pandemia aos seus públicos.

Como corpus foram selecionadas quatro postagens. As duas primeiras, datam de março e abril de 2020, quando o país vivia o que os meios de comunicação e autoridades médicas e sanitárias chamavam de “primeira onda” da Covid-19; já a terceira e a quarta postagens, datam de janeiro e março de 2021, quando após as festas de fim de ano, percebeu-se um novo aumento do número de casos de contaminação e a chegada da “segunda onda” de contágio da pandemia.

Como referencial teórico e metodológico, tomamos a semiótica discursiva, plástica e a sociosemiótica, a partir de Greimas, Eric Landowski, Diana de Barros e José Luiz Fiorin. Tais premissas serão explanadas em diálogo com as análises.

A CNBB E SUAS INTERAÇÕES

Nossa análise se dará através da percepção conjunta de todo conteúdo visualizado, uma vez que os posts são formados por diferentes sistemas de linguagem, ou seja, “[...] uma única enunciação sincrética, realizada por um mesmo enunciador, que recorre a uma pluralidade de linguagens de manifestação para constituir um texto sincrético” (FIORIN, 2009, p. 38).

Figuras 1 e 2 - Imagens das postagens dos dias 15 de março e 30 de abril de 2020.

²

Informações disponíveis em:
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/covid-19-governo-declara-transmissao-comunitaria-em-todo-o-pais>>. Acesso: 14 de mar. 2021.



Fonte: Elaborado pelo autor³.

A primeira⁴ postagem que destacamos, publicada em 15 de março de 2020, apresenta o posicionamento oficial da organização diante das confirmações iniciais de casos do novo coronavírus no país (Figura 1).

No conjunto sincrético enunciado, observamos a predominância da dimensão visual da postagem que apresenta uma das muitas presentificações do vírus. Ordenados espacialmente de maneira sequencial, como um pelotão em formação militar, as estruturas circulares aparentam, à medida que aumentam de tamanho, fazer um movimento de aproximação do público, como uma ameaça. O vírus é presentificado nas cores verde e amarela, revelando

³ Imagem obtida através do uso do recurso *print* da tela.

⁴ Postagem disponível em: <www.facebook.com/cnbbnacional/posts/2726756614027620> Acesso: 14 de mar. 2021.

uma dimensão espacial específica: embora de abrangência mundial, ele tem marcas brasileiras. As áreas de luz e sombra reforçam os contornos dos elementos presentes na imagem.

Na região de maior destaque visual, inferior direita, está posicionado o texto que identifica o caráter da postagem: uma nota oficial da presidência da CNBB. A escolha da fonte não serifada⁵ expressa clareza, sensibilidade e honestidade, prezando a simplicidade e objetividade visual⁶. A escrita em caixa alta e, em especial, na palavra “presidência”, com traços mais grossos que o comum das letras, põe em destaque a origem do conteúdo e reforça aspectos de relevância, respeito e autoridade para o público, em especial, o católico.

Um pouco mais recuado, no canto inferior direito, encontra-se o logotipo da instituição. Em um fundo branco, a marca concebida em linhas pretas, é composta pela figura (símbolo) de uma pomba com as asas abertas, sobreposta a um cajado, acompanhada da sigla CNBB. A identificação também aparece na imagem do perfil da instituição.

No texto verbal, em quatro linhas, a instituição inicia explicando a motivação daquele conteúdo (em decorrência do avanço do coronavírus no país) e, logo em seguida, reforça sua origem, também expressada na imagem: a presidência da CNBB.

Para a semiótica discursiva, o plano de conteúdo de um texto contempla alguns níveis de análise, o discursivo, o narrativo e o fundamental. Na passagem do nível narrativo para o discursivo, “as estruturas narrativas convertem-se em estruturas discursivas quando assumidas pelo sujeito da enunciação. O sujeito da enunciação faz uma série de escolhas, de pessoa, de tempo, de espaço, de figuras” (BARROS, 2005, p.53). Na sintaxe do nível discursivo, o enunciador pode lançar mão de estratégias textuais que provocam efeitos de sentido de aproximação/subjetividade, chamadas de debreagens enunciativas; ou de distanciamento/objetividade, chamadas de debreagens enuncivas (BARROS, 2005).

Ao fazer uso das estratégias de debreagem temporal, o enunciador instala mecanismos de aproximação com o público ao deixar claro que a mensagem havia sido publicada no dia anterior à postagem. Ao mesmo tempo, distancia de si e também do público, o protagonismo

⁵ Termo que identificam fontes com traços prolongados nas extremidades das letras. Informação disponível em: <<https://mindy.com.br/tipos-de-fontes-conheca-seus-significados-e-saiba-como-usa-las/>> Acesso: 16 de mar. 2021.

⁶ Idem

do discurso, ao identificar como actante da enunciação “a presidência da CNBB”. Ao divulgar o título do documento, “Tempos de Esperança e Solidariedade”, a instituição, que no início do parágrafo traz elementos disfóricos ao descrever brevemente a situação de expansão do coronavírus, atua de maneira eufórica e estésica ao buscar a sensibilização do público.

“A reiteração dos temas e a recorrência das figuras no discurso denominam-se isotopia. A isotopia assegura, graças à ideia de recorrência, a linha sintagmática do discurso e sua coerência semântica” (BARROS, 2005, p.71). Por conta dos mecanismos de programação do *Facebook*, há uma clara recorrência isotópica da sigla CNBB: são seis aparições no total (na identificação da página, no texto inicial, no logotipo ao lado da imagem e outras três vezes no título abaixo da ilustração). A mensagem presentifica a temática da saúde e assume um tom passional com a expressão “pede”, termo mais usual nas relações pessoais de interação.

A partir dos comentários de alguns usuários, percebemos a interação de outros que através de curtidas e novos comentários buscaram repercutir o tema. “**A CBBB ESTÁ CERTÍSSIMA**” e “**EXATAMENTE E DEUS TODO PODEROSO QUER COM CERTEZA A SAÚDE DE TODOS NÓS**” entre outras postagens, se colocam do lado da instituição. Já outras, são críticas ao pedido da CNBB: “**Porque não retiram a coleta da missa, pelo visto o dinheiro que é sujo e nojento não tá oferecendo nenhum risco as pessoas**” e “**Vossas ignorâncias não suspenderam as missas?**”. Não foi identificada qualquer interação da instituição nos comentários postados.

A segunda⁷ postagem analisada (Figura 2) foi publicada pela instituição no dia 30 de abril de 2020.

Por conta da formatação pré-definida do *Facebook*, a postagem segue o mesmo layout de visualização da postagem anterior e o conjunto imagético mantém os elementos tipológicos, bem como o logotipo da instituição.

Mais uma vez, o caráter nacional da postagem fica presentificado na bandeira do Brasil. Plasticamente, as formas retangulares do símbolo nacional são quebradas ao ser figurativizado tremulando, instaurando aspectos de leveza, fluidez, instabilidade e dinâmica. O conjunto imagético, levemente escurecido na lateral direita, simboliza, numa leitura mais

⁷ Postagem disponível em: <www.facebook.com/cnbbnacional/posts/2827269263976354> Acesso: 14 de mar. 2021.

atenta, os momentos difíceis que passa (e ainda passaria) a nação brasileira no combate a pandemia⁸.

O texto verbal acima da imagem deixa claro, em três linhas, as convicções da instituição em relação a pandemia ao usar as palavras “considera” e “afirma”. Mais uma vez, a relação disfórica-eufórica se faz presente ao iniciar a frase referindo-se à crise sanitária como “a mais grave” dos últimos tempos, mas conclui pedindo solidariedade e caridade.

Na Figura 1, em busca de adesão ao proposto, a instituição usa a palavra “pede” ao estabelecer contato com seu público. Já na Figura 2, o emprego das expressões “clama” e “conclama”, acentuado com o uso da inflexão superlativa “difícilimo”, aponta para uma maior tentativa de sensibilização.

A observação dos comentários revela a polarização do conteúdo entre aqueles que apoiam e outros que criticam o posicionamento da instituição. Entre os que apoiam, citamos: **“Parabéns, CNBB. Sempre profética e à favor da vida”** e **“Orientação da Igreja Católica no Brasil. Essa é a palavra dos nosso Bispos. Voz de sensatez e de clareza. Obrigado CNBB”**. Entre as críticas, estão: **“Como Católica tenho vergonha da posição e da inverdade dessa nota!! O sistema de saúde não está em colapso, os hospitais estão mais vazios agora do que antes!!”** e **“CNBB ao invés de ficar sendo palco político, faça seu papel de defender a doutrina católica, o povo tem sede dos Sacramentos”**.

Mais uma vez, não foi identificada qualquer interação da instituição nos comentários postados.

Na terceira⁹ postagem analisada, o texto verbal superior, faz questão de evidenciar a importância da mensagem ao iniciar com “em sua primeira”, ou seja, algo importante, inédito, singular (Figura 3). Reforçando essa ideia, a mensagem não é só da CNBB, um corpo coletivo, mas da “presidência”.

Figuras 3 e 4 - Imagens das postagens dos dias 06 de janeiro e 03 de março de 2021.

⁸ Em muitas representações audiovisuais, a ausência parcial de luz, o escurecimento gradual ou a escuridão total figurativizam uma perspectiva de risco, perigo e medo e um ambiente desconhecido.

⁹ Postagem disponível em: <www.facebook.com/cnbbnacional/posts/3528385977198009> Acesso: 14 de mar. 2021.



Fonte: Elaborado pelo autor¹⁰.

No nível narrativo de um texto, para a semiótica, observamos os actantes destinador, sujeito e objeto e os valores investidos pelos sujeitos nos objetos. São instâncias abstratas do texto, que ganham concretude no nível discursivo.

Assim, sujeito posto em ação, “defende” o objeto-valor a ser alcançado “vacinação como direito de todos os brasileiros”. A instância que embala os valores em jogo de um texto, chamada de destinador-manipulador, leva o destinatário-enunciatário a um querer e dever fazer algo. A instância que age, a do percurso do sujeito, é dotada de competência (saber-fazer) e performance (ação, o fazer em si) rumo à conquista do objeto-valor e de um final (sanção), que pode ser eufórico/positivo ou disfórico/negativo. Nesse sentido, há uma clara entrada dos elementos de manipulação no percurso do destinador-manipulador, com o destinador presidência, que “defende”, e as autoridades dos bispos que qualificam a vacinação como “fato social”. Aqui, a CNBB se coloca também como destinadora na defesa do objeto-valor a ser alcançado pelas autoridades sanitárias, levando o destinatário a entrar, não só no texto da CNBB, mas no contexto das defesas de outros atores sociais, como os epidemiologistas. Assim, “vacina como direito de todos os brasileiros” e “metas a serem alcançadas pelos epidemiologistas”, passam a ser os dois principais objetos-valor a serem alcançados.

¹⁰ Imagem obtida através do uso do recurso *print* da tela.

Observando o texto na semântica discursiva, sabemos que “os efeitos de realidade ou de referente são construídos mais frequentemente por meio de procedimentos da semântica discursiva” (BARROS, 2005, p.58). Tal recurso denomina-se ancoragem, e uma das formas de levar o enunciatário a crer na verdade do enunciador, é “atar o discurso a pessoas, espaços e datas que o receptor reconhece como reais ou existentes” (BARROS, 2005, p.58).

A figura de um senhor sendo vacinado concretiza a parte verbal “todos os brasileiros” e a mulher aplicando a vacina – com os objetos concretos seringa, luva, estetoscópio-, concretiza o ato em si da vacinação, numa clara demonstração da performance e sanção final positiva do sujeito, reforçada pelo sorriso estampado no rosto de ambos. O trecho bíblico gera um efeito de aproximação e de subjetividade ao trazer o recurso da projeção em 1ª pessoa “eu vim”, mas também reforça que a CNBB é, naquele conjunto sincrético posto, esse “eu” que veio para garantir, via ato de vacinar, o direito à vida.

Aliando o plano de conteúdo ao plano de expressão, podemos perceber como os formantes cromáticos, eidéticos e topológicos reforçam a hierarquia do que é mais importante para a CNBB. O recurso cromático do azul escuro na esquerda tomado com um “antes da vacina” migrando em degradê mais claro até chegar ao branco do lado direito na figura do homem sendo vacinado, traz o sentido de um antes e um depois da vacina, presentificando, assim, a transformação de um sujeito que vai do estado inicial em disjunção ao final em conjunção com a vacina. No fundo da imagem, percebemos elementos que se assemelham a estrutura do DNA, reforçando, assim, o espaço da ciência.

A parte do público que avalizou o post da CNBB, em trechos como **“parabéns CNBB”**; e **“Quando a Igreja nossa nos orienta sem dúvida nos traz segurança”**, traz o sinal de que o acordo de fé foi preservado. Já os que discordam, alegam tendências políticas ou desconfiança da vacina. Entre outros: **“ter direitos em vacinar significa tbm, "direitos" em não querer tomar já q somos livres”** e **“A CNBB e suas ideologias esquerdopatas”**. Outro ponto que pode ser percebido, mais uma vez, é a ausência da CNBB nos comentários.

Na última¹¹ imagem analisada (Figura 4), há uma mudança “dramática” na configuração do post da CNBB. Aqui, a instituição não é mais só a instância do saber que diz o que deve ser feito. Agora o tom é de tensão. Na sintaxe discursiva, é forte o uso do recurso de projeção de datas e números, como efeito de realidade e de objetividade, instaurado em praticamente todo o texto verbal: “nesta terça, 2 de março”; “fevereiro”; “confirmação de 1390”; “65 mortes”; “1455 casos”. Na semântica, a noção de objetividade é assegurada por termos como: “número”; “levantamento”; “confirmação”; “dados”; “consolidados”. Na parte figurativa, o verbal Covid-19 num tom branco acinzentado sobre a tarja vermelha, ocupando de forma destacada a espacialidade central da figura, assegura a gravidade argumentada no texto verbal do post. A projeção do espaço, no texto verbal, retrata da realidade de nosso país, mas no figurativo, todos os países/continentes, na cor azul. Em ambos os casos a figura da Covid-19 está sobre o Brasil/Mundo, logo, também sobre a CNBB, com 1390 padres positivados e 65 vitimados.

Nas interações no espaço dos comentários, as mensagens começam de apoio aos padres, mas logo segue para a polarização se as igrejas deveriam permanecer abertas ou fechadas: **“tem que vacinar eles, prioridade”** e **“Padre pio passou por um vírus tão ruim quanto esse que a gripe espanhola matou muita gente, e ele não parou um minuto de confissão, missa e etc. não podemos para a nossa fé por causa de um vírus.”**

Como já percebido nos demais posts, a CNBB não interage nos comentários.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Feitas as análises individuais de cada postagem, podemos sintetizar e destacar ainda alguns pontos.

Na primeira e segunda postagens (Figura 1) e (Figura 2), a CNBB se presentifica como única enunciativa. Já na (Figura 3), a CNBB se coloca ao lado da ciência, juntas, em prol do direito à vacinação para todos. Entretanto, na (Figura 4), tanto CNBB quanto “a Ciência”, aparecem vencidas pela Covid-19. Dessa forma, se nos primeiros posts o tom, apesar de enunciar a dificuldade, é de otimismo e esperança, com sanções eufóricas para o

¹¹ Postagem disponível em: <www.facebook.com/cnbbnacional/posts/3682018655168073> Acesso: 14 de mar. 2021.

sujeito/enunciário construído, no último, fica clara a derrota e o tom negativo/disfórico.

Do otimismo e presentificação do espaço Brasil/local, passa-se para o pessimismo do mundo/global. Tais enunciados são reforçados pelo plano de expressão construído. Se nas duas primeiras postagens o tom é verde e amarelo, passando pelo azul claro e otimista do post da vacinação (Figura 3), no último (Figura 4), a tarja vermelha e centralizada enuncia o drama do momento vivido. Vale ressaltar que, em todos os posts, a CNBB não interagiu com seus interlocutores no espaço dos comentários.

Observando as lógicas de interação (LANDOWSKI, 2014), na primeira postagem, ao recomendar atenção ao que é dito pelos especialistas, a CNBB busca orientar o comportamento de seu destinatário, **programando-o**. Na mesma perspectiva, o uso de estratégias de **manipulação**, busca persuadir a população da gravidade da situação. Todos os posts, de certa forma, distanciam-se das premissas do **ajustamento**, aquele fundado na ordem da sensibilidade, uma vez que as estratégias usadas são, na maioria dos casos, termos como nota oficial, mensagem da presidência, bem como debreagens enuncivas e efeitos de distanciamento.

Em termos semióticos, sabemos que texto e contexto são um único objeto, está tudo integrado, ou seja, as marcas contextuais de nossa sociedade, nosso tempo, nosso modo de interagir em enunciados fechados ou dinâmicos, construídos em ato, é texto significante, logo, semiotizável. Assim, com o esforço aqui empreendido, podemos observar, principalmente no espaço destinado aos comentários, como a forma de interagir do público, são um recorte vivo e pulsante do momento pelo qual passa a nossa sociedade, na qual “a comunidade social se oferece como espetáculo a si mesma e, ao fazer isso, dota-se das regras necessárias a seu próprio jogo”. (LANDOWSKI, 1992, p. 14).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Diana. de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

FIORIN, José Luiz. Para uma definição das linguagens sincréticas. In: OLIVEIRA, A. C.; TEIXEIRA, L. (Orgs). **Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 38.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**: ensaios de sociosemiótica. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

_____. **Interações arriscadas**. Tradução L. H. O. da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.