

Riscos, dilemas e oportunidades: atuação jornalística em tempos de Covid-19

Vítor de Sousa, Pedro Rodrigues Costa, Edson Capoano & Ivan Paganotti

CECS, Universidade do Minho / CECS, Universidade do Minho / CECS, Universidade do Minho / Universidade Metodista de São Paulo

E-mail: vitorledesousa@ics.uminho.pt / pedrocosta@ics.uminho.pt / edson.capoano@ics.uminho.pt / ivan.paganotti@metodista.br

Resumo

Este artigo trata da atuação do jornalismo durante a pandemia de SARS-COV.2 (Covid-19), em 2020. Neste contexto singular, em que os jornalistas e os média em geral tiveram um papel preponderante, refletimos sobre o campo jornalístico (Bourdieu, 1992) relacionando-o com uma noção construtivista da realidade (Berger & Luckmann, 1999). No entanto, recorreremos às noções de pós-verdade e de “fake news” para demonstrar duas das principais linhas de força que envolvem hoje os média em geral, bem como para expor uma análise de casos sobre instituições como a Organização Mundial de Saúde e a Comissão Europeia. O objetivo foi o de dar conta dos problemas de desinformação e de “infodemia” (Zarocostas, 2020), que ocupam as brechas informativas na internet. O método utilizado foi misto. Na dimensão quantitativa, recorreremos à aplicação de um inquérito online com uma amostra de 365 pessoas, entre jornalistas de imprensa, nos média em geral e consumidores recorrentes de notícias,

sobre processos produtivos, rotinas de trabalho, informação gerada durante a quarentena e consumo de notícias em tempo de confinamento. Na dimensão qualitativa, recorreremos à descrição de casos que demonstram a presença do fenómeno da pós-verdade e das “fake news” em tempos de pandemia e de como isso pode ter afetado comportamentos sociais. Os resultados desta análise apontam para a necessidade de serem revistas determinadas rotinas produtivas do campo jornalístico, que acentuam falhas de informação, além de práticas que fomentam a precarização profissional. Verificamos que existe falta de postura crítica da imprensa sobre instituições oficiais, cujos discursos, quando erráticos, podem dificultar ao público a percepção da diferença entre “fake news” e verdades provisórias das notícias durante a cobertura da pandemia. Conclui-se, por isso, que existe uma necessidade constante de autoavaliação sobre as falhas do campo profissional.

Data de submissão: 2020-09-29. Data de aprovação: 2020-11-17.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.



Keywords: jornalismo; pós-verdade; “fake news”; processos produtivos; precarização; infodemia.

Risks, dilemmas and opportunities: journalistic activities during the Covid-19

Abstract

This work deals with the role of journalism during the SARS-COV.2 (Covid-19) pandemic, in 2020. In this unique context, in which journalists and the media in general had a leading role, we reflect on the journalistic field (Bourdieu, 1992) relating it to a constructivist notion of reality (Berger & Luckmann, 1999). However, we use the notions of post-truth and “fake news” to demonstrate two of the main lines of force that today involve the media in general, as well as to expose a case analysis about institutions such as the World Health Organization and the European Commission. The objective was to address the problems of disinformation and “infodemia” (Zarocostas, 2020), which occupy the information gaps on the internet. The method used was mixed. In the quantitative dimension, we resorted to the application of a survey with a sample of 365 people, among journalists in the press, in the media in general and in recurring news consu-

mers, about production processes, work routines, information generated during quarantine and news consumption in confinement time. In the qualitative dimension, we resort to the description of cases that demonstrate the presence of the phenomenon of post-truth and “fake news” in times of pandemic and how it affected social behavior. The results of this analysis point to the need to review certain productive practices in the journalistic field, which accentuate information gaps, in addition to practices that encourage professional insecurity. We note that there is a lack of critical stance between the press and official institutions, whose speeches, when erratic, can make it difficult for the public to perceive the difference between “fake news” and provisional news truths during the coverage of the pandemic. It is also concluded that there is a constant need for self-assessment of the failures of the professional field.

Keywords: journalism; post-true; “fake news”; productive processes; precariousness; infodemics.

Introdução

EM dezembro de 2019, um surto de síndrome respiratória aguda grave (SARS-COV.2) foi identificado em Wuhan, na China. Em semanas, este vírus já havia alcançado outros países (Zu *et al.*, 2020). A 30 de janeiro de 2020, a Organização

Mundial de Saúde (doravante designada de OMS) nomeou-a como a “doença do coronavírus 2019” (Covid-19) (Vevavan & Meyer, 2020), sendo declarada pandemia a 11 de março de 2020 com “níveis alarmantes de propagação e inação”, segundo Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da OMS (Lusa, 2020, s.p.). Desde então, os esforços para irradicação da pandemia multiplicaram-se.

Neste sentido, várias categorias profissionais tiveram que se adaptar à situação, aplicando uma série de procedimentos para evitar a contaminação pelo novo coronavírus. Avançamos com a hipótese de que entre estas categorias profissionais está o jornalismo, cuja precariedade entre os seus trabalhadores neste período pandémico abriu brechas para o aumento da desinformação no debate público ocorrido nas redes e pode ter contribuído para a propagação da infodemia (Zarocostas, 2020). Para tal, de modo a compreender como é que as rotinas produtivas de jornalistas envolvidos na cobertura da pandemia do novo coronavírus foram alteradas, bem como a receção dos conteúdos por parte da audiência, aplicamos o inquérito “Perceção sobre as informações geradas durante a Covid-19”.¹

Neste contexto singular, em que os jornalistas e os média em geral tiveram um papel preponderante, refletimos sobre o campo jornalístico (Bourdieu, 1992) relacionando-o com uma noção construtivista da realidade (Berger & Luckmann, 1999). No entanto, recorreremos às noções de pós-verdade e de “fake news” para demonstrar duas das principais linhas de força que envolvem hoje os média em geral, bem como para expor uma análise de casos sobre instituições como a OMS e a Comissão Europeia. O objetivo foi o de dar conta dos problemas de desinformação e de “infodemia” (OPAS, 2020), que ocupam as brechas informativas na internet. O método utilizado foi misto. Na dimensão quantitativa recorreremos à aplicação de um inquérito online com uma amostra de 365 pessoas, entre jornalistas da imprensa e nos média em geral, sobre processos produtivos, rotinas de trabalho, informação gerada durante a quarentena e consumo de notícias em tempo de confinamento. Na dimensão qualitativa, recorreremos à descrição de casos que demonstram a presença do fenómeno da pós-verdade e das “fake news” em tempos de pandemia e de como isso afetou comportamentos sociais.

Através da noção de “ethos” profissional gizada por Bourdieu (1992), partimos do princípio de que o jornalista não deve abdicar da crítica ao paradigma comunicacional dos média. Sobretudo enquanto agente construtor social da realidade (Berger & Luckmann, 1999). No entanto, as forças da contingência, sobretudo na era dos ecrãs e da instantaneidade, tendem a despir a realidade forçando “ethos” contingentes (Costa, 2020), o que em nosso entender poderia ser resolvido com a integração

1. Este inquérito está disponível em https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScMwxkD-UvSbulCX_AtKIZA-vrIj0JkUkXEKi4sFZ5M1UhVQ/closedform. Alguns resultados foram publicados no Portal dos Jornalistas (Brasil) em www.portaldosjornalistas.com.br/o-coronavirus-e-os-veiculos-de-comunicacao-xviii/?fbclid=IwAR3knGT6wBzgL3uB6MhFzahogZBD3ViNsgx8aM7RZah3vOxQRDcd-nSt_k. Na secção 5 deste artigo expomos mais dados.

de critérios de produção específicos que hipoteticamente evitariam a propagação de desinformação dentro de sua própria produção.

A esta dinâmica, acrescentam-se as incertezas para com a própria informação técnica sobre o novo coronavírus. Tal complexidade gera inúmeras versões sobre a doença, por vezes contraditórias, informadas por organizações que servem de fonte ao jornalismo, pondo em cheque os limites entre verdade, pós-verdade, erro, desinformação e “fake news”. Esse ecossistema informativo é propício ao ambiente de infodemia que ambas as esferas promovem – o recorte oficial que caracteriza o jornalismo, por se alimentar genericamente de fontes oficiais e a desinformação das redes –, ameaçando com isso a compreensão dos factos abordados, tanto na grande imprensa quanto nos canais de informação marginais. Diante de uma necessidade urgente de informar e da verdade – ainda que provisória, em que cientistas, governos e sociedades em geral descobriam como proceder enquanto sofriam com a Covid-19, como informar sem deixar brechas à desinformação e à infodemia?

1. O campo jornalístico

Partindo da perspectiva de que a realidade social é uma construção, Peter L. Berger e Thomas Luckmann (1999) salientam a existência de múltiplas realidades. Dentre estas, haveria uma que destacam como sendo a realidade por excelência: a vida quotidiana, que apelidam de realidade predominante. O que decorre do facto de a linguagem simbólica ir para além da própria realidade e se constituir como um dos seus principais componentes, redundando num recorte subjetivo. A legitimação decorrente do universo simbólico evidencia, assim, realidades diferentes daquela que existe na vida quotidiana.

O campo social é tipificado por Bourdieu (1992) como sendo um palco de tensões onde os que o integram estão alinhados de forma diferenciada, muito embora aproximada, numa perspectiva que se distancia do conceito marxista canónico de “classe social”. O sociólogo coloca os sujeitos no mesmo espaço social, muito embora em posições diferentes e alinhados mediante interesses e “habitus” partilhados, nos vários campos do campo social. Tipifica, assim, o “campo jornalístico”, onde se determinam a posição social dos agentes e se revelam as figuras de “autoridade”. A legitimidade dos média é delegada pelos outros campos sociais, que precisam deles para que possam circular os seus discursos e as fontes jornalísticas, assumidas como porta-vozes dos campos sociais que dão visibilidade aos discursos do campo.

Bourdieu (1989) também fixou conceitos que se podem associar aos média (ao jornalismo), como é o caso de “capital” (que permite identificar os agentes no campo social), de “habitus” (o que é adquirido com o tempo dos indivíduos em experiências sociais) e de “violência simbólica” (adesão daqueles que são dominados por determinado campo, naturalizando regras e gerando deficit crítico). Assim, embora o acontecimento seja a matéria-prima das notícias, nem todos os acontecimentos são

notícia. O acontecimento mediático, por exemplo, assenta no cruzamento e relação do “campo jornalístico” com os diferentes campos sociais e do “habitus” jornalístico, que prioriza o tempo (escasso) como critério. Assim, quando se chega à notícia, tem-se um relato de acontecimentos julgados significativos e interessantes, condicionados por tempo, espaço, liberdade de expressão, mercado, técnica, autocensura e linha editorial onde se inscrevem.

De acordo com João Carlos Correia, “os factos não existem em si próprios, dotados de uma evidência e de uma espessura ontológica autossuficiente de que os enunciados jornalísticos seriam puros reflexos” (2008, p. 4). Neste sentido, a realidade não é autónoma, decorrendo das mediações que condicionam o modo como o jornalismo cria e processa a informação sobre a realidade, e das lógicas de poder e de eventuais conflitos de interesse que estão subjacentes à circulação da informação. Bourdieu chama a atenção para a existência de categorias por parte da classe jornalística, que decorrem dos seus “óculos particulares”, através dos quais “veem certas coisas e não outras; e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. Sendo que no caso da televisão, o princípio da seleção assenta na procura do sensacional, do espetacular. Ou seja: do que tem potencial para ter auditório, uma vez que, garantidamente, “vende” Bourdieu (1997, p. 12).

Ressalta o que contribui para que a diversidade esperada pela existência nos vários tipos de média seja frustrada à partida, devido ao que refere ser a “circulação circular da informação”. Ninguém lê tanto os jornais como os próprios jornalistas, que marcando-se uns aos outros (julgando que todos os cidadãos fazem o mesmo), numa lógica de concorrência (luta pelas audiências), “para saberem o que vão dizer, precisam de saber o que disseram os outros. Tal é um dos mecanismos através dos quais se engendra a homogeneidade dos produtos propostos”, o que se torna numa espécie de um “jogo de espelhos que se refletem mutuamente e produz um formidável efeito de encerramento, de enclausuramento mental” (Bourdieu, 1997, pp. 18-19). O que significa que as pessoas que têm por missão informar o público são, de um modo geral, informadas por outras fontes de informação, o que conduz à homogeneização relativa à hierarquização noticiosa. Daí que não se estranhe que a informação que passa nos média seja quase sempre a mesma, com o mesmo ângulo de abordagem, com os mesmos “soundbytes” e com as mesmas citações dos protagonistas.

Gaye Tuchman (1978) observa que as notícias não são um espelho da sociedade, muito embora participem na sua definição enquanto fenómeno social partilhado. Não enjeita, no entanto, que o acesso ao poder tenha influência em todo este processo. E, devido ao facto de os jornalistas terem regras profissionais definidas, têm também um reportório mais limitado do que os cientistas sociais (que, curiosamente, estudam o processo mediático), onde estão definidas as bases da sua alegada objetividade: “O cientista social é um ‘pensador’; o jornalista, ‘um homem de acção’ (...) o cientista

social tem que ocupar-se da análise epistemológica reflexiva (...); o jornalista não (...). O processamento das notícias não deixa tempo disponível para uma análise reflexiva” (Tuchman, 1993, p. 76).

O lugar do jornalismo na academia é um projeto repleto de várias e diversas complicações. À medida que as formas reconhecíveis de jornalismo assumem novas dimensões, acomodam as mudanças das circunstâncias em que ele existe. A questão do estudo do jornalismo desenvolveu-se ao longo de uma rota desigual, repleta de receptáculos isolados de conhecimento disciplinar.

Barbie Zelizer observa que isso é pouco consensual se se olhar apenas para esses aspetos “concordando apenas marginalmente sobre o que é jornalismo e gerando ainda menos concordância sobre qual deve ser o relacionamento da academia com ele” (Zelizer, 2009, p. 29). E, se a maneira como pensamos ocupa um espaço crítico em relação ao que julgamos conhecer, sublinha ser preciso explicá-lo nos modelos que apresentamos ao público, e aos alunos de Comunicação. Caso contrário, “a noção de torre de marfim, anátema para muitos académicos contemporâneos, persistirá como o notável prisma pelo qual considerar o trabalho académico (Zelizer, 2009a, p. 6).

Como acontece na maioria das classes profissionais, e de acordo com a perspectiva de Bourdieu (1997), os jornalistas advogam um “ethos” próprio que consubstancia o conjunto de características e comportamentos que tipificam a “identidade” da profissão, que a diferenciam das outras profissões. Este “ethos” não é observável na sua grande parte pelo cidadão comum, uma vez que se inscreve, de forma quase longitudinal, nos processos de produção que são próprios aos jornalistas. Eles são uma parte visível no produto final dos média, o que significa que são os jornalistas quem, normalmente, dão a cara nos próprios média assinando as peças que produzem, sendo por isso os seus maiores protagonistas. E isso acontece independentemente do órgão de comunicação social em questão, seja ele de imprensa, rádio, televisão ou online. Os jornalistas, enquanto grupo profissional, reúnem assim uma “identidade” que tipificam a profissão e a caracterizam, o que fica plasmado, por exemplo, em determinadas maneiras de agir, de falar e de selecionar ou de editar a informação. E foi isso que Bourdieu observou no livro “Sobre a Televisão”, concluindo tratar-se de um sistema que tolhe de certa forma a democracia, por ter falta de diversidade, estando sempre balizado nos mesmos pressupostos. E, tal como argumenta Kari Karppinen (2008), nem a digitalização veio ajudar a uma necessária mudança no que à diversidade diz respeito já que, ao contrário do que afirmam os entusiastas das novas possibilidades técnicas, a atenção ainda se concentra num número muito limitado de fontes que são ainda dominadas pelos média tradicionais.

Mas a precariedade dos jornalistas, a concentração da propriedade dos média, as “fake news”, a profissionalização das fontes de informação (que fazem chegar às redações um produto acabado, na maior parte das vezes sem mediação do jornalista,

que disponibiliza a informação, sem a verificar, diretamente para o público), colocam em perigo um dos pilares da democracia. Neste sentido, é a própria dinâmica do capitalismo informacional que acaba por colocar entraves e “habitus” que acabam por influenciar as dinâmicas da objetividade informacional (Sousa, 2017).

Para James Carey, o jornalismo é uma forma social particular de apreender e de imaginar o mundo, de organizar a experiência social, consistindo num “trabalho criativo e imaginativo, numa estratégia simbólica; o jornalismo avalia as situações, nomeia os seus elementos e nomeia-os de uma maneira que contém uma atitude em relação a eles” (Carey, 1997, p. 91). O jornalismo enquanto profissão, como refere Joaquim Fidalgo, definiu fronteiras de um território com um “ethos” próprio, dando forma ao “campo jornalístico” de que falava Bourdieu. O problema é que estas fronteiras se têm “tornado porosas, ameaçadas que estão por atividades próximas que reclamam ser consideradas em plano de igualdade com os profissionais encartados” (Fidalgo, 2019, s.p.). É o caso da Comunicação Estratégica que, por via da política, faz passar mensagens para os média que, muitas vezes, não são mediadas pelos jornalistas.

Luís António Santos assinala o risco que os denominados média tradicionais enfrentam, mesmo que nos respetivos estatutos editoriais sublinhem a sua independência, ao “escorregarem gradualmente para um agendamento editorial próximo do assumido por publicações radicais de ‘jornalismo de causas’”, o que faz com que haja “uma perda de contacto com o sentimento da maioria dos leitores/ouvintes/telespectadores e (...) um afinilamento perigoso da imagem que se dá do mundo” (Santos, 2015, s.p.). O que diverge do próprio “jornalismo de causas”, que prolifera nas redes sociais “enquanto espaço de agendamento alternativo, enquanto proposta de olhar comprometido sobre um qualquer tema” sendo que, num sistema democrático, “esse lugar nunca pode deixar de ser marginal”, mas que, “com a desproporcionada importância que parece estar a ser dada [pelos média tradicionais] a um espaço online radical – é pouco saudável e compromete (ainda mais) a imagem do Jornalismo” (Santos, 2015, s.p.).

Compromissos com a verdade e com a transparência ou a responsabilidade pública são aspetos centrais e normativos do jornalismo profissional, o que, já em 2007, Jane Singer referia estarem a ser desafiados, nomeadamente por parte dos “bloggers” mais populares, então emergentes. Embora todas as profissões reivindiquem autonomia sobre a articulação e a representação das suas próprias normas, definições de constructos profissionais tinham já abertas as portas do jornalismo à reinterpretação e supervisão do respetivo comportamento profissional, no sentido de ser mais compartilhado. E, à medida que as formas de fazer jornalismo se entrelaçam, cumprindo os ditames da profissão, nomeadamente através da verificação dos factos, para Jane Singer, “as noções de autonomia profissional podem tornar-se cada vez mais pro-

blemáticas”, muito embora assinalasse que “os objetivos de verdade e transparência estão ambos avançados (Singer, 2007: 89).

Para além disso, o grande número de mensagens que circulam pelas infraestruturas tecnológicas e as estratégias aplicadas para obter o maior impacto no comportamento social aumentaram a complexidade do cenário de omnipresença comunicativa, que se constitui como “uma ameaça à credibilidade e um desafio para encontrar antídotos que, cultivando um jornalismo de qualidade, ofereçam respostas aos cidadãos interessados em informações verdadeiras” (Vázquez-Herrero, Vizoso & López-García, 2019, s.p.). Entretanto, mesmo numa sociedade aberta, talvez seja provável a existência de processos de responsabilização (a denominada “accountability”, segundo Denis McQuail, 2003), ainda que nenhum sistema, por si só, “[seja] suficiente para a tarefa ou superior a outros. Há muitos espaços em branco (...) e alguns media não aceitam qualquer responsabilidade excepto a imposta pelas forças do mercado” (McQuail, 2003, p. 189).

2. Pós-verdade e “fake news”

Partindo, então, da complexidade contingente do campo jornalístico como construtor de realidades, é importante agora cruzar o fenómeno jornalístico e mediático com o modo como o facto informacional pode ser exposto. Para tal, comecemos com o conceito de “pós-verdade”.

Para Antoni Bassas (2016), este neologismo refere-se a todas as situações em que se verifica que factos objetivos comportam menos influência do que apelos às emoções e crenças pessoais. Ao perceber esta dinâmica, o produtor de informação, envolvido que está num “capitalismo informacional” conectado a instrumentos tecnológicos de produção e difusão em rede (Castells, 2007), acaba por deixar-se levar pelo número (de visualizações, de gostos, de partilhas) ao invés da objetividade factual (Costa, 2020a). Para Bruno Latour (2020, s.p., §11), esta postura de pós-verdade é também uma atitude de defesa, na medida em que preconiza a ideia “de que existem verdades alternativas que o sujeito pode escolher”. O que, no seu entender, é muito diferente do modo de construir ciência baseado num “ceticismo racional”.

O conceito de pós-verdade relaciona-se com o conceito de “fake news”, na medida em que este último consiste em informação distribuída em canais de informação tendo como objetivo deliberado a desinformação ou o boato com a intenção de enganar para obtenção de ganhos, financeiros ou políticos. As “fake news” apelam também às emoções, muitas vezes com títulos sensacionalistas, exagerados ou evidentemente falsos para chamar a atenção (Hunt, 2016). As narrativas podem alterar processos de tomada de decisão por parte de receptores de mensagens, a partir da

identificação em comum de vertentes morais com as dos utilizadores (Graham *et al.*, 2013).²

A problemática da pós-verdade e das “fake news” relaciona-se com a era do ecrã de um modo simultaneamente complexo e subtil. O ecrã funciona como um palco que “chama a atenção do outro” (Costa, 2020). Porém, no palco do ecrã o período da atenção é curto. Ao vivermos naquilo a que Bruno Patino (2019) apelidou de “civilização do peixe-vermelho” (para se referir ao curto período de atenção dos mais jovens), marcada pela omnipresença de sujeitos mediados por “smartphones”, somos comandados por uma economia digital produtora de técnicas de “captologia” (ciência da captura da atenção) onde convergem diversos meios sociotécnicos e da psicologia comportamental (Jenkins, 2009), estamos reféns de estratégias de captura da “atenção”. As empresas de comunicação sabem que a atenção é o seu alvo e, enquanto breve intervalo capaz de atrair o olhar, geram toda uma economia à sua volta – a “economia da atenção”. Por isso é que as “fake news” se tornaram a “lança” da pós-verdade, exponenciando-a (Patino, 2019). Se os factos, ainda que vagamente empíricos e vagamente corretos, são “fornecidos por milhares de fazendas de notícias falsas na Sibéria, é difícil resistir” (Latour, 2020, s.p., §11). A pós-verdade coloca a contingência sociotécnica sob o efeito de um misto de informações subjetivas, escolhas racionais e relações emocionais para com os assuntos, desarmando constantemente os sujeitos.

Não obstante, os estudos académicos recentes encontram dificuldade em definir com precisão o conceito de “fake news”. Considerando as referências no campo da comunicação, Tandoc, Lim e Ling (2017) apontam que notícias falsas “podem caracterizar desde conteúdos humorísticos, como sátiras ou paródias jornalísticas (cuja ironia pode não ser evidente e acabar enganando parte do público que confunde a finalidade jocosa com conteúdo jornalístico tradicional), até publicidade que emula o formato jornalístico (como publicidade nativa ou “branded content”), propaganda política, manipulação de imagens e factos fabricados. Wardle e Derakhshan (2017) classificam sete diferentes tipos de desinformação: sátira/paródia, desconexão (quando o texto não sustenta o que é sugerido no título ou imagens), conteúdo enganoso (como falácias), descontextualização, impostores (imitam fontes legítimas), manipulação (na edição de imagens, por exemplo) e fabricação (que inventam informações inexistentes). Já Allcott e Gentzkow (2017, p. 213) procuram uma definição mais específica para as “fake news”, considerando que o sentido atual desse conceito

2. Segundo a Teoria dos Fundamentos Morais (MFT, em inglês), as narrativas podem conter quesitos que se identificam com as escolhas morais dos indivíduos, causando assim engajamento, tais como: (1) cuidado / dano (preocupação com o sofrimento dos outros); (2) justiça / trapaça (preferência por reciprocidade e justiça); (3) lealdade / traição (preocupação com o bem comum e preconceito contra estranhos); (4) autoridade / subversão (referência ao domínio e hierarquia); (5) santidade / profanação (preocupação com a pureza); e (6) liberdade / opressão (sentimentos de retenção e ressentimento que as pessoas sentem por aqueles que as dominam e restringem sua liberdade) (Graham *et al.*, 2013)

pode ser delimitado como “artigos noticiosos intencionalmente e comprovadamente falsos, e que podem enganar seus leitores”.

Ainda assim, essa intencionalidade é difícil de verificar quando a autoria do conteúdo não é clara, e por isso o conceito pode apresentar definições mais amplas, frequentemente incluindo “publicações virais baseadas em relatos que são feitos para se parecer com reportagens jornalísticas” (Tandoc *et al.*, 2017, p. 2). Mesmo a emulação de formatos jornalísticos pode deixar de fora conteúdos como áudios falsos, “memes”, vídeos manipulados e denúncias amadoras sem comprovação, que parecem ser produzidos por utilizadores comuns, sem simular formatos da imprensa tradicional mas com grande potencial de propagação em redes sociais (Paganotti *et al.*, 2019). Com isso, o termo “fake news” é considerado impreciso por autores como Vosoughi, Roy & Aral (2018), que preferem uma formulação mais ampla como “false news”, ou seja, informações que podem ser verificadas como falsas, independentemente do seu formato ou intenção – e, segundo os mesmos autores, são capazes de se propagar pelas redes sociais com maior velocidade e por mais tempo, atingindo um público mais amplo do que publicações com informações verdadeiras.

Momentos de emergência e incerteza, como é o caso da atual pandemia, acabam sendo propícios para a proliferação de conteúdos falsos, que podem embasar erroneamente decisões importantes de lideranças políticas e da população geral (Henriques, 2018). Nesse cenário, notícias falsas unem-se a informações superficiais, descontextualizadas ou apelativas para explorar as audiências suscetíveis, ajudando a viralizá-las entre os seus contactos em redes sociais e, com isso, ampliando o grupo que também ele fundamenta as suas decisões em informações incorretas e prejudiciais. Em 2020, a OMS alertou que a pandemia atual seria acompanhada de uma “infodemia” (OPAS, 2020), definindo esse conceito como um aumento acelerado no volume de informação de um determinado tema, que captura a atenção do público – como é o caso da pandemia – em circunstâncias em que o público ajuda a viralizar, por meio de redes sociais, informações nem sempre bem fundamentadas, propagando boatos e desconsiderando alertas de autoridades sanitárias. Nesse contexto, instituições jornalísticas precisaram de muito apoio e novos recursos para não serem soterradas pela avalanche de conteúdo questionável que demandava verificação e contestação (Dourado & Alencar, 2020) durante as ondas que se seguiram que envolviam teorias da conspiração sobre a origem do novo coronavírus, boatos sobre dinâmicas preventivas com receitas caseiras, curas e terapias sem comprovação, imagens descontextualizadas de hospitais e caixões vazios, dados oficiais distorcidos e complôs sobre vacinas e tratamentos (Queiroz, 2020).

A desinformação sanitária atual encontra paralelo e origem noutros momentos em que o debate público sobre a saúde coletiva acabou sendo contaminado por informações falsas. No Brasil, a “desinformação científica” ou “fake science” já chegou a sobrepor-se ao discurso dos especialistas no debate sobre o uso de fosfoetanolamina

no tratamento contra o cancro: mesmo sem eficácia comprovada, o medicamento foi autorizado em sucessivas liminares judiciais e até obteve aprovação pelo Congresso nacional brasileiro – posteriormente revertida pelo Supremo Tribunal Federal do país (Oliveira *et al.*, 2020). Grupos internacionalmente influentes, como o movimento anti vacina, que questiona a segurança e a eficácia desse método de prevenção (acusações que já foram refutadas sistematicamente), ainda encontram presença relativamente limitada em algumas nações como o Brasil (Costa *et al.*, 2020), mas podem estar entre os fatores que explicam a diminuição da eficácia das campanhas de vacinação e o retorno de doenças antes erradicadas (Sacramento & Paiva, 2020).

Para combater informações incorretas que afetam a saúde dos indivíduos e da coletividade, o Ministério da Saúde brasileiro desenvolveu uma campanha que recolhe dúvidas por meio de redes sociais e verifica com médicos e cientistas as informações, refutando boatos falsos e potencialmente danosos. Desde 2018, a página “Saúde sem “fake news”” já verificou mais de 200 conteúdos duvidosos, identificando o que era falso e o que encontrava embasamento científico ou factual. A partir da amostra dessas verificações, Monari & Bertoli (2019) apontam que, entre os conteúdos refutados, predominam “fake news” sobre doenças, tratamentos, vacinas e produtos que estariam contaminados. Considerando somente os conteúdos que o Ministério da Saúde verificou como falsos a partir de mensagens que circulavam em redes de mensagem do “WhatsApp”, Meneghini (2020) apontou que essas notícias falsas traziam apelos emocionais que se concentravam em dois polos: um predomínio de sentimentos negativos que exploravam a angústia dos utilizadores (instigando medo, terror e desconfiança); e minoritárias emoções positivas, com concentração no reforço da sensação de esperança e confiança, principalmente ao apresentar métodos de prevenção sem comprovação e curas milagrosas. Esse espectro emocional mais negativo das notícias falsas sobre saúde diverge dos resultados encontrados por Vosoughi, Roy & Aral (2018) entre conteúdos falsos em temáticas gerais (ou seja, que não tratavam predominantemente da saúde): entre os 4,5 milhões de “tweets” analisados, esse grupo de pesquisadores identificou que informações inverídicas pareciam causar reações mistas, como surpresa (positiva) e nojo (negativa), enquanto a confiança (positiva) era mais frequente entre informações verdadeiras do que nas falsas.

Ainda que positivas, iniciativas a proposta pelo Ministério da Saúde encontram limitações. Silva & Silva Jr. (2019) destacam que as verificações do “Saúde sem Fake” podem não alcançar todo o público que recebeu os conteúdos falsos que são refutados. Algumas dificuldades são compartilhadas também por veículos da imprensa de checagem sobre saúde: a secção “Verdade ou Boato”, do jornal gaúcho “Zero Hora”, foi lançada poucos meses antes da página oficial do governo federal brasileiro, mas segundo Gruszynski *et al.* (2020), poderia ser mais transparente quanto aos métodos de sua verificação, poucas vezes apontando fontes em estudos científicos – apoiando-se, com maior frequência, em simples entrevistas com especialistas na área. A verifi-

cação de factos também apresenta limitações na sua capacidade de mudar opiniões polarizadas em grupos sociais que desconfiam de fontes como autoridades públicas, pesquisadores, instituições oficiais ou até mesmo jornalistas (Costa, 2019).

Ainda assim, a verificação de factos, ou “fact-checking”, é uma das estratégias mais utilizadas para combater notícias falsas e desinformação, em combinação com propostas de educação mediática, mudanças nos códigos de ferramentas de buscas e redes sociais, além de propostas legislativas e investigações criminais (Paganotti, 2018). Essa é uma ferramenta própria do campo jornalístico, que utiliza mecanismos de apuração e verificação em fontes oficiais, documentos, dados e estatísticas para comprovar ou refutar a veracidade de discursos de atores influentes na esfera pública. Oliveira & Assis (2020) apontam que, devido à preocupação coletiva com as “fake news” nos últimos anos, a verificação de factos pode ser vista por veículos de imprensa como uma forma de reconquistar a credibilidade e o público perdido para fontes de informação gratuitas online – como as próprias redes sociais, ferramentas de pesquisa e sites independentes, que agora passam a ser vistos com maior desconfiança. Nesse sentido, Spinelli & Santos (2018) indicam que a maior visibilidade sobre os mecanismos de verificação e apuração próprios do jornalismo profissional podem não só melhorar a qualidade das informações que circulam no debate público, cobrando autoridades políticas que se mantenham fiéis aos fatos: é possível também esperar um efeito colateral positivo a partir do momento em que o público visualizar e compreender melhor os métodos dos jornalistas, cobrando de toda a imprensa que mantenha esse grau elevado de precisão, e até mesmo replicando essas técnicas no seu cotidiano, com maior cautela com as informações que são consumidas ou publicadas online.

Neste aspeto, verificamos que a pandemia da Covid-19 revelou um explosivo cruzamento entre “fake news” e pós-verdade – sobretudo no que diz respeito às intenções de domínio de massas. É estrondoso “o número de coisas que o indivíduo precisa de saber para decidir o que é factual e o que não é” (Latour, 2020, s.p., §12). Não sendo algo inédito deste tempo, na medida em que a ciência sempre resultou da eliminação de umas informações e a consideração, propagação e ampliação de outras, neste caso concreto a pós-verdade revela o vasto problema gerado pelo “capitalismo da informação” (Castells, 2007), um problema que deixa de ter que ver com produção em massa para passar a ser uma espécie de capitalismo de vigilância. Em vez de operários explorados, temos milhões de seres humanos na rede aproveitados para veicular as mercadorias. Aqui as mercadorias são constituídas por informações que pretendem capturar novos imitadores e propagadores para as suas intenções mais profundas (modelos de governação, ideais político-económicas, interesses de grandes grupos económicos, etc.).

Em nosso entender, toda esta dinâmica entre pós-verdade e “fake news” revela uma associação complexa numa contingência que tem como um dos principais mo-

tores um capitalismo de informação em geral e uma “economia da atenção” em particular que, apoiada por uma “captologia” (Patino, 2019), privilegia a informação que obtém o maior número (de atenção) em detrimento da maior objetividade dos factos. Isto associado às condições precárias de produção jornalística, criou um fenómeno social complexo e um problema para o campo.

3. Casos de pós-verdade, “fake news” em tempos de Covid-19

Tal como referimos, a pós-verdade refere-se a todas as situações em que se verifica que factos objetivos comportam menos influência do que apelos às emoções e crenças pessoais (Bassas, 2016). Nas redes digitais, o perigo reside na possibilidade de escolha de uma lista de “verdades” e a sua utilização para servir de reforço dos sujeitos na troca de argumentos. Pós-verdade e “fake news” caminham de mãos dadas com aqueles que escolhem uma verdade em detrimento de outras (Latour, 2020).

Num inquérito levado a cabo por um grupo de investigadores do CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho e do Cintes – Centro de Investigação em Tecnologias e Serviços de Saúde, da Universidade do Porto, aplicado a 200 jornalistas, entre diretores, coordenadores, editores e jornalistas especializados em saúde de órgãos de comunicação social de âmbito nacional e cariz generalista onde se incluem imprensa, títulos online, rádios e televisões, cerca de 92% dos jornalistas respondentes “assumem que tentaram orientar os cidadãos para comportamentos durante o período de estado de emergência” (CECS, 2020, s.p. §1). Para Felisbela Lopes, a coordenadora do estudo, deve realçar-se “ser a primeira vez em regime democrático que os média assumem que encaminham o seu público” (Lopes, 2020, s.p. §3).

Os resultados deste estudo estão em linha com um conjunto de posturas verificadas ao longo do período da pandemia. Primeiro, com as notícias iniciais sobre a letalidade e a perigosidade da Covid-19. A 25 de fevereiro de 2020, a BBC anunciava uma taxa de letalidade em torno dos 2,3% (BBC, 2020). Já com dados analisados até 29 de abril de 2020, o CDC (“Centers for Disease Control and Prevention”), o mesmo centro de investigação que estava representado no Event 201, através de dados do “National Center for Immunization and Respiratory Diseases” (NCIRD), “Division of Viral Diseases” dos EUA, lançou um relatório demonstrando taxas de letalidade gerais da Covid-19 de 0,004%, sendo de 0,013% entre sujeitos com 65 ou mais anos (CDC, 2020). O CDC avança estes números tendo em conta cinco cenários com diferentes percentagens de assintomáticos. São dados que estão em linha com os estudos da Fundação Champalimaud (Portugal) em conjunto com a Ordem dos Enfermeiros portuguesa, em que o número de assintomáticos será, afinal, 10 vezes superior aos registados até maio (Ordem dos Enfermeiros, 2020).

Já num artigo de 6 de março de 2020, na revista “Sábado”, era anunciada uma espécie de catástrofe: “O novo coronavírus é igual à gripe? Não. Mata 26 vezes

mais” (Camilo, 2020). Esta informação, tal como indicam os dados estatísticos da “Worldometer”, estava imprecisa e de certo modo incorreta. A 15 de junho de 2020 o coronavírus teria sido responsável por cerca de 436.145 mortes (Worldometer, 2020, 15 de junho). Além disso, o vírus da gripe “Influenza” mata cerca de 650 mil pessoas por ano, segundo a OMS (estes dados estão também disponíveis no “The Lancet”) (Luliano *et al.*, 2018). Portanto, muito longe das tais “26 vezes mais”. Por outro lado, destacavam-se as notícias em torno da capacidade de transmissão da Covid-19 (o indicador R0). No início de março de 2020, adiantavam-se valores de transmissibilidade na ordem dos 2 e 3 pontos, o que nunca se chegou a confirmar. A 16 de abril de 2020, esse valor era, em Portugal, de 1 ponto (Gonçalves, 2020).

Já no que toca à manipulação da informação tendo como fundo objetivos comerciais, importa relatar o caso do artigo do “Correio da Manhã” (5/6/2020), que titulava: “Jornal inglês manipula dados do coronavírus em Portugal para mostrar risco em viagens de férias” e que revelava o modo como os dados por país estavam a servir os interesses particulares. O jornal inglês “Daily Mail” foi apanhado a ocultar verdades numa aparente escolha inofensiva de destinos turísticos. Ao revelar destinos habituais de férias dos ingleses, analisados segundo a respetiva situação epidemiológica, foi escrito que “apenas dois destinos habituais têm taxa de infeção pior que o Reino Unido”: Portugal e Estados Unidos da América (EUA). O jornal “Correio da Manhã” alegou manipulação na medida em que o “Daily Mail” teria usado deliberadamente a comparação de “novos casos diários por milhão de habitantes, ignorando outros dados de relevo, como o número de testes feitos por milhão de habitantes, número de casos totais por milhão de habitantes” onde “Portugal surge em 23.º lugar no ranking mundial (atrás de Espanha, Irlanda, Bélgica, Emirados Árabes Unidos ou Itália)” (Correio da Manhã, 2020, s.p., §4). Eis mais um exemplo do uso de parte da verdade em função de interesses geopolíticos.

Christofoletti (2018) já sugeria que as “fake news” não só permitem a certas linguagens e formatos, muitas vezes jornalísticos, capturar a atenção do público desatento, mas também levando produtores de notícias falsas a adotar, por imitação, semelhantes “padrões de manipulação” da grande imprensa, como identificados e denunciados anteriormente por Abramo (2016). Os erros e as deceções com os frequentes equívocos dos média erodiram a confiança de parte do público, que agora é seduzido pelo canto da sereia de áudios falsos no “WhatsApp”, textos sem fontes em sites obscuros ou “memes” sem autoria pelo “Facebook”. Mesmo verificações de informação refutando “fake news” enfrentam frequentemente desdém de parte do público, justamente pela desconfiança da audiência, dececionada com o histórico de engano dos grandes veículos (Costa, 2019). Nesse sentido, podemos afirmar que as “notícias falhadas” – publicadas por pressa, imperícia ou má-fé – abriram as portas para as “notícias falsas”. E agora enfrentam dificuldade para combater o monstro que criaram.

Para evitar a repetição desses erros em cenário de grande risco, é necessário lembrar que o jornalismo, assim como a ciência, trabalha com “verdades provisórias” (Geraldes, 2001, p. 9). É preciso tomar uma cautela ainda maior numa situação de emergência como esta, em que a atenção do público procura respostas para perguntas complexas onde nem os especialistas se pronunciam. Nas palavras de Natércia (2008, s.p.), “diante de verdades que, se existem, são provisórias, transitórias, efêmeras, o que resta é ler ciência criticamente”. Afinal, mesmo os especialistas consultados estão ainda a trabalhar com as informações disponíveis, apresentando mais incertezas que verdades definitivas. Só assim é possível evitar ser criticado no dia seguinte pelas previsões trágicas ou pelas curas milagrosas que não se concretizaram.

4. Jornalismo e fontes de informação em tempos de Covid-19

Importa agora mergulhar numa das grandes controvérsias em tempos de pandemia: as hesitações sucessivas da OMS. Para o jornal “Le Monde” (14 de abril de 2020), citado pelo IOL, desde o início do surgimento da Covid-19 que a instituição “é acusada de ter-se alinhado à China, de ter elogiado as medidas das autoridades de Pequim contra a doença e de ter demorado a dar o alerta mundial sobre o perigo do novo coronavírus” (IOL, 2020, 14 de abril, s.p., §2). Neste caso, um dos iniciadores sonantes dos ataques à OMS foi Donald Trump, “após um tuíte do presidente americano de 7 de abril” que acusava esta organização de se ter “enganado completamente”, na medida em que só teria reconhecido que o vírus era transmissível entre humanos a “22 de janeiro, um mês depois do surgimento da doença em Wuhan, e só considerou a doença uma ameaça para o mundo em 11 de fevereiro. A demora teria contribuído para transformar a epidemia chinesa em uma pandemia” (IOL, 14 de abril, s.p., §5).

Para Marie-Paule Kieny, ex-diretora da OMS, “os países integrantes da OMS querem que ela continue fraca pois a saúde é um tema essencialmente político e uma prerrogativa nacional” (IOL, 2020, s.p.). Estas declarações indiciam um jogo de poderes e interesses subterrâneos. A controvérsia sobre a hidroxicloroquina, que gerou alguns avanços e recuos, revela o perigo desses interesses e da produção à distância de pós-verdades estratégicas. Tendo alicerçado decisões contrárias ao desenvolvimento de fármacos com hidroxicloroquina em artigos publicados nos jornais científicos “The Lancet” e “New England Journal of Medicine”, podemos pressupor que a OMS não imaginaria o que estava por detrás. De acordo com uma investigação do jornal “The Guardian”, existiram erros consideráveis nas bases de dados destes estudos. A edição australiana do jornal descobriu-os no estudo do “The Lancet”, precisamente na base de dados fornecida por uma empresa de nome “Surgisphere”. O estudo em causa referia que os investigadores responsáveis teriam obtido os dados por intermédio desta empresa e que estes teriam sido recolhidos em cinco hospitais, registando 600 pacientes de Covid-19 e cerca de 73 mortes australianas a partir de 21 de abril. Porém, dados da Universidade Johns Hopkins – que acompanhava os dados australianos

anos – mostravam que apenas 67 mortes por Covid-19 foram registadas na Austrália até à mesma data. O número não subira para 73 até 23 de abril. Sapan Desai, diretor da “Surgisphere”, acabou por confessar que um hospital asiático fora acidentalmente incluído nos dados australianos, levando a uma inflação de casos no país. Esta descoberta levou o “The Guardian” a explorar mais a questão. Entrou em contacto com cinco hospitais em Melbourne e dois em Sydney, cuja cooperação seria essencial para confirmar o número de pacientes australianos presente na base de dados fornecida pela “Surgisphere”. Todos esses hospitais negaram qualquer participação nessa base de dados e disseram que nunca ouviram falar da empresa “Surgisphere”. Isto desencadeou no “The Guardian” mais dúvidas, levando a nova investigação sobre a empresa. Essa investigação concluiu que os funcionários da Surgisphere têm pouca formação científica. Para além do editor de ciências ser um autor de ficção científica, o executivo de “marketing” é um ex-modelo, habitual anfitrião de eventos; a página do “LinkedIn” da empresa tem menos de 100 seguidores. Entre 20 e 30 de maio de 2020, a empresa listava seis funcionários. No dia 2 de junho de 2020, essa lista teria sido alterada para três funcionários; embora a “Surgisphere” afirme ter um dos maiores e mais rápidos bancos de dados do mundo, quase que não tem presença online. O seu identificador no “Twitter” tem menos de 170 seguidores, sem publicações entre outubro de 2017 e março de 2020; até ao dia 31/5/2020, o botão “entrar em contacto” da página oficial da “Surgisphere” estava a redirecionar para um site de cripto moeda, levantando questões sobre como é que os hospitais poderiam facilmente entrar em contacto com a empresa para ingressar no seu banco de dados; o diretor da “Surgisphere”, Sapan Desai, foi nomeado em três processos por negligência médica (Davey, Kirchaessner & Boseley, 2020)

Diante destas informações ficamos diante de um caso em que uma empresa fornecedora de dados para investigações científicas terá falsificado informações (falta saber com que intenções), inflacionando casos de Covid-19. Se regressarmos à noção de “fake news” anteriormente descrita, ganhamos uma nova visão sobre este caso: “fake news” enquanto notícias que contém mentiras ou, em alternativa, informações falsificadas – com fins políticos, económicos ou outros (Hunt, 2016). Neste caso, a origem destas “fake news” estaria no processo de construção de fontes primárias – bases de dados. Assim, tanto o artigo publicado no “The Lancet” como o do “New England Journal of Medicine” poderiam ser rotulados de instrumentos de pós-verdade na medida em que continham informações falsificadas com o intuito de algo menos objetivo. Tendo a OMS seguido as recomendações destes estudos, acabou por validar mundialmente esta “pós-verdade” durante algum tempo.

No caso da codificação das mortes, a indicação da OMS para a contagem de óbitos por Covid-19 é a de manter uma precaução máxima. Neste sentido, foi recomendado aos países que a integram para alterarem a classificação da morte a favor da presença do Covid-19 (OMS, 2020).

Portugal terá seguido à risca essa indicação: a contagem de mortes por Covid-19 está a ser feita por excesso, de acordo com Graça Freitas, diretora-geral de Saúde. Esta explica que os eventos terminais que dão origem à morte passaram a ser contabilizados, ao contrário do que acontecia antes da Covid-19 – em que os eventos iniciais tinham prevalência. Por exemplo, antes da Covid-19, Graça Freitas explica que o que codificava a causa de morte era “a causa básica. Uma pessoa que tem uma doença oncológica terminal, e que nos últimos dias da sua vida teve uma pneumonia bacteriana que a matou, de facto, esse foi um evento terminal, mas é a sua doença oncológica que é codificada como causa de morte” (Kotowicz, 2020, s.p. §3). Com a Covid-19, as indicações da OMS sugerem que “se um médico escreveu no certificado de óbito que o evento terminal foi Covid, então é assim que esse óbito é contabilizado.” (Kotowicz, 2020, s.p. §4).

O mesmo terá acontecido no Reino Unido: antes da pandemia, não havia obrigatoriedade de especificar qual era o vírus em causa quando o óbito tivesse ocorrido em resultado de uma doença respiratória. Essa regra foi alterada a 5 de março (altura em que havia uma vítima mortal de Covid-19 no país), quando o coronavírus entrou para o grupo de exceções à regra onde já estavam os vírus de anthrax, botulismo, malária e tuberculose. Por seu turno, na Alemanha, a baixa taxa de letalidade tem levado a muita especulação sobre a forma como as mortes estão a ser contabilizadas. Já em Espanha, a contabilização também não segue os mesmos princípios. Em Portugal, de acordo com Graça Freitas, “onde quer que ocorra o óbito, ninguém pode ser enterrado sem certificado de óbito, esse é sempre passado pelo médico e é indiferente se se morre num lar, em casa ou na rua” (Freitas citada em Kotowicz, 2020, s.p., §14). Assim, a comparação estatística que esteja ciente destas nuances nos registos das mortes pode estar errada, na medida em que as bases da classificação não são iguais. Isto é, qualquer comparação ciente do modo como se classificam as mortes e que tente demonstrar o “perigo” de um em detrimento de outro está a pisar a linha da pós-verdade, na medida em que está a dar relevo maior a dimensões emocionais do que a dimensões objetivas.

Não obstante, a alteração na classificação da morte (introduzida pela Covid-19), ela vem dar razão à tese da “sociedade de risco”, de Ulrich Beck (1992). A perceção ou não de risco em determinada situação determina o pensamento, a ação e a consequência. Diante de riscos, cada vez mais locais e globais, o passado perde o poder de determinar o presente, sendo o futuro planeado sob a ótica do risco do presente. O viés negativista e alarmista dos média, das “fake news” e da pós-verdade, sugere a adoção de planos de controlo do futuro que acabam por levar a esquecer danos colaterais, sobretudo em quem habitualmente não tem voz nem poder de reivindicação – a este respeito recordamos que a UNICEF previa a morte de seis mil crianças por dia e anunciava já a morte de 56.700 mulheres, ambos por ausência de apoios motivados pela Covid-19 (Observador, 2020).

Estas e outras questões – como a dos assintomáticos poderem transmitir ou não o vírus, do uso ou não de máscaras para evitar contaminações ou da permanência ou não do vírus em superfícies ao exterior – vieram introduzir uma diminuição da confiança das pessoas nos préstimos da OMS, o que foi reforçado com a intenção de alguns países ameaçarem sair da organização (caso dos EUA e do Brasil). Com uma responsabilidade global, assumir factos sem a necessária comprovação, como foi o caso da afirmação proferida pela OMS, a 14 de janeiro, no “Twitter”, alegando que “investigações preliminares realizadas pelas autoridades chinesas não encontraram uma clara evidência de transmissão do vírus de pessoa para pessoa” (Güell, 2020, s.p., §1), acabou por contribuir para um clima de suspeição – ainda que, para Garcia Benavides, “estávamos diante de algo totalmente novo. E não se deve esquecer que o conhecimento científico é um processo de tentativa e erro” (Güell, 2020, s.p., §4).

Estas e outras dinâmicas colocaram o jornalista, em tempos de pandemia, diante de vários dilemas: dar a informação tal como chega ou evitar informação sem confirmações?; optar por verificação constante de fontes ou confiar nas agências internacionais de informação?; optar por um equilíbrio entre informação com viés de medo e pânico e informação com viés de esperança e melhoria ou focar a informação nos perigos? Recordamos que no estudo de Lopes (*et al.*, 2020), cerca de 92% dos jornalistas respondentes assumiram a opção pela orientação máxima a favor das indicações de emergência, o que é uma perspetiva parcial na medida em que se foca no viés de medo e de pânico.

5. Processos produtivos, informação gerada e consumo de notícias em tempos de Covid-19

Para revermos as problemáticas consideradas anteriormente, recorreremos ao inquérito “Percepção sobre as informações geradas durante a COVID-19”,³ que procurou compreender como é que as restrições sociais causadas pela pandemia do novo Coronavírus, como o afastamento e o isolamento social e as diversas formas de quarentena impostas às sociedades no mundo inteiro, causaram alterações nos processos informativos de produtores e recetores e na criação das mensagens noticiosas durante o período pandémico. Aplicado entre os dias 15 de maio e 30 de junho através de um formulário online, com disparo de convites pela plataforma “Messenger” e pela ferramenta “FB Message Sender”, o inquérito, inspirado nos estudos sobre perfis de jornalistas (Figaro, 2013; Figaro, Nonato & Grohman, 2013; Mick & Lima, 2013), e em conceitos como “processos produtivos” (Adghirni, 2012), (Deuze & Witschge, 2016), “rotinas de trabalho” (Heloani, 2006) e “critérios de noticiabilidade” (Mesquita, 2003; Traquina, 2005; Wolf, 2012), foi constituído por 21 perguntas específicas

3. Retirado de: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScMwxkD-UvSbulCX_AtKIZA-vrlj0JlKUKXEKi4sFZ5M1UhVQ/closedform.

para jornalistas, possuindo questões acerca do perfil dos respondentes (faixa etária, género); dados profissionais (tempo de profissão, tipo de meio de comunicação que atua, editoria e empresa); rotina de trabalho durante a pandemia (alterações na carga horária, local de trabalho, equipamentos de proteção, impedimentos no trabalho e constrangimentos); processos produtivos (tipo e número de fontes de informações; formato; género; critérios de noticiabilidade); e contacto (ou não) com a doença. A amostra não-probabilística cifrou-se em 365 participantes, das quais 33,4% provem de jornalistas produtores de informação durante o fenómeno, 32,6% de jornalistas não-atuantes no ofício e 29,5% de não jornalistas, mas consumidores regulares de jornalismo.⁴ Neste estudo, mais da metade da amostra (53,2%) foi de jovens jornalistas entre 26 a 40 anos; um quarto da amostra composto por pessoas entre 41 a 55 anos; e os mais jovens, entre 18 a 25 anos somaram 12,1% da amostra. Relativamente ao tempo de carreira, 35,8% dos inquiridos trabalhavam no intervalo de 1 a 5 anos, e 20,9% trabalham entre 6 a 10 anos (56,7% dos jornalistas respondentes estavam na primeira década de carreira). Na seção correspondente ao meio de comunicação dos jornalistas atuantes, 50,8% da amostra indicava que trabalhavam especificamente em veículos de informações noticiosas, entre eles: web (14,7%); meios impressos (11,7%); agência de notícias (7%); rádio (8,8%); TV (5,8%) e correspondentes, (2,9%). Para classificar as editorias em que atuavam os respondentes, consideramos para análise apenas as editorias citadas pelos profissionais atuantes em meios de informação noticiosa. Logo, das 45 editorias válidas identificadas, 11,1% correspondem à economia; 8,8% de política; 6,6% sobre a editoria de saúde; e 2,2 % de ciência.

5.1. Rotinas de trabalho e fontes de informação

Relativamente ao inquérito aos jornalistas durante a pandemia, nos processos produtivos (seção 1. “Processos de produção”) concluímos que 95,4% dos respondentes declararam ter sofrido algum tipo de alteração na rotina de trabalho (entre pouco, medianamente, muito e totalmente), entre elas, a adoção do regime de teletrabalho (65,7% dos respondentes). A restante amostra distribui-se com 8,7% de repórteres na rua e 23,4% em trabalho presencial na empresa jornalística. Os dados da amostra indicam que 64,9% dos respondentes declararam terem recebido EPIS (Equipamento de Proteção Individual), como máscaras e álcool, ainda que não possamos identificar se a parcela dos respondentes em mobilidade corresponde aos que foram amparados pelos equipamentos cedidos.

Apenas um terço dos respondentes não tiveram alterações no tempo de trabalho diário; 23,3% declarou estar trabalhando menos durante a pandemia, e metade deles

4. Respetivamente, 121 jornalistas na imprensa, 119 jornalistas nos média em geral e 107 não jornalistas consumidores de notícias.

(51,12%) passaram a trabalhar mais horas por dia. Além das condições precárias na rotina, quase 20% dos respondentes foram impedidos de exercer a sua atividade laboral de algum modo. Dentro dessa amostra, metade deles tiveram o acesso a locais ou a documentos negados, e 34% passaram por situações de ameaça verbal em algum momento da cobertura.

Sobre o formato que produziram, (secção 2 do inquérito, “A informação produzida durante a pandemia”), 55,9% dos respondentes referem-se a texto (seja ele para web, ou para versões impressas); 15,5% produziram para rádio; vídeos foram produzidos por 12,3% da amostra; 9,6% produziram fotos; e somente 4,3% debruçaram-se sobre gráficos ou infográficos. Na amostra, 90% dos respondentes declararam exercer a verificação de dados primordialmente pela web.

Em relação às fontes de informação, a maioria (65%) utilizou duas (35%) ou três (30%) fontes por conteúdo médio produzido. Metade da amostra usou como verificação de dados recolhidos a combinação de fontes oficiais (27,5%) com especialistas (22,4%). Aqui as principais fontes consultadas e citadas como “oficiais” e “especialistas” são: OMS, governos, profissionais de saúde e cientistas.

5.2. Consumo de informação durante a pandemia

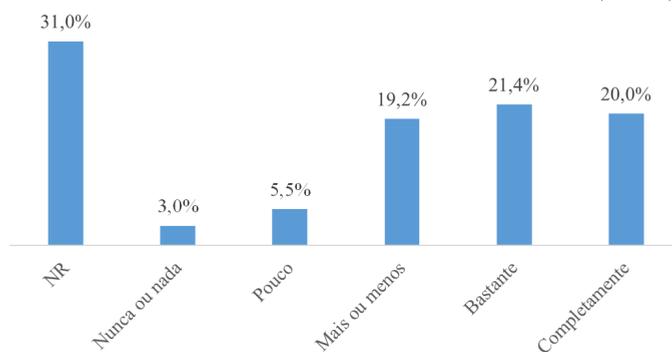
Já para compreender como os consumidores regulares de informação (entre jornalistas não-atuantes no mercado de imprensa e não-jornalistas) se comportaram durante a pandemia, foram criadas 13 questões (secção 3. “Os efeitos da infodemia no público”), relacionadas à forma como se informam, se identificaram “fake news” durante o processo e quais as emoções e tópicos morais foram tocados pelo consumo de notícias. Tal seção foi inspirada em estudos sobre “fake news” (Pennycok & Rand, 2019; Tandoc *et al.* 2018); sociologia (Berger & Luckmann, 1999; Bourdieu, 1989; Brotherige, 2001; Damásio, 2010; Elster, 1999; Hochschild, 2011; Stets & Turner, 2008; Tarde, 1976; Tiedens, 2001) e narrativas sobre emoções e atributos morais (Becket & Deuze, 2016; Dias, 2012; Orgeret, 2020; Tamborini, 2012; Wahl-Jorgensen, 2020), para identificar estímulos na tomada de decisões sobre consumo de notícias, com as seguintes perguntas:

1. Por qual/quais meio(s) mais se informa(m)?
2. Sente-se informado sobre a Covid-19?
3. O seu consumo de notícias durante a crise foi alterado?
4. Sente-se atordoado pelo excesso de informação sobre a pandemia?
5. Os temas das notícias que consome são/foram relacionados à pandemia?
6. Quais são as fontes/entrevistas na maior parte das notícias que consome?
7. A imprensa faz um bom trabalho na cobertura da pandemia da sua região?
8. Identificou “fake news” durante o consumo de notícias sobre Covid-19?

9. Qual o formato de “fake news” mais identificado?
10. Qual o método de “fake news” mais identificado?
11. As emoções geradas pelo consumo de notícias sobre a Covid-19 são na maioria, positivas, negativas ou neutras?
12. Qual é a emoção mais comum gerada pela cobertura de imprensa do seu país à Covid-19?
13. O que mais o/a motiva ao consumir notícias sobre a Covid-19?

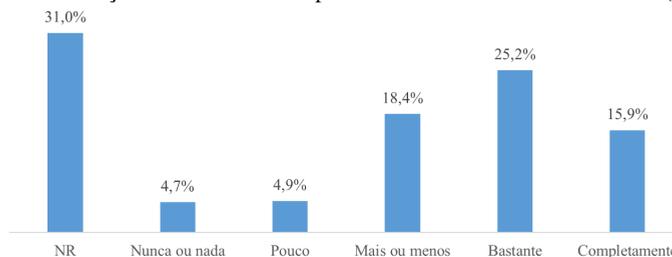
De acordo com os resultados obtidos, apurou-se um aumento considerável do consumo de informação em 41,4% dos inquiridos (entre bastante e completamente).

Gráfico 1. Aumento do consumo de notícias durante a crise (N=365)



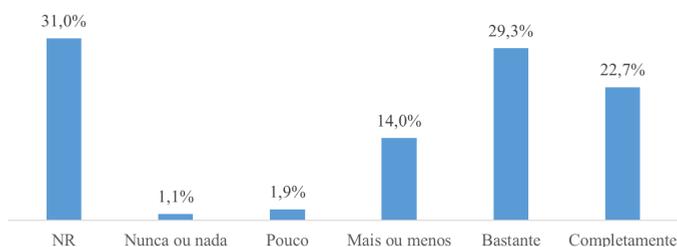
Em 41,1% dos casos, foi avaliado positivamente o trabalho da imprensa (entre os que concordam bastante e completamente). Apenas 9,6% consideraram pouco ou nada positivo o seu desempenho.

Gráfico 2. Percepção do trabalho da imprensa sobre cobertura do Covid-19 (N=365)



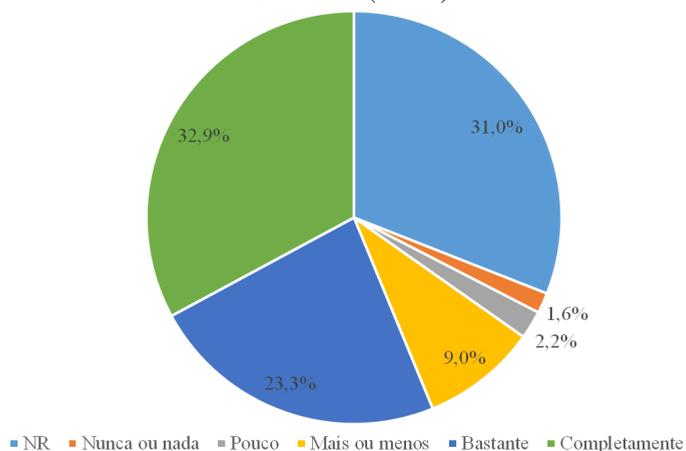
Em cerca de 52%, os inquiridos consideraram sentir-se informados (entre as respostas bastante e completamente). Apenas 3% consideram estar pouco ou nada informados.

Gráfico 3. Sensação de estar informado sobre o Covid-19 (N=365)



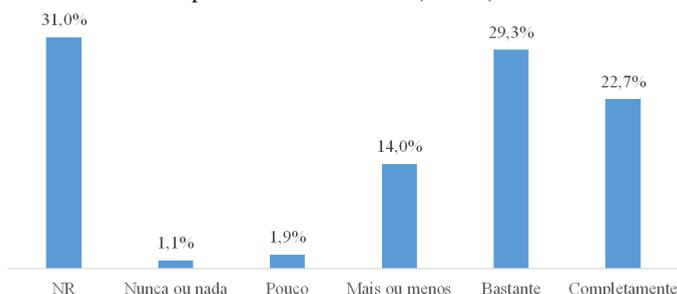
Entre a percepção de casos de “fake news” nas informações consumidas sobre o novo coronavírus, nos formatos de texto (29%), meme (15,6%), vídeo (24,3%), áudio (17,2%) e híbrido (13,3%), cerca de 56,2% dos inquiridos dizem ter identificado “fake news” enquanto se informavam sobre o Covid-19 (entre as respostas bastante e completamente).

Gráfico 4. Percepção de ter identificado “fake news” enquanto se informava durante pandemia de Covid-19 (N=365)



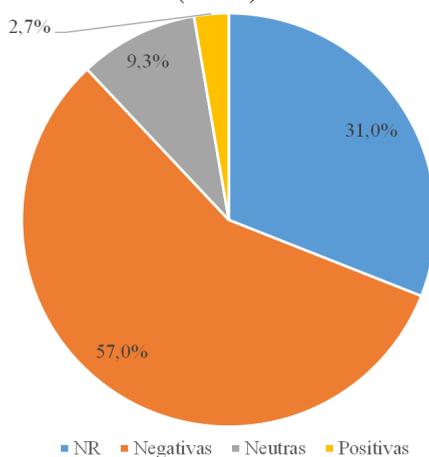
Cerca de 97% sentiram-se entre relativamente (“mais ou menos”), bastante e completamente atordoados devido ao excesso de informação consumida.

Gráfico 5. Sensação de estar atordoado pelo excesso de informação consumida durante pandemia de Covid-19 (N=365)



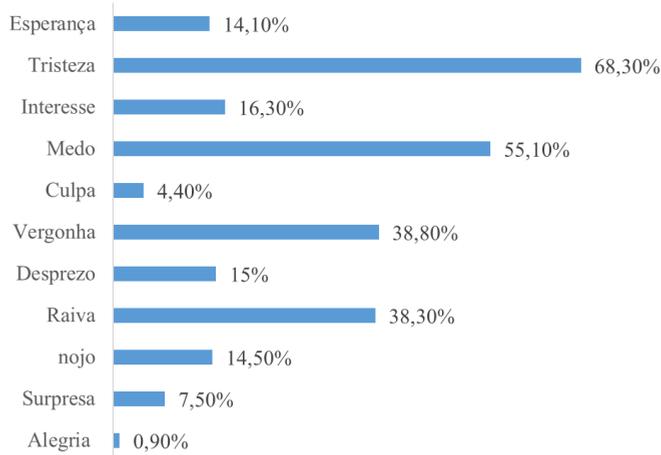
Segundo as respostas dos inquiridos sobre quais as emoções mais estimuladas pelo consumo de notícias durante a pandemia, cerca de 57% dos inquiridos admitiram que foram as negativas.

Gráfico 6. Emoções geradas pelo consumo de notícias durante a pandemia de Covid-19 (N=365)



Dessa mostra, a emoção mais frequentemente sentida pelos inquiridos foi a tristeza (68,3%), seguida do medo (55,1%), vergonha e raiva (38,8% e 38,3%, respectivamente). As restantes emoções (esperança, interesse, desprezo, nojo, surpresa e finalmente alegria (todos abaixo dos 20%).

Gráfico 7. Emoções mais sentidas durante o consumo de notícias durante a pandemia de Covid-19 (N=227)



Como resultados das perguntas sobre o que os motivou a seguir consumindo notícias, questão decorrente da Teoria dos Fundamentos Morais (Graham *et al.*, 2013), a maior quantidade de respostas acumulou-se entre as sentenças já estruturadas “Evitar danos à saúde”, cuja narrativa se refere aos fundamentos cuidado ou dano, com 28,6% das escolhas dos inquiridos; “Conhecer a nova rotina e como será a vida no futuro”, referente aos fundamentos lealdade ou traição sobre o bem comum, com 25,6% das respostas; “Preocupação com a vida na Terra e com o meio ambiente”, referente aos fundamentos santidade ou profanação da natureza, com 12,3%; e “Reconhecer os responsáveis pelo gerenciamento de crises e seus poderes”, referente aos fundamentos justiça ou trapaça e autoridade ou subversão, com 11,5%.

Considerações finais

Nos resultados do estudo apresentado, em relação à amostra de jornalistas, a precarização do trabalho ditou rotinas produtivas na pandemia, tal como o teletrabalho (dificultando-lhes a verificação de dados e estimulando-os a publicar dados oferecidos pelas instituições oficiais – governos, OMS, etc, via web) e o aumento de horas dedicadas ao ofício (o que pode ter gerado aumento de informação produzida, que incide sobre o público, tal qual a nossa amostra indica), além de terem sofrido constrangimentos ou impedimentos para o exercício da profissão (como se já não bastassem as dificuldades geradas pelo isolamento e afastamento sociais). De forma inversamente

proporcional, destacou-se a falta de especialização no que se refere à cobertura das áreas de saúde e ciência, formações que, hipoteticamente, dirimiriam erros na cobertura jornalística. Ainda assim, parece-nos que se buscou manter a qualidade informativa das notícias através dos processos de produção do campo jornalístico, como aumentar o tempo dedicado ao trabalho (anteriormente citado), o uso de relatórios digitais e estatísticas com dados atualizados e, principalmente, recorrer às fontes oficiais para informar sobre a pandemia (2 a 3 fontes em média, mas que alcançaram 4 a 5, segundo o inquérito). Ainda assim, acreditamos que tal esforço conteve falhas.

Já as nossas considerações sobre os consumidores de notícias (que não foram necessariamente informados pelo grupo de jornalistas inquiridos no estudo, mas que estiveram contidos num mesmo processo informativo devido à pandemia) trazem percepções antagónicas. Enquanto se sentiam informados sobre a Covid-19 e avaliavam bem o trabalho da imprensa, sentiram-se atordoados pelo excesso de informação consumida, o que pode indicar que a avaliação da audiência pode ter sido influenciada tanto pela quantidade de notícias quanto pela sua qualidade. Também se atestou o consumo de “fake news”, dado que foi relatada uma alta percepção do fenómeno nas informações encontradas na web. Afinal, das “fake news” identificadas, quantas outras não o foram percebidas enquanto tal? Desse caldo informativo entre notícias, verdades provisórias e “fake news” podem ter-se gerado as emoções negativas relatadas no inquérito, quando se consumia informação (além, obviamente, da tragédia que é própria pandemia em si). Do mesmo modo, as motivações no sentido de seguir informando-se (a última questão ao público) passam por sobrevivência e esperança.

Dennis McQuail (2005) definiu jornalista como uma pessoa que cria relatórios informativos de eventos, recentes ou atuais, de interesse do público. Sendo a profissão uma construção “permanentemente situada e datada” (Fidalgo, 2006, p. 590). E, longe de ser uma mera transmissão de dados, “também produz (...) uma forma particular de conhecimento (...) que desempenha um papel essencial na relação que as pessoas estabelecem com o mundo e entre elas próprias, e consigo mesmas” (Fidalgo, 2006, p. 594). Nesse contexto, a digitalização da informação na economia da atenção veio agravar problemas existentes nos média, acelerando-os. O que se agrava quando a precariedade dos jornalistas é, hoje em dia, uma das bases de ação da profissão, beliscando o seu contexto ético. E, num cenário de crise permanente, que foi aumentado sobremaneira por causa da pandemia da Covid-19, que se configura como um fenómeno global.

Mark Deuze diz não acreditar que a indústria de notícias, tal como está organizada na sua forma tradicional, seja necessária para o jornalismo como uma ideologia para sobreviver e para que o trabalho dos jornalistas permaneça relevante para a vida das pessoas (Deuze, 2019, p. 1). Talvez seja por isso que Cristian Fuchs (2010) veja os média alternativos enquanto possibilidade a ter em conta em todo este processo, salientando que o conteúdo crítico dos produtos dos média mostra as possibilidades

suprimidas de existência, antagonismos da realidade e potenciais de mudança, em que os “critical media” podem ser vistos como a dimensão comunicativa de uma esfera contra-pública.

A crise no jornalismo acentuou-se durante a pandemia que ainda estamos a viver, sendo que ela teve o seu início há já muito tempo, tendo-se agravado com o incremento da digitalização da informação. Mas, por mais que se discuta e se critique o “modus operandi” do jornalismo e dos jornalistas, não é questionável a importância da sua atividade na construção social da realidade, dando conta do que acontece no mundo e tornando-o acessível a todos, fazendo parte de um dos pilares do edifício da democracia. Os jornalistas ajudam a perceber o mundo, interpretando-o para o público que consome informação. Aqueles que produzem notícias estão, assim, condicionados pelo próprio sistema que integram e que faz parte da própria sociedade, com todas as relações de poder existentes.

É nesse quadro que é importante a existência da área da Educação para os Média na formação da cidadania⁵, mas que não terá efeitos imediatos, muito embora possa constituir um investimento futuro na formação crítica dos cidadãos. É necessário apostar num melhor jornalismo, independentemente dos constrangimentos decorrentes dos ditames da profissão, tendo, no entanto, presente que o que está em causa é o jornalismo e não outra coisa qualquer que coexista no espaço mediático.

As consequências da pandemia da Covid-19, não auguram nada de bom para o panorama jornalístico, com a palavra incerteza a condicionar, ainda mais, o futuro. Neste quadro, cada vez mais assolado pelas fontes profissionais de informação, o jornalismo, devido à precariedade no setor, poderá estar mais ameaçado do que nunca.

O problema é, no entanto, mais vasto do que aquele que se prende com a prática do jornalismo, bastando observar o tipo de consumo de média existente. Sendo certo que não será possível fazer mais com menos gente a trabalhar e, ainda por cima, mal remunerada, só alterando esse quadro se poderá sobreviver às “fake news” e a todas

5. Nesse sentido, em Portugal, o Sindicato de Jornalistas e o de Professores têm vindo a desenvolver formação de docentes na área da Educação para os Média em várias cidades portuguesas. O objetivo é capacitar os professores para o desenvolvimento de atividades de Educação para os Média, seguindo a metodologia de projeto e envolvendo alunos e outros membros das comunidades escolar e educativa. Os formadores são jornalistas e académicos especialistas da área do jornalismo e abordam conceitos de média e jornalismo com base na análise e discussão de estudos internacionais, articulando-os com a exploração de recursos pedagógicos, com a finalidade de conceber e desenvolver projetos de Educação para os Média nas escolas onde os formandos exercem funções. No Brasil, o Ministério da Educação aprovou em 2017 a Base Nacional Comum Curricular, incluindo na educação básica uma reflexão crítica sobre o consumo e a produção de média, de modo a sistematizar discussões que já faziam parte de iniciativas dispersas em diferentes estratos da educação formal e não formal no país (Pegurer-Caprino; Martínez-Cerdá, 2016). Além disso, diversos veículos de imprensa e verificadores de checagem, como a Agência Lupa, oferecem cursos e materiais didáticos para que o público geral possa incorporar práticas de apuração do jornalismo em seu cotidiano (Paganotti, 2018). Recentemente, novas iniciativas de educação midiática passaram a oferecer materiais didáticos por meio de cursos online massivos para públicos mais amplos, como o curso “Vaza, Falsiane!” (Paganotti *et al.*, 2019).

as ameaças que pairam sobre o sector, uma vez que o jornalista, enquanto mediador, interpreta a realidade para o público.

Considera-se que os média têm que evitar a tentação de se apresentarem como detentores do monopólio do discurso legítimo, frisando os limites dos estudos científicos na apresentação ponderada e rigorosa dos seus resultados parciais.

Como as notícias de hoje se estendem por várias plataformas de produção e de entrega, elas estão cada vez mais associadas à cultura mediática que desafia as nossas noções-padrão de como elas devem funcionar. Nesse sentido, há várias perguntas que permanecem sem resposta, no que se refere ao trabalho jornalístico: o que diferencia a informação gerada pelo jornalismo da dos demais mediadores sociais de informação, como influenciadores e publicadores independentes? Quando a informação gerada pela imprensa se torna imprecisa tal qual a que circula na web? Por que não admitir ao público falhas em processos produtivos? Como produzir notícias com verdades provisórias sem gerar desinformação? Como atrair atenção do público sem produzir infodemia? Como não cometer erros que abram espaço às “fake news”?

Por fim, não pretendemos retomar uma conceção especulativa do jornalismo como reflexo fiel da realidade objetiva e sem mediação – mas tampouco podemos sucumbir a um impressionismo amador, que descarta relatos decorrentes da experiência e verificáveis e elege como “verdade provisória” afetos e preconceitos convenientes (Barroso & Estrada, 2018). Há uma lição que os média podem aprender com a divulgação e a educação científica (Cunha *et al.*, 2014): a abordagem da transmissão unilateral de informação é muito limitada e ineficaz no seu objetivo doutrinário de mudar opiniões ou afetar condutas a partir de soluções dogmáticas; é necessário apresentar as suas fontes, discutir de forma criteriosa o método com que foi possível recolher os dados, frisando os limites desse conhecimento provisório, com abertura para contestações posteriores ou reformulações necessárias. Essa abordagem é, por um lado, mais científica, reconhecendo que seu método leva a “verdades provisórias” (Cunha *et al.*, 2014) e, por outro, é também mais sensível, sem ignorar as dúvidas e questionamentos apresentados por parte do público. Para combater a desinformação, o jornalismo não pode aproveitar a oportunidade para pregar dogmas e evitar críticas; precisa mais do que nunca deixar claras as suas fontes, os seus métodos de apuração e os critérios que estão na base das respostas parciais que estão hoje disponíveis para as questões sobre o nosso futuro.

Referências

- (2020). COVID-19 Pandemic Planning Scenarios. *CDC* Retirado de www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/hcp/planning-scenarios.html.
- (2020, junho 15). Covid-19 Coronavirus Pandemic. *Worldometer*. Retirado de www.worldometers.info/coronavirus/.

- (2020, junho 5). Jornal inglês manipula dados do coronavírus em Portugal para mostrar risco em viagens de férias. *Correio da Manhã*. Retirado de www.cmjornal.pt/mundo/detalhe/jornal-ingles-manipula-dados-do-coronavirus-em-portugal-para-mostrar-risco-em-viagens-de-ferias?.
- (2020, maio 13). Unicef prevê que pandemia pode vir a matar indiretamente seis mil crianças por dia. *Observador*. Retirado de <https://observador.pt/2020/05/13/unicef-preve-que-pandemia-pode-ir-a-matar-indiretamente-seis-mil-criancas-por-dia/>.
- (2020, 25 de fevereiro). Coronavírus: como a taxa de mortalidade do Covid-19 se compara com outras doenças infecciosas. *BBC*. Retirado de www.bbc.com/portuguese/internacional-51627407.
- Abramo, P. (2016). *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media and “fake news” in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2): 211-236. Doi: 10.1257/jep.31.2.211.
- Barroso, E. & Estrada, R. (2018). De Hípias Menor a Trump: das virtudes do erro (e da mentira) ao erro da pós-verdade. *Estudos em Comunicação*, 1(26): 301-309. Doi: 10.20287/ec.n26.v1.a17.
- Bassas, A. (2016, 17 de novembro). L’anàlisi d’Antoni Bassas: ‘La postveritat’. *Diari Ara* (em catalán).
- Beckett, C. & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social media+ society*, 2(3). Doi: 10.1177/2056305116662395.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1999). *A Construção Social da Realidade*. Lisboa: Dinalivro.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Bourdieu P. (1992). *Réponses*. Paris, Seuil.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Lisboa: Celta.
- Camilo, A. (2020, março 6). O novo coronavírus é igual à gripe? Não. Mata 26 vezes mais. *Sábado*. Retirado de www.sabado.pt/portugal/detalhe/o-novo-coronavirus-e-igual-a-gripe-nao-mata-26-vezes-mais.
- Carey, J. (1997). A Critical Reader. In Munson & Warren (eds.), *The Problem of Journalism History*. Minnesota (EUA): University of Minnesota Press.
- Castells, M. (2007). *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Christofoletti, R. (2018). Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: “fake news” e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. *RuMoRes*, 12(23): 56-82. Doi: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2018.144229.

- Correia, J. (2008). Habilitation Lecture – Lição de Agregação. O jornalismo e a construção do real: notas para uma abordagem sociofenomenológica da teoria da notícia. Doi: 10.13140/RG.2.2.31135.36004.
- Costa, A. (2019). Não há fatos contra argumentos. A falha da atestação da Verdade como validador do Jornalismo. *XVII SBPJor*, Goiânia, GO. Retirado de: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2042/1159>.
- Costa, B.; Jesus Viegas, D.; Moreira, T. & Abreu, P. (2020). O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação?. *Revista Mídia e Cotidiano*, 14(1): 220-239. Doi: 10.22409/rmc.v14i1.38210.
- Costa, P. (2020). Impactos da captologia. Problemáticas, desafios e algumas consequências do “dar vistas” ao ecrã em rede. *Sociologia Online*, (23). Doi: 10.30553/sociologiaonline.2020.23.4.
- Cunha, P., Coelho, V., Moraes, S., Sampaio, S., & Manzoni, D. (2014). Vacinas e a educação em ciências. *ComCiência*, (162), out. Retirado http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542014000800011&lng=en&nrm=isso.
- Davey, M., Kirchgassner, S., & Boseley, S. (2020, junho 3). Surgisphere: governments and WHO changed Covid-19 policy based on suspect data from tiny US company. *The Guardian*, 3.
- Deuze, M. (2019). What Journalism Is (Not). *Social Media + Society*, July-September: 1-4. Doi: 10.1177/205630511985720.
- Deuze, M. & Witschge, T. (2016). O que o jornalismo está se tornando. *Parágrafo*, 4(2): 6-21. Retirado de: www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicof/article/view/478.
- Dourado, J. & Alencar, M. (2020). Agência Lupa: fact-checking como modelo de negócio na Internet. *Comunicação & Inovação*, 21(46). Doi: 10.13037/ci.vol21n46.6388.
- Elster, J. (1999). *Alchemies of the Mind: Rationality and the Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fidalgo, J. (2006). *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga.
- Fidalgo, J. (2019). Em trânsito pelas fronteiras do Jornalismo. *Comunicação Pública*, 14(27). Doi: 10.4000/cp.5522.
- Figaro, R. (2013). Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (pp. 7-143). São Paulo: Ed. Atlas/Salta.

- Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory*, 13(2): 173-192. Doi: 10.1177/1368431010362294.
- Geraldes, E. (2001). Jornalismo e legitimação científico-tecnológica: o caso da erradicação da poliomielite no Brasil. *XXIV Intercom*, Campo Grande, MS. Retirado de: www.portcom.intercom.org.br/pdfs/24008904670894315566973468569901031618.pdf.
- Gonçalves, J. (2020, abril 4). Covid-19: Portugal atingiu um R0 igual a 1. O que quer isto dizer? *Rádio Renascença*. Retirado de <https://rr.sapo.pt/2020/04/16/pais/Covid-19-portugal-atingiu-um-r0-igual-a-1-o-que-quer-isto-dizer/noticia/189517/>.
- Graham, J.; Haidt, J.; Koleva, S.; Motyl, M.; Iyer, R.; Wojcik, S. & Ditto, P. (2013). Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism. *Advances in experimental social psychology*, 47: 55-130. Academic Press. Retirado de: https://sites.uci.edu/peterdittolab/files/2020/06/Graham-et-al-2013.AESP_.pdf.
- Gruszynski, A.; Kalsing, J.; Howell, G. & Brandão, C. (2020). Fact-checking e saúde: análise da seção ‘Verdade ou Boato’ de GaúchaZH. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 14(1): 51-71. Doi: 10.29397/reciis.v14i1.1860.
- Güell, O. (2020, maio 20). Especialistas defendem OMS de críticas sobre desempenho no combate ao coronavírus. *El País*. Retirado de: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-05-20/especialistas-defendem-oms-de-criticas-sobre-desempenho-no-combate-ao-coronavirus.html>.
- Heloani, R. (2006). O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida. *Interações*, (22): 171-198. Retirado de: www.redalyc.org/pdf/354/35402208.pdf.
- Henriques, C. (2018). A dupla epidemia: febre amarela e desinformação. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 12(1): 9-13. Doi: 10.29397/reciis.v12i1.1513.
- Hunt, E. (2016, dezembro 17). What is “fake news”? How to spot it and what you can do to stop it. *The Guardian*. Retirado de: www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate.
- Karppinen, K. (2008). Media and the Paradoxes of Pluralism. In Hesmondhalgh & Toynbee (ed.), *The media and social theory* (pp. 27-42). London: Routledge.
- Latour, B. (2020). Bruno Latour: ‘This is a global catastrophe that has come from within’. Retirado de www.theguardian.com/world/2020/jun/06/bruno-latour-coronavirus-gaia-hypothesis-climate-crisis.
- Lima, S. (2013). *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Editora Insular.

- Lopes, M. (2020, junho 17). Jornalistas admitem que orientaram cidadãos para o confinamento. *Público*. Retirado de www.publico.pt/2020/06/17/politica/noticia/jornalistas-admitem-orientaram-cidadaos-confinamento-1920798.
- Lusa (2020). Covid-19 | Pandemia. *SNS (Serviço Nacional de Saúde de Portugal)*. Retirado de <https://www.sns.gov.pt/noticias/2020/03/11/COVID-19-pandemia/>.
- Mcquail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mcquail, D. (2005). Publication in a free society: the problem of accountability. *Comunicação e Sociedade*, 7: 235-255.
- Meneghini, J. (2020). *Emoções e afetos na desorganização informacional: o medo e a esperança em conteúdos falsos de saúde no WhatsApp*. Dissertação de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado, ESPM, São Paulo.
- Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- Monari, A. & Bertolli Filho, C. (2019). Saúde sem “fake news”: estudo e caracterização das informações falsas divulgadas no Canal de Informação e Checagem de “fake news” do Ministério da Saúde. *Revista Mídia e Cotidiano*, 13(1): 160-186. Doi: 10.22409/ppgmc.v13i1.27618.
- Natércia, F. (2008). Por uma leitura crítica da ciência. *ComCiência*, 100. Retirado de: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542008000300018&lng=pt&nrm=iso-.
- Oliveira, A. & Assis, C. (2020). “Fato ou Fake”, uma tentativa de retorno ao gatekeeper. *Revista UNINTER de Comunicação*, 8(14): 4-14. Doi: 10.21882/ruc.v8i14.787.
- Oliveira, T.; Quinan, R. & Toth, J. (2020). Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 14(1): 90-111. Doi: 10.29397/reciis.v14i1.1988.
- Ordem dos Enfermeiros (2020, maio 14). Testes sorológicos mostram que número de profissionais infectados é dez vezes superior. Retirado de www.ordemenfermeiros.pt/noticias/conteudos/testes-sorol%C3%B3gicos-mostram-que-n%C3%BAmero-de-profissionais-infectados-%C3%A9-dez-vezes-superior/.
- Orgeret, K. (2020). Discussing Emotions in Digital Journalism. *Digital Journalism*, 8(2): 292-297. Retirado de: www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2020.1727347. Acessado em 21/09/2020.
- Paganotti, I.; Sakamoto, L. & Ratier, R. (2019) Mais fake e menos news: resposta educativa às notícias falsas nas eleições de 2018. In Costa & Blanco (orgs.),

- Liberdade de expressão: questões da atualidade*. São Paulo: ECA-USP. Doi: 10.11606/9788572052597.
- Paganotti, I. (2018). Notícias falsas, problemas reais: propostas de intervenção contra noticiários fraudulentos. In Costa & Blanco (orgs.), *Pós-tudo e crise da democracia*. São Paulo: ECA-USP. Doi: 10.11606/9788572052092.
- Patino, B. (2019). *A civilização do peixe-vermelho: como peixes-vermelhos presos aos ecrãs dos nossos smartphones*. Lisboa: Gradiva.
- Pegurer-Caprino, M. & Martínez-Cerdá, J. (2016). Alfabetización mediática en Brasil: experiencias y modelos en educación no formal. *Comunicar*, 24(49): 39-48. Doi: 10.3916/C49-2016-04.
- Queiroz, G. (2020, 2 de julho) Ondas de desinformação sobre Covid-19 no Brasil vão de curas a caixões vazios. *Lupa*. Retirado de: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/07/02/coronaverificado-ondas-desinformacao>.
- Sacramento, I. & Paiva, R. (2020). “fake news”, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. *Matrizes*, 14(1): 79-106. Doi: 10.11606/issn.1982-8160.v14i1p79-106.
- Santos, L. (2015, outubro 14). Quem nos desvia o Olhar?. *Rádio Renascença*. Retirado de: http://rr.sapo.pt/artigo/36770/quem_nos_desvia_o_olhar.
- Silva, F. & Silva Jr., J. (2019). Mentiras sinceras (não) me interessam: estratégias biopolíticas do Ministério da Saúde no combate às “fake news”. *Revista Interseções*, 12(27): 226-246. Retirado de <https://revistas.anchieta.br/index.php/RevistaIntersecoes/article/view/1395>.
- Singer, J. (2007). Contested Autonomy: Professional and Popular Claims on Journalistic Norms. *Journalism Studies*, 8(1): 79-95. Doi: 10.1080/14616700601056866.
- Spinelli, E. & Santos, J. (2018). Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às “fake news”. *Revista Observatório*, 4(3): 759-782. Doi: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759.
- Sousa, V. (2017). A luz, as sombras e a procura da verdade. Os média e a construção de uma realidade equívoca e totalizante. (*OBS**) *Observatorio*, 11(1): 20-40. Doi: 10.7458/obs1102017979.
- Tandoc Jr, E.; Lim, Z. & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2): 137-153. Doi: 10.1080/21670811.2017.1360143.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

- Tuchman, G. (1993) A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In N. Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"* (pp. 61-73). Lisboa: Vega.
- Vázquez-Herrero, J.; Vizoso, Á. & López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El profesional de la información*, 28(3): e280301. Doi: 10.3145/epi.2019.may.01.
- Vosoughi, S.; Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380): 1146-1151. Doi: 10.1126/science.aap9559.
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). An emotional turn in journalism studies?. *Digital Journalism*, 8(2): 175-194. Retirado de: www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2019.1697626. Acessado em 21/09/2020.
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe report*, 27. Retirado de: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>.
- Wolf, M. (2012). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.
- Zarocostas, J. (2020d). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225): 676.
- Zelizer, B. (2009). Journalism and the Academy. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (eds.), *Handbook of Journalism Studies* (pp. 29-41). New York: Routledge. Doi: 10.4324/9780203877685.
- Zelizer, B. (ed.) (2009a). *Explorations in Communication and History*. London: Routledge. Doi: 10.4324/9780203888605.
- Zu, Z.; Jiang, M.; Xu, P.; Chen, W.; Ni, Q.; Lu, G. & Zhang, L. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19): a perspective from China. *Radiology*, 200490. Retirado de: www.em.com.br/app/noticia/pensar/2020/04/03/interna_pensar,1135082/funcionamento-da-humanidade-entrou-em-crise-opina-ailton-krenak.shtml.