



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

GUSTAVO DOS PASSOS NASCIMENTO

**Desinformação, pandemia de Covid-19 e as
mudanças do jornalismo**

Orientadora: Prof^ª Dra. Marli dos Santos

**SÃO PAULO
2023**

GUSTAVO DOS PASSOS NASCIMENTO

Desinformação, pandemia de Covid-19 e as mudanças do jornalismo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* – Mestrado em Comunicação – da Faculdade Cásper Líbero, linha de pesquisa Tecnologia, Organizações e Poder como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Prof.^a Dra. Marli dos Santos.

SÃO PAULO
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

Nascimento, Gustavo dos Passos

Desinformação, pandemia de Covid-19 e as mudanças do jornalismo. / Gustavo dos Passos Nascimento. -- São Paulo, 2023.

74f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, 2003.

Orientador: Profa. Dra. Marli dos Santos

1. Covid-19. 2. Desinformação. 3. Imprensa. 4. Jornalismo. 5. Marketing. I. Santos, Marli dos. II. Faculdade Cásper Líbero, Mestrado em Comunicação. III. Título.

CDD 303.485


Bibliotecária respo

nsável: Cláudia Luísa Siqueira - CRB 8/10260


ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: GUSTAVO DOS PASSOS NASCIMENTO


“DESINFORMAÇÃO, PANDEMIA DE COVID-19 E AS MUDANÇAS DO JORNALISMO”

Documento assinado digitalmente
 **IVAN PAGANOTTI**
Data: 20/04/2023 18:07:55-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Ivan Paganotti
Universidade Metodista de São Paulo - UMESP

Documento assinado digitalmente
 **HELENA MARIA AFONSO JACOB**
Data: 27/04/2023 10:02:58-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Helena Maria Afonso Jacob
Faculdade Cásper Líbero - FCL

Documento assinado digitalmente
 **MARLI DOS SANTOS**
Data: 19/04/2023 12:05:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Marli dos Santos
Faculdade Cásper Líbero - FCL

Data da Defesa: 17 de abril de 2023

Dedico esta dissertação à minha mãe que sempre incentivou meu crescimento, aos professores que me inspiraram a buscar conhecimento e aos jornalistas comprometidos com a informação de qualidade.

AGRADECIMENTOS

Vera Passos, que sempre apoiou meu crescimento profissional, acadêmico e pessoal.

Marli dos Santos, que segurou minha mão nos momentos mais difíceis da fase de pesquisa e abraçou a orientação até o fim.

Michelle Prazeres, que me mostrou na prática que mestrado não é para somente ser professor, mas sim ser pesquisador.

Valmir Souza, o copiloto que diariamente me inspira a evoluir positivamente como ser humano

Marco Gomes, que não me deixou desistir do meu sonho e me recordou que a educação é uma das maiores formas de ser resistência.

Laura Azevedo, que compartilhou dicas valiosas para cursar e finalizar este mestrado.

“Da instância pedagógica cultural representada pela mídia, o jornalismo é um dos principais articuladores da produção dos saberes cotidianos que orientam a (e se orientam na) cultura. A função pedagógica do jornalismo pode ser percebida na reprodução e circulação do acervo dos conhecimentos socialmente construídos e culturalmente legitimados que ajudam a informar os sujeitos na contemporaneidade. Sua função “educativa” se traduz, sobretudo, pela necessidade de “explicar” o mundo sempre baseado na “verdade” e fazendo uso de recursos técnicos e humanos capazes de ilustrarem esses saberes gerando significados. O

jornalismo é, na perspectiva aqui adotada, um conhecimento social e cultural que ensina.”

(Marcia Veiga da Silva, 2010)

RESUMO

Esta dissertação está vinculada à linha de pesquisa Tecnologias, Organizações e Poder, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero (FCL). O estudo aborda as mudanças do jornalismo que foram observadas no cenário da pandemia de Covid-19 e da desinformação. O objetivo geral é identificar mudanças que ocorreram no jornalismo com base na produção científica e como as essas transformações são apontadas nos estudos publicados em revistas acadêmicas nos anos de 2021 e 2022. A fundamentação teórica inclui autores como Marcondes Filho, Pereira & Adghirni, Charron & Bonville, Wardle, Chul Han, Traquina e Sodré. A pesquisa apresenta as etapas das mudanças do jornalismo, reflete sobre a influência da desinformação e da pandemia nas práticas jornalísticas e apresenta algumas perspectivas teóricas sobre a desinformação. Para responder à questão da pesquisa, adotou-se a metodologia de análise de conteúdo em revistas científicas de comunicação estratos A1 e A2 nos anos de 2021 e 2022, onde de 660 publicações chegou-se ao objeto empírico final, composto por 10 artigos que passaram por análise seguindo uma categorização prévia para que os resultados fossem comentados pelo autor no capítulo final. Foi concluído que as mudanças no jornalismo já aconteciam, mas ocorreram profundas alterações nas práticas com o cenário da popularização das redes sociais, o aumento da desinformação presente nas plataformas digitais e, depois, há um tensionamento com a chegada da pandemia de Covid-19.

Palavras-Chave: Jornalismo, desinformação, imprensa, pandemia, Covid-19.

ABSTRACT

This dissertation is linked to the research line Technologies, Organizations and Power, of the Graduate Program in Communication at Faculdade Cásper Líbero (FCL). The study addresses the changes in journalism that have been observed in the context of the Covid-19 pandemic and misinformation. The general objective is to identify changes that have occurred in journalism based on scientific production and how these transformations are pointed out in studies published in academic journals in the years 2021 and 2022. The theoretical foundation includes authors such as Marcondes Filho, Pereira & Adghirni, Charron & Bonville, Wardle, Chul Han, Traquina and Sodr . The research presents the stages of changes in journalism, reflects on the influence of disinformation and the pandemic on journalistic practices, and presents some theoretical perspectives on disinformation. To answer the research question, the methodology of content analysis was adopted in scientific journals of communication strata A1 and A2 in the years 2021 and 2022, where from 660 publications the final empirical object was reached, consisting of 10 articles that passed by analysis following a previous categorization so that the results could be commented by the author in the final chapter. It was concluded that changes in journalism were already happening, but there were profound changes in practices with the scenario of the popularization of social networks, the increase in disinformation present on digital platforms and, later, a tension with the arrival of the Covid-19 pandemic.

Keywords: Journalism, disinformation, press, pandemic, Covid-19.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 Jornais impressos trazem a mesma capa.....	29
FIGURA 2. Desinformação, mesinformação e malinformação.....	29
FIGURA 3. Exemplo de Mesinformação.....	30

LISTA DE GRÁFICOS E QUADROS

GRÁFICO 1. Evolução dos países que evitam ver notícias	21
GRÁFICO 2. Evolução do uso das redes sociais.....	23
QUADRO 1. Algumas mudanças das práticas jornalísticas.....	25
QUADRO 2. Objeto empírico da pesquisa.....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1 – JORNALISMO E SUAS TRANSFORMAÇÕES.....	16
1.1 – Conceito de Notícia no jornalismo.....	16
1.2 – Algumas transformações no Jornalismo.....	17
1.3 – As eras do jornalismo.....	19
CAPÍTULO 2 – DESINFORMAÇÃO E PANDEMIA.....	27
2.1 – Jornalismo <i>versus</i> desinformação.....	27
2.2 – Os tipos de desinformação.....	29
2.3 – A (des)informação como mercadoria.....	32
2.4 – <i>Fake News</i> , jornalismo e infodemia.....	33
CAPÍTULO 3 – MUDANÇAS NO JORNALISMO SEGUNDO ESTUDOS CIENTÍFICOS.....	36
3.1 – Metodologia.....	36
3.2 – Descrição das categorias.....	38
3.3 – Objeto empírico da pesquisa.....	40
3.4 – Análise inicial dos Resultados.....	41
3.5 – Objetivo geral da pesquisa.....	42
3.6 – Conceitos de Desinformação.....	43
3.7 – Termo utilizado para se referir às alterações nas práticas.....	44
3.8 – Mudança apontada pelo artigo.....	44
3.9 – Tema relacionado a TV, jornal, rádio, meio digital.....	45
3.10 – Relaciona a mudança do jornalismo à pandemia.....	45
3.11 – Relaciona a mudança do jornalismo à desinformação.....	48

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICES.....	61
INTRODUÇÃO	

Este trabalho foi realizado por este autor, após observar, nos últimos anos, o quanto o jornalismo e as tecnologias sempre estiveram interligados no exercício da profissão. Assistimos o surgimento da internet desde a conexão discada até a banda larga e redes 5G, o nascimento de portais de notícias de nichos digitais e as mídias sociais.

Em 2020, o mundo foi surpreendido por um vírus novo, até então desconhecido, que fez a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarar pandemia¹. A Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2), deixou o mundo em pânico e obrigou os países a tomarem atitudes preventivas. Inicialmente, no Brasil, comércios caracterizados como não essenciais foram fechados e só poderiam funcionar na modalidade de *delivery* ou *take away*. Escritórios e setores administrativos até de unidades de saúde foram transferidos para o *home office*.

O jornalismo também acabou sendo afetado neste cenário de pandemia. As redações, que ficaram vazias, passaram a ser a casa de cada profissional de imprensa. As redações ficaram vazias. A comunicação para apuração das notícias precisou ser adaptada a este novo tempo. Os eventos presenciais em que os jornalistas eram convidados passaram a ser *webinars* ou reuniões pelos aplicativos.

O estudo aborda as mudanças do jornalismo no cenário da desinformação e pandemia de Covid-19. Após a pesquisa bibliográfica e as observações pessoais como jornalista, a questão que norteou a pesquisa é: quais mudanças no jornalismo foram observadas nos estudos científicos da comunicação no cenário da pandemia de Covid-19 e/ou desinformação?

O objetivo principal é identificar mudanças que ocorreram no jornalismo com base na produção científica e como as essas transformações são apontadas nos estudos publicados em revistas acadêmicas durante a pandemia de Covid-19. Já os objetivos específicos incluem:

¹ UNA-SUS: Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus. Disponível em <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em 20 mar. 2023

- a) Apresentar as etapas de mudanças do jornalismo
- b) Refletir sobre a influência da desinformação e/ou da pandemia nas práticas jornalísticas
- c) Apresentar perspectivas teóricas sobre a desinformação

O registro científico é essencial para a difusão do conhecimento, permitindo com que outros pesquisadores possam aperfeiçoar os assuntos abordados e publicados e complementar com outras contribuições.

Para responder à questão da pesquisa, adotou-se a metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 1977). em revistas científicas de comunicação estratos A1 e A2 nos anos de 2020, 2021 e 2022, onde de 660 publicações, chegou-se ao objeto empírico final, composto por 10 artigos, que passaram pela análise seguindo uma categorização prévia para que pudessem responder à questão da pesquisa e também fornecer informações importantes sobre transformações do jornalismo no cenário da desinformação e da pandemia de Covid-19.

Como critério, foram escolhidos os estratos A1 e A2, considerados mais elevados de classificações do *Qualis* para revistas e periódicos. Já a escolha por publicações somente em 2021 refere-se ao ano posterior a 2020, quando a pandemia foi declarada pela OMS, e havia maior probabilidade de publicação de artigos sobre o tema por pesquisadores da área de Comunicação.

Na análise de conteúdo (BARDIN, 1977), seu objetivo é efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens). Desta forma, “o analista possui à sua disposição (ou cria) todo um jogo de operações analíticas, mais ou menos adaptadas à natureza do material e à questão que procura resolver”. (BARDIN, 1977, p. 42)

Após analisar os artigos, o autor identificou algumas mudanças do jornalismo que poderão lançar luzes sobre questões relevantes para o pensamento contemporâneo acerca das relações entre o jornalismo, a desinformação, a pandemia de Covid-19 e as tecnologias digitais. O intuito é trazer contribuições à comunidade acadêmica sobre as mudanças em curso no jornalismo da atualidade.

Dessa forma, essa dissertação do Mestrado está estruturada em três capítulos. No primeiro, é apresentado o jornalismo, a definição de notícia, suas eras com transformações, permanências e mudanças ao longo do tempo.

No segundo capítulo são trazidos os conceitos de desinformação com uma contextualização sobre o cenário da pandemia de Covid-19 e algumas observações preliminares das mudanças ocorridas no jornalismo sob influência também da infodemia.

No terceiro capítulo será apresentado o objeto empírico do estudo, composto por 10 artigos científicos publicados em revistas científicas de comunicação estratos A1 e A2 nos anos de 2021 e 2022 que passaram por análise de conteúdo e forneceram pistas para responder a questão da pesquisa.

Na sequência, as considerações finais trazem as respostas da pergunta principal da pesquisa, contribuições adicionais que o estudo trouxe e demais observações que o autor julgou importante para contribuir com os estudos da desinformação e do jornalismo contemporâneo.

CAPÍTULO 1 - JORNALISMO E SUAS TRANSFORMAÇÕES

Este capítulo traz elementos importantes para a investigação proposta no estudo. São abordados os conceitos de notícia e as fases do jornalismo, tendo em vista as mudanças e permanências ao longo do tempo. A partir de Charron e Bonville focamos na era do “jornalismo de comunicação”, conceituado pelos autores como uma prática voltada ao público.

1. 1 Conceito de Notícia no jornalismo

A notícia é considerada elemento fundamental nas sociedades, especialmente nas cidades em que as necessidades de deslocamento, moradia, educação e trabalho se confundem na paisagem urbana, como também no contexto da globalização e do avanço das tecnologias. Desde o período considerado pré-jornalístico, com as Actas Diurnas dos romanos (69 aC.), passando por vários períodos históricos, o jornalismo mudou e se complexificou assim como a sociedade contemporânea. Mesmo com as mudanças ocorridas, especialmente nos séculos XX e XXI, os jornalistas continuam responsáveis pela checagem de fatos para descobrir a sua veracidade e, desta forma, informar a população. Silva (2010, p. 56-57) afirma que a mídia, inclusive, tem função educativa de “explicar” o mundo sempre baseado na “verdade” com recursos técnicos e humanos que ilustram os saberes cotidianos.

Segundo Traquina (2000, p.26), o acontecimento cria a notícia, enquanto a segunda cria o acontecimento que é uma construção, uma narrativa, uma “estória”. Recorrendo a Tuchman (1976-93: 262), “dizer que a notícia é uma ‘estória’ não é de modo nenhum rebaixá-la ou acusá-la de ser fictícia”. Traquina (2000) reafirma que se trata de uma realidade construída com a utilização de padrões industrializados, ou seja, formas específicas que são aplicadas aos acontecimentos, como, por exemplo, a pirâmide invertida.

Pena (2005) contribui com a discussão sobre a notícia ser uma reconstrução da realidade com utilização de técnicas usadas pelo jornalista. Ele afirma que a linguagem neutra no jornalismo é impossível porque a imprensa funciona como um espelho do real, apresentando reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano. “O jornalista tem o objetivo de observar a sua realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais”. (2005, p. 125).

Já os estudos da filosofia partem de um princípio de que os conteúdos oferecidos pelos veículos de imprensa não seriam a verdade absoluta, mas a “expressão de verdade, um relato verdadeiro de uma situação delimitada” (COUTINHO, 2004, p.9). Ao conceituar verdade e realidade no jornalismo e na filosofia, o autor afirma que:

No cotidiano dos jornalistas a verdade poderia ser considerada como o fundamento da realidade, como a confirmação ou checagem dos dados que instituem um fato como verdadeiro ou verídico. Na filosofia, a reflexão que originou o conceito de Realidade se relaciona a existência do mundo exterior, e surgiu com Descartes. A partir do princípio da primazia das ideias como objeto do conhecimento humano, o filósofo justificou a necessidade de definir a Realidade usando o pressuposto de que Deus não nos iludiria com ideias sem partes concretas correspondentes. Confirmada por Kant, a realidade mantém o significado específico do concreto ou coisalidade em contraponto à intuição e a idealização do espaço, e se opõe a aparência e a ilusão. Assim, ao considerar a verdade jornalística como representação da realidade, estamos estabelecendo uma interpretação, aplicada ao fazer profissional, das categorias filosóficas. E, nestes casos, é importante ressaltar os riscos inerentes de transformação do “desvelamento” em uma distorção dos fatos, especialmente quando, no ritmo industrial de produção das notícias, há problemas na apuração das informações. (COUTINHO, 2004, p.10)

As notícias, conforme Traquina (2005), são o resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) em um produto (as notícias). A questão central no fazer jornalístico é o questionamento frequente do que é notícia, do que merece ser noticiado e quais são os critérios que determinam o que é uma notícia e o desenvolvimento dos acontecimentos.

1. 2 Algumas transformações no Jornalismo

Mesmo com mais de 210 anos de imprensa no Brasil, o jornalismo enquanto atividade remunerada só se desenvolveu durante o século XIX, segundo Traquina (2000, p. 24), na sequência de um processo complexo de industrialização da sociedade, da escolarização, da urbanização, de avanços tecnológicos e da implantação de regimes políticos onde o princípio de liberdade de imprensa se tornou sagrado (O’BOYLE, 1968;

SCHUDSON, 1978; SCHILLER, 1979; FERENCZI, 1993; citados por TRAQUINA, 2000, p. 24).

Quando surge um novo meio de comunicação presume-se o desaparecimento dos [meios] que já existem. Segundo Sodré (1999), o rádio não eliminou o jornal, assim como a TV não fez os outros meios acabarem. O que ocorre é uma diferenciação de tarefas, de acordo com as características dos novos meios, de penetração maior e mais rápida do que a imprensa. E isso, de acordo com Sodré (1999), correspondeu, sem dúvida, a mudanças também significativas no papel da imprensa. “Todos os meios, os de massa e a imprensa, trabalham com a informação, no aspecto de notícia, mas operam de maneiras diferentes” (SODRÉ, 1999, p. 14 e 15).

Essas diferentes maneiras de se trabalhar a informação e a notícia fazendo jornalismo foram demonstradas, por exemplo, pela produção independente ou alternativa. Ao passo que novos veículos de comunicação surgiram, foi enorme, também, o número de profissionais demitidos das empresas jornalísticas “tradicionais”, conforme relatam FÍGARO, NONATO & PACHI FILHO (2018):

A dura realidade dos trabalhadores na situação de concentração de recursos e de poder nas mãos de poucos conglomerados faz com que busquem maneiras de ganhar a vida e de exercer seu saber/fazer. É nesse contexto que crescem, no cenário dos meios de comunicação e, especificamente, nos meios jornalísticos, os grupos de profissionais que se agregam para trabalhar, realizando o que melhor sabem fazer: conteúdo jornalístico, informação relevante para a compreensão do momento presente, informação para mobilização social, cidadã; jornalismo cultural, crítica cultural, etc. Esses(as) profissionais vão estabelecendo redes de troca de informação, apoio, sustentação. Têm proximidade local, estão geralmente numa mesma cidade, embora, as tecnologias permitam a aproximação e a formação de grupos geograficamente distantes. (FÍGARO; NONATO; PACHI FILHO, 2018, p.102)

Charron e Bonville (2016, p.173) observam que esta atividade não é uma “prática idêntica em todas as épocas e em todos os lugares, mas uma prática cultural específica, sócio-historicamente determinada”. Ao longo da história, houve a criação e encerramento de atividades de inúmeros jornais e, muitos deles, foram responsáveis pela mutação do exercício da profissão. A cada tipo de organização que aparece na história desde a criação dos primeiros jornais, corresponderia um tipo de jornalismo que seria “funcional” porque mais bem adaptado às circunstâncias, segundo os autores.

Com o avanço cada vez maior das tecnologias e das mídias digitais, o jornalismo foi influenciado diretamente fazendo com que as empresas de imprensa e os profissionais

repensassem a maneira de levar informação à sociedade. Portais que nasceram do surgimento da internet, como o G1, das Organizações Globo, por exemplo, preparavam o repórter para ir à rua com um *notebook*, um *modem wireless* para acesso à banda larga, uma câmera e gravador de áudio digitais e um radiocomunicador para que o internauta tivesse melhor visualização da notícia (Ferrari, 2014).

O jornalismo se moldava não só para ser digital, mas também para ser multimídia, fazendo com o que o profissional dominasse vários apetrechos tecnológicos, tivesse olhar de editor de fotografia e agilidade que seria impensável nos veículos impressos em outros tempos. Sobre jornalismo multimídia, Ferrari (2014) afirma:

A notícia é digitada, na maioria das vezes, no táxi durante o caminho de volta para a redação, ou mesmo atualizada do local por telefone para um jornalista que está na redação do G1, dependendo do que o tráfego de cliques demonstrar. Isso mesmo, o jornalista acompanha a audiência da sua matéria em tempo real e dependendo do interesse do leitor, muda a chamada ou destaque. “Os novos desafios do jornalismo hoje estão calcados primeiramente na digitalização e ‘multimedialização’ das notícias e na necessidade de dar treinamento às redações, como um todo, e aos jornalistas em particular, para que eles possam dar conta dessas transformações”, nos ensina o pesquisador Jesus Martin Barbero. (FERRARI, 2014, p. 40)

Na chegada das mídias e redes sociais digitais, a imprensa tradicional teve seu espaço dividido com essas plataformas e os novos atores sociais sob a ótica da confiabilidade das informações veiculadas nos meios de comunicação. No início da pandemia covid-19 foi possível observar uma necessidade do público em acompanhar as notícias pela TV e rádio. Pesquisa do Instituto Datafolha, divulgada pelo jornal Folha de S. Paulo (2021), mostrou que TVs e jornais lideravam o índice de confiança em informações sobre a crise de Covid-19. O Datafolha entrevistou 1.558 pessoas por telefone e também perguntou sobre o índice de confiança em mídias digitais. Sobre o WhatsApp, 12% disseram que confiavam; 58% não confiavam; 24%, em parte; e 6% não utilizavam. No Facebook, 12% responderam que confiavam; 50% não confiavam; 25%; em parte; e 13% não utilizavam.

1. 3 As eras do jornalismo

A história do jornalismo mostra que mudanças estruturais sempre estiveram em curso, como descrevem Charron e Bonville (2015), quando falamos do surgimento de quatro paradigmas jornalísticos.

1. Jornalismo de transmissão. Aparece no século XVII com o objetivo de transmitir informações das fontes diretamente ao seu público;
2. Jornalismo de opinião. Surge no início do século XIX e se coloca a serviço das lutas políticas;
3. Jornalismo de informação. Emerge no fim do século XIX e segue o modelo de coleta de notícias sobre a atualidade;
4. Jornalismo de comunicação. Aparece nas décadas de 1970/1980 e se caracteriza pela diversificação e pela subordinação da oferta a partir das preferências do público alvo.

Paradigma jornalístico é definido pelos mesmos autores como uma maneira específica e singular de conceber e praticar o jornalismo. Estas classificações servem para situar os “jornalismos” em um tempo cronológico específico, mas não para tratar de suas mudanças estruturais. O jornalismo, antes de tudo, é uma prática social que se transforma ao longo do tempo, se moldando à sociedade e sua evolução

Dizemos com ênfase: os conceitos de jornalismo de transmissão, jornalismo de opinião, jornalismo de informação e jornalismo de comunicação (...) são tipos ideais e não descrições de práticas jornalísticas reais. O jornalismo real é um objeto infinitamente complexo e não está jamais conformado em sua história nem a um nem a outro dos modelos teóricos puros. (CHARRON & BONVILLE, 2004, p. 11)

Estes paradigmas ou eras do jornalismo nos instigam a trazer a reflexão para o cenário brasileiro, em que transformações profundas têm acontecido. Com o Jornalismo de comunicação, vimos a chegada da internet no Brasil em 1988, por iniciativa da comunidade acadêmica de São Paulo (FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) e Rio de Janeiro UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro) e LNCC (Laboratório Nacional de Computação Científica), com exploração comercial em dezembro de 1994. As redes sociais (*Orkut* e *Facebook*) surgiram em nosso país após doze anos, em 2006.

Sobre a quarta era do jornalismo, chamada de Comunicação, Charron & Bonville afirmam que:

A imprensa escrita cotidiana e as grandes redes de televisão, que dominam a indústria das mídias, veem suas parcelas e mercado esfacelar-se a favor de novas mídias, mais especializadas, mais inovadoras, menos respeitadoras das normas estabelecidas. A multiplicação e a miniaturização dos equipamentos, o desenvolvimento das telecomunicações e, mais recentemente, a implantação da internet rápida. (...) Notícias banais adquirem o status de acontecimento; a informação se faz entretenimento e adota voluntário o tom do humor ou ainda familiar, da conversação. (CHARRON & BONVILLE, 2004, p.3)

O excesso de informação também dava seus sinais de início com a chegada da era digital, conforme afirma Ferrari (2014).

Por ser bombardeado diariamente por uma quantidade avassaladora de informações, o internauta não se sente fiel a qualquer veículo digital, nem mesmo ao portal do provedor de acesso. No caso dos jornais impressos, ocorre o inverso. A fidelidade do leitor é visível. (...) Na internet, contudo, a viagem é lúdica e o apelo visual e textual falam mais alto. (FERRARI, 2014, p. 21-22)

Os primeiros portais da internet surgiram nos anos 90² como os maiores contribuintes para a formação de um leitor passivo e acostumado a dar uma olhada em diferentes janelas, mesmo sem aprofundar em nada. Com a popularização das redes sociais, que surgiram nos anos 2000³, e o acesso ampliado aos dispositivos móveis o comportamento do usuário evoluiu para o crescimento no índice de rejeição às notícias, segundo o Instituto Reuters (2023).

O gráfico a seguir mostra a proporção de latino-americanos que evitam o noticiário segundo a pesquisa do Instituto Reuters. O comportamento de aversão às notícias estava em crescimento desde 2018 e ficou mais acentuado em 2022, segundo ano da pandemia de Covid-19. O Brasil lidera o índice entre os países estudados. São 54% dos brasileiros que evitam a notícia, número superior ao da média mundial que encontra-se no patamar de 38%. Em 2017, a situação era bem diferente com 27% dos brasileiros que evitavam consumo do noticiário, percentual abaixo da média mundial de 29%.

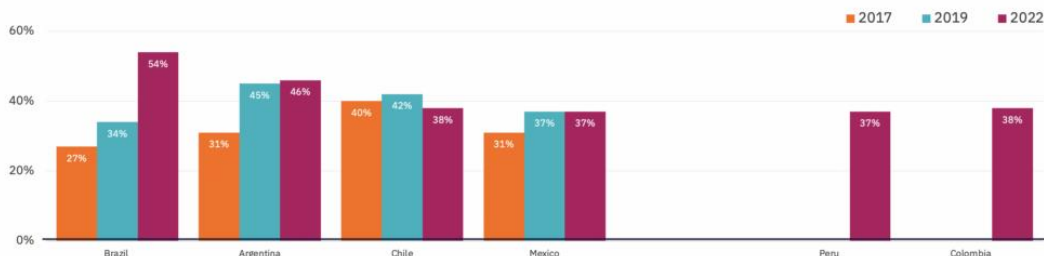
² Em 1992, o cientista Tim Berners-Lee criou a World Wide Web – ou esse “www” que se digita antes do nome de qualquer site. A rede nasceu na Organização Europeia para a Investigação Nuclear, que propôs a criação dos hipertextos para permitir que várias pessoas trabalhassem juntas acessando os mesmos documentos. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.ghml>. Acesso em 22 mar. 2023

³ A história das redes sociais: como tudo começou. Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>. Acesso em 22 mar. 2023

Selective news avoidance over time

38% across all countries say they 'often or sometimes' avoid the news (up from 29% in 2019)

Latin American countries (no data for 2017 or 2019 for Peru and Colombia)



Q1d1_2017. Do you find yourself actively trying to avoid news these days? Base: Total 2015-22 samples (n=2000)

Gráfico. 1 – Evolução dos países que evitam ver notícias. Créditos: LatAm Journalism Review⁴

Segundo o *Digital News Report*⁵, a conexão entre o jornalismo e o público pode ter se desgastado, incluindo uma queda na confiança após um aumento positivo em 2021, um interesse em declínio por notícias e um aumento na evasão de notícias.

Os motivos para a aversão ao noticiário são diversos: 43% reclamam da repetitividade, especialmente na cobertura de política e da pandemia de COVID-19. 29% se dizem desgastados pelas notícias, enquanto outros 29% não confiam no noticiário. Cerca de um terço (36%) diz que as notícias pioram o seu humor. Dificuldade de entendimento é citada por 8% dos entrevistados para se afastar das notícias. Isso é ainda mais verdade entre o público com menos de 35 anos. (KNIGHT CENTER LATAM JOURNALISM REVIEW, 2022)

Este leitor passa também a buscar notícias nas redes sociais, principalmente em plataformas com foco visual, como *Instagram* e *Tik Tok*. O público é principalmente formado por dois grupos etários: os nativos sociais (18-24 anos), que cresceram em grande parte no mundo social e participativo da web (era do jornalismo de comunicação); e os nativos digitais (25 a 34 anos), assistiram o surgimento destas redes.

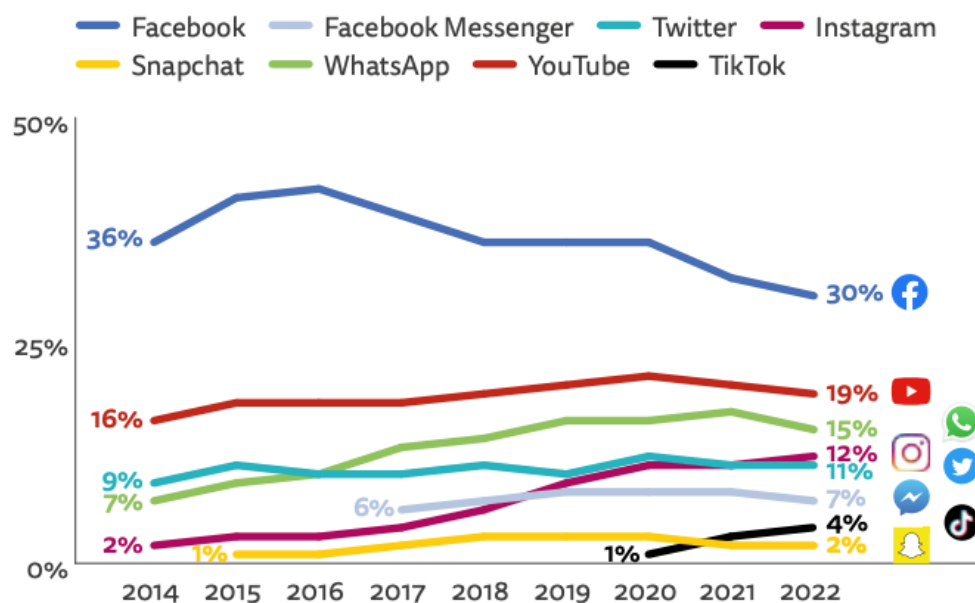
Segundo o relatório da Reuters, 39% dos nativos digitais usam as redes sociais como principal fonte de notícias frente a 34% que preferem ir diretamente a um site ou aplicativo de notícias. O gráfico abaixo mostra a evolução do uso das redes sociais para ver notícias entre os anos de 2014 e 2022. Percebe-se uma queda gradativa do *Facebook* enquanto há uma ampliação nas plataformas audiovisuais, como o *YouTube* e *Instagram*.

⁴ Aumenta proporção de latinos americanos que evitam o noticiário, diz pesquisa do Instituto Reuters. Disponível em <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/reuters-digital-news-report-2022/>. Acesso em 22 mar. 2023

⁵ Digital News Report do Reuters Institute: Brasil é o país onde mais pessoas evitam ler notícias. Disponível em <https://www.aner.org.br/v2/anj-aner-informativo/digital-news-report-do-reuters-institute-brasil-e-o-pais-onde-mais-pessoas-evitam-ler-noticias.html>. Acesso em 18 mar. 2023

O *Tik Tok* passa de 1% para 4% de 2020 (ano em que iniciou a pandemia de Covid-19) até 2022, quando a pesquisa foi realizada. O interesse do usuário modifica-se ao longo do tempo e a plataforma onde ele estará presente também acompanha essa mudança.

PROPORTION THAT USED EACH SOCIAL NETWORK FOR NEWS IN THE LAST WEEK (2014-22) – AVERAGE OF 12 MARKETS



Q12b. Which, if any, of the following have you used in the last week for news? Base: Total 2014–22 sample in selected markets (most n ≈ 2000). Note: From 2015–21 the 12 countries included are: UK, USA, Germany, France, Spain, Italy, Ireland, Denmark, Finland, Japan, Australia, and Brazil. In 2014 we did not poll in Australia or Ireland.

Gráfico. 2 – Evolução do uso das redes sociais. Créditos: WAN-IFRA⁶

Dados da consultoria IDC⁷ que atua no mercado de tecnologia há 50 anos, apontam que em 2015 a venda de computadores caiu 10,4% no mundo. Foram vendidos quase 280 milhões e a empresa atribui a redução com a concorrência de *smartphones* e *tablets*. Com maior adesão aos dispositivos móveis, as empresas de comunicação modificam a forma de produzir e distribuir notícias segundo o que o *mobile* oferece.

Es cierto que Internet cambió las expectativas del periodismo al romper las ataduras espacio-temporales en la transmisión de la información periodística

⁶ TikTok's rise as a news platform: Time to refocus your social media strategy? Disponível em <https://wan-ifra.org/2022/06/tiktoks-rise-as-a-news-platform-time-to-refocus-your-social-media-strategy/>. Acesso em 18 mar. 2023

⁷ A International Data Corporation (IDC) é uma empresa de inteligência de mercado, serviços de consultoria e eventos para os mercados de Tecnologia da Informação, Telecomunicações e Tecnologia de Consumo. Mais informações: https://www.idc.com/latam_pt. Acesso em 22 mar.2023

pero también que contribuyó a romper el viejo modelo de negocio de los medios, provocó el nacimiento de un medio nuevo y dotó a los nuevos soportes de una virtud esencial, la actualización continua (Díaz, 2011, p.55), que los dispositivos móviles permiten alimentar en todo momento. (GARCÍA; RODRÍGUEZ, WESTLUND, 2015, p.5).

Com o jornalismo inserido neste universo de redes sociais, o usuário passa a buscar mais interatividade. Ele quer participar da construção da notícia com suas críticas, exercer sua fala para interferir e fazer a notícia circular devido às facilidades e acessos que as plataformas oferecem.

Bradshaw (2014) diz que o comportamento do usuário está em constante mudança e que o fenômeno de publicar na web carrega consigo os aspectos de publicar, consumir e distribuir instantaneamente. Os aplicativos e as redes sociais se adaptam ao comportamento desse leitor porque, assim como ele, também são passíveis de uma transmutação rápida e eficaz. À medida que o usuário vai ficando mais exigente, os apps vão se tornando mais sofisticados e atendendo, cada vez mais, as expectativas de quem os utiliza. (LINS, 2016, in TRANSMUTAÇÕES DO JORNALISMO p. 53)

Com o potencial do jornalismo ser participativo, ou seja, ter seu conteúdo mesclado com a colaboração das suas audiências, há uma mudança estrutural nas práticas jornalísticas e na forma de se relacionar com o público, na qual o mesmo não se contenta em apenas participar da elaboração da notícia, mas também quer impor suas normas e valores e definir as formas de produção jornalística (PEREIRA E ADGHIRNI, 2011).

Porém, as formas de participação do usuário na produção de informações de relevância social devem ser para “acrescentar, melhorar a qualidade informativa ou redimensionar sua relevância, mas sem afetar as premissas fundamentais do jornalismo” (LIMA JUNIOR, 2009, p.182). Essa seria uma relação ideal.

Saindo da ótica do leitor e partindo para as práticas jornalísticas, o trabalho do profissional de imprensa vem passando por várias alterações devido ao uso de tecnologias móveis. A teoria interacionista, em Traquina (2005), afirma que os jornalistas sempre foram vítimas da tirania do fator tempo. Pressionados por *deadline* a apresentar notícias nos telejornais diários, nos jornais e rádios. Com as tecnologias digitais, o profissional se viu ainda mais pressionado em relação ao tempo de produção, de entrega e atualização do fato.

A pressão do tempo sobre a produção das notícias é uma das marcas do jornalismo ao longo da história, mas o desenvolvimento e utilização cada vez mais frequente das tecnologias digitais acelerou este processo. (PEREIRA & ADGHIRNI, 2011, p.45). A velocidade da mídia que altera as relações do homem com o tempo (VIRILIO 1993;

WOLTON 2004) pode ser considerada uma das mudanças estruturais mais fortes dessa travessia do jornalismo. (PEREIRA & ADGHIRNI, 2011, p.45).

Sobrinho Neto (2016, p. 77) afirma que depois da introdução de dispositivos, a rotina dos jornalistas passou a ser mais dinâmica e veloz, características vantajosas para a produção jornalística, a qual está inserida no contexto da informação instantânea e convergente. Na tabela abaixo desenvolvida pelo autor, são apresentadas algumas práticas jornalísticas do cotidiano dos profissionais que foram sendo modificadas com essas tecnologias digitais. O telefone fixo da redação dá espaço ao WhatsApp para entrevistar as fontes. O jornalista não precisa mais estar na redação, ele evita o deslocamento físico com envio do material (áudio e imagens) por meio de aplicativos instantaneamente e pode transmitir do próprio *smartphone* com uma internet própria algum acontecimento ao vivo.

ANTES	DEPOIS
Telefone fixo e celular para comunicação entre jornalista e redação.	Smartphone e aplicativos de comunicação (Whatsapp, Messenger etc.) para se comunicar com a empresa, entrevistados e fontes. Maior mobilidade.
Produção de material com câmera digital, gravador de áudio e anotações.	Notícias produzidas a qualquer momento e local com smartphone, que agrega câmera digital e gravador. Possibilidade de ubiquidade.
Para envio de material jornalístico era preciso se deslocar até a empresa, utilizar cartões de memória da câmera e do gravador de áudio.	Envio de material (áudio, foto e vídeo) através dos aplicativos de forma instantânea, sem necessidade de deslocamento físico. Quando o repórter não envia a matéria pronta, a equipe imediatamente começa a editar o material recebido da redação.
Sem possibilidade de transmissão ao vivo.	Transmissão ao vivo de notícias através de redes de internet; atualização em tempo real.

Quadro. 1 – Algumas mudanças das práticas jornalísticas extraídas da pesquisa de Sobrinho Neto (*In Transmutações do Jornalismo*, 2016, p.77)

Com as informações produzidas em fluxo contínuo no advento das tecnologias digitais, houve pressão no trabalho dos jornalistas para atualização constante do conteúdo, ou seja, forte influência no fator circularidade de notícias. Isso porque as mídias de internet não possuem horário de fechamento e as notícias são publicadas à medida em que são atualizadas. Há cobrança por notícias bem apuradas ao mesmo tempo em que se questiona como produzir jornalismo de qualidade se não há disponibilidade de tempo hábil para uma boa apuração. (PEREIRA & ADGHIRNI, 2011, p.46).

As mídias móveis (*smartphones* e *tablets*) passam a ser os agentes que influenciam as práticas de produção, publicação, distribuição, circulação, recirculação, consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. Barbosa (2013) identifica, com este cenário, um jornalismo de quinta geração em desenvolvimento, considerando os processos de inovação e renovação na produção de conteúdos, a horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição das notícias.

Com as transformações na produção jornalística, Barbosa (2013, p. 38) afirma que foi possível vencer distâncias para que a velocidade de circulação das notícias pudesse superar barreiras geográficas e temporais e chegar até o público, satisfazendo as necessidades de informação da sociedade. Cunha (2016) exemplifica essas mudanças:

A constituição de redações integradas com renovadas propostas de rotinas de produção para traduzia as notícias nos diversos formatos. Narrativas verticais multimídia como “Snow Fall” e os produtos autóctones (nativos, exclusivos para tablets) são alguns exemplos dessa integração. O designer, que antes era visto como um profissional alheio e separado dos redatores na tradicional rotina jornalística, vê-se convocado a tornar parte da elaboração da notícia desde seu planejamento e integrar-se com os demais profissionais para melhor execução e apresentação final do conteúdo nas diversas plataformas. (CUNHA, 2016, *in* TRANSMUTAÇÕES DO JORNALISMO, p. 332)

As quatro eras conceituadas por Charron e Bonville nos mostram que historicamente o jornalismo se desenvolveu durante três séculos. Já nos estudos abordados por Barbosa (2013) o jornalismo digital teve sua evolução mais acelerada e já encontra-se em andamento uma quinta era.

Novas rotinas de produção, novos formatos e público com mais acesso às plataformas. O jornalismo continua com seu papel de informar a população trazendo o relato de todos os fatos e com apuração, mas encontrará, ainda, um cenário de desinformação que circula com maior velocidade nas mídias sociais e dispositivos.

CAPÍTULO 2 – DESINFORMAÇÃO E PANDEMIA

Neste capítulo, introduziremos o conceito de desinformação, com uma contextualização sobre o cenário da pandemia de Covid-19 e algumas observações preliminares acerca das mudanças ocorridas no jornalismo sob influência também da infodemia, um conceito que já estava em curso mas ganhou maior foco de organizações como a Organização das Nações Unidas (ONU) logo no início da pandemia.

2.1 Jornalismo *versus* desinformação

Boato e notícias falsas têm em comum o fato de tomarem mentiras ou especulações como verdades. No boato, o que dá credibilidade ao conteúdo é o testemunho (de alguém). Já na notícia falsa o que chancela a mensagem é o fato de ter sido supostamente apurado de acordo com os métodos jornalísticos por um veículo de comunicação. Então o espalhamento da notícia se torna maior e ocorre pelas redes sociais.

O conceito de desinformação (WARDLE, 2020), é definido por conteúdo intencionalmente falso, criado para causar danos e motivado por três fatores distintos: ganhar dinheiro; ter influência política, internacional ou nacional; ou causar problemas por causa disso.

A imprensa tem uma batalha histórica contra a desinformação. Já foram criados quadros jornalísticos que analisam conteúdos disparados e multiplicados nas mídias sociais ou na parceria com agências de *Fact-checking*. Segundo Seibt (2021), estas agências possuem um método que busca avaliar a precisão do discurso público, expondo imprecisões principalmente de atores políticos.

Quanto mais o interlocutor estiver convencido e envolvido emocionalmente com uma narrativa, menos os fatos terão efeito de convencê-lo de que se trata de uma teoria de conspiração. Qualquer argumento que desafie a teoria da conspiração pode ser tomado como prova de que aquele argumento faz parte da conspiração, reforçando ainda mais a crença num plano secreto. (SEIBT, 2021)

Mas o jornalismo tem desafios contra o conspiracionismo. Para Seibt (2021), reportagens mal apuradas, uso indiscriminado de fontes anônimas e manchetes mal escritas podem alavancar teorias conspiratórias. Quanto menos transparente for o processo de apuração de uma reportagem, restam mais brechas para reforçar ideias conspiracionistas. Segundo a pesquisadora no curso da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI):

Outra preocupação urgente é eliminar manchetes declaratórias, ou seja, reproduzir frases que reforçam desinformação e teorias conspiratórias, mesmo que entre aspas. Boa parte da audiência segue apenas a manchete, não vê o conteúdo em seu contexto, inclusive por não ter um plano de dados para acessar a web ou por esbarrar no paywall. Uma pesquisa recente do Laboratório de Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (LabmidiaRS) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) mostrou que conteúdos jornalísticos só aparecem nas bolhas dos desinformadores para reforçar a desinformação. (SEIBT, 2021)

Segundo Recuero (2021, p. 6), conteúdos desinformativos circulam mais e em maior volume do que outros tipos, especialmente dentro das “bolhas” engajadas na propagação de desinformação. Esta quantidade massiva acaba por “sufocar” também o conteúdo verificado (das agências de *Fact-checking*, por exemplo), sob a alegação de que se trata de uma “versão” sobre os fatos.

Um dos mais recentes capítulos da batalha da imprensa contra a desinformação ocorreu durante a pandemia de Covid-19, em 2020, quando uma campanha articulada pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ) objetivou reforçar a importância do trabalho da imprensa e da informação com credibilidade para auxiliar a sociedade. A iniciativa #imprensacontraovirus trouxe a mensagem “juntos vamos derrotar o vírus – unidos pela informação e pela responsabilidade”. A capa dos jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Valor Econômico e O Globo no dia 20 de março de 2020 foi a mesma⁸.

De acordo com o Meio e Mensagem⁹ esta ação também ocorreu nos jornais argentinos uma semana antes. Os veículos estamparam na capa uma mensagem sobre a importância da informação de qualidade naquele momento.

No Brasil, ainda foram liberados os acessos às reportagens para não assinantes em veículos como Estadão, Folha, O Globo, Correio, O Povo, GaúchaZH, O Correio do

⁸ Principais jornais do país unificam capas: 'Juntos vamos derrotar o vírus'. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2020/03/23/principais-jornais-do-pais-unificam-capas-juntos-vamos-derrotar-o-virus.ghtml>. Acesso em 23 mar.2023

⁹ Jornais brasileiros se unem em mensagem sobre Covid-19. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/midia/jornais-brasileiros-se-unem-em-mensagem-sobre-covid-19>. Acesso em 23 mar. 2023

Povo, Jornal do Comércio, Gazeta do Povo, O Popular, NSC Total e A Gazeta. A imprensa que já combatia a desinformação passou a reforçar seu papel junto à sociedade e ainda criar mecanismos para fidelizar o público como derrubar o chamado *paywall* (sistema que restringe os não assinantes) em seus sites e portais.

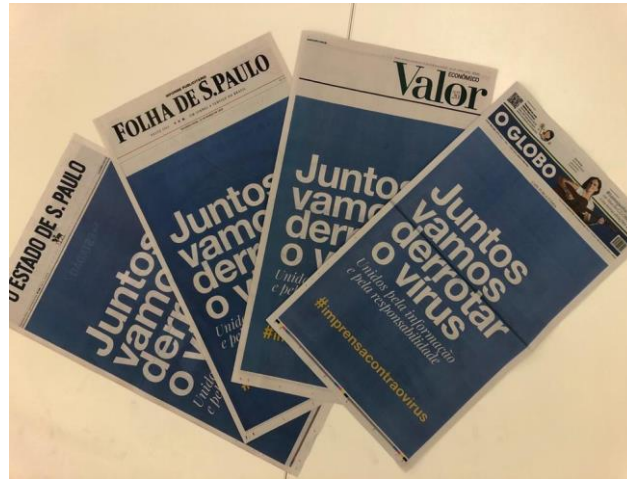


Fig. 1 – Jornais impressos trazem a mesma capa para reforçar durante a pandemia seus compromissos com a informação de qualidade. Créditos: Reprodução/G1 Economia

2.2 Os tipos de desinformação

Quando a desinformação é compartilhada se transforma em mesinformação (conteúdo é falso, mas a pessoa que compartilha não percebe que é). Já a malinformação é quando as informações genuínas são compartilhadas com a intenção de causar danos. (WARDLE, 2020).



Fig. 2 – Desinformação, mesinformação e malinformação e suas interligações com a falsidade ou intenção de prejudicar. Fonte: FirstDraft

Wardle (2020) traz em seus estudos da First Draft¹⁰ um exemplo clássico de mesinformação. Uma foto de 2018 de uma criança dentro de uma gaiola foi apresentada como parte de um protesto contra as políticas de imigração e recebeu mais de 20 mil retuítes no *Twitter*. No *Facebook*, foram mais de 10 mil compartilhamentos.



¹⁰ A iniciativa First Draft conta com dezenas de plataformas digitais de jornalismo e checagem além de veículos de comunicação e tem como uma das líderes Claire Wardle. Site: <https://firstdraftnews.org/>.

Fig.3 – Exemplo de Mesinformação. Fonte: First Draft

Porém, segundo Wardle (2020), a imagem foi encenada como parte de um protesto contra as políticas de imigração que ocorreu dois dias antes na prefeitura de Dallas, nos Estados Unidos. O que mostra uma imagem genuína com contexto distorcido. O autor não percebeu que fazia parte de um protesto quando compartilhou a imagem. Foi um caso de mesinformação, não de desinformação.

A First Draft, iniciativa liderada por Wardle, lançou um guia essencial para entender a desordem informacional (2020). E classificou sete tipos de desinformação existentes na sociedade contemporânea. São elas:

- 1) CONTEÚDO ENGANOSO é quando existe o uso enganoso de informações para enquadrar um problema ou indivíduo.
- 2) CONEXÃO FALSA é quando manchetes, imagens ou legendas não dão suporte ao conteúdo. O famoso *clickbait* de forma excessiva.
- 3) SÁTIRA OU PARÓDIA não possuem nenhuma intenção de causar dano, mas têm potencial para enganar principalmente quando há alto índice de compartilhamento fazendo com que as pessoas percam a conexão com o conteúdo original e, por isto, se enquadra na relação criada pela First Draft.
- 4) CONTEÚDO FABRICADO é quando existe um novo conteúdo 100% falso, criado para enganar e causar danos.
- 5) CONTEÚDO MANIPULADO são usadas informações ou imagens verdadeiras, mas manipuladas para enganar alguém.
- 6) CONTEÚDO IMPOSTOR é quando fontes genuínas são imitadas.
- 7) CONTEXTO FALSO existe para determinar o conteúdo genuíno compartilhado com informações contextuais falsas.

Com as possibilidades infinitas e acessíveis de expressão nas mídias sociais e a ausência de mediador (de um editor de jornal, por exemplo), todas as opiniões ganham espaço. Han (2019) conceitua o fenômeno como enxame digital, onde existem vários ruídos desconexos, muitas vezes sem sentido, que não representam o contexto, mas sim o agente emissor dessa informação verdadeira ou não.

No relatório “A imprensa e as plataformas - como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo” (BELL *et al*, 2017), os pesquisadores afirmam que o impacto de plataformas sociais e empresas de tecnologia no jornalismo americano estaria sendo

maior do que o da migração do impresso para o digital. Isso porque “Ao incentivar a produção de formatos específicos de conteúdo – como vídeo ao vivo – ou ao ditar padrões gráficos aos meios, as plataformas assumem um papel claramente editorial” (2017, p. 49).

Segundo, ainda, os autores:

O fenômeno das notícias falsas – as *fake news* – durante a campanha eleitoral nos Estados Unidos em 2016 obrigou plataformas sociais a assumir uma responsabilidade maior por decisões de publicação. O grande problema, no entanto, é que a estrutura e a matemática das plataformas incentivam a disseminação do conteúdo de baixa qualidade. O jornalismo com valor cívico – o jornalismo que vigia os detentores do poder ou que fala a estratos menos favorecidos da sociedade – é preterido por um sistema que preza escala e *shareability*. (BELL *et al*, 2017, p. 49)

2.3 A (des)informação como mercadoria

Post-truth (pós-verdade) é o termo relativo ou referente a circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que as emoções e as crenças pessoais. É quando a verdade não é mais tão importante ou relevante.

O fenômeno da desinformação, na era da pós-verdade, ainda é tema de estudo por inúmeros pesquisadores. Além da ausência de racionalidade na seleção das informações que circulam em rede, podem existir os ideais ideológicos e políticos de grupos que desejam que seus interesses sejam beneficiados (CARDOSO e BALDI, 2018). É como se, com o advento das tecnologias digitais, cada indivíduo tivesse o seu próprio veículo de comunicação disseminando grande massa de (des)informações para o público que o acompanha e contribuindo para que o pensamento defina, mas os interesses e ideologias estejam sempre em alta.

Sobre excesso de informações, Han (2019) afirma:

Mais informação não leva necessariamente a melhores decisões. Justamente devido à crescente massa de informações a faculdade do juízo define hoje. Frequentemente, menos informação gera mais. Mais informação e comunicação não esclarecem o mundo por si mesmo. A transparência não torna também [por si mesma nada] clarividente. A massa de informação não produz por si mesma nenhuma verdade. Ela não traz nenhuma luz à escuridão. A partir de um determinado ponto, a informação não é mais informativa, mas sim deformadora, e a comunicação não é mais comunicativa, mas sim cumulativa. (HAN, 2019, p. 105 e 106).

Os teóricos da Escola de Frankfurt, como Adorno e Horkheimer, afirmam que o esclarecimento, enquanto proposta, desembocou num processo de semiformação que provocou perda de identidade e reificação do indivíduo (CORREIA, 2016).

A própria palavra semiformação é tradução de *Halbbildung*, na qual *Halb* significa metade ou meio e *Bildung* é formação. E está longe de ser formação pela metade, em uma tradução livre, mas sim, segundo Adorno (2010), o espírito conquistado pelo fetiche da mercadoria. “A semiformação coloca a questão psicodinâmica de como pode o sujeito resistir a uma racionalidade que, na verdade, é em si mesma irracional”. (ADORNO, 2010, p. 25),

Essa falta de aprofundamento se conecta com o conceito do indivíduo semiformado em Adorno (2010), que dirige críticas ao capitalismo e aos diversos totalitarismos experimentados pela humanidade no século XX. (SILVA, 2010, p. 83).

O esgotamento da formação cultural, para ele, está vinculado a estes controles sociais provocados pela racionalidade ocidental, pela utópica promessa do *sapere aude*, que ao invés de conduzir o sujeito à autonomia realizou o inverso: o controle e a dominação. E para ele a Indústria Cultural (*Kulturindustrie*) é a principal promotora desta dominação, ou seja, desta sujeição do “sujeito” à sociedade administrada. (CORREIA, 2016, p. 122).

Tendo em vista o conceito de semiformação, podemos traçar uma ponte possível com a perspectiva de Wardle, para quem compartilha a mesinformação (Wardle, 2020) com seus grupos. O indivíduo do Século XXI, na era da pós-verdade, usa os conteúdos como uma mercadoria para atender interesses próprios, ideologias e valores de grupos da sociedade mesmo que, para isso, tenha que abrir mão da racionalidade. Ou seja, se torna um fetiche repassar conteúdos (mercadoria) e contribuir para causas mesmo que não tenha a intenção de prejudicar alguma pessoa, como no caso da malinformação (WARDLE, 2020), mas não deixa de causar danos e reforçar crenças que podem não condizer com a realidade.

A mesinformação, apresentada por Wardle, pode ser pensada como uma versão mais atualizada da semiformação, trazida por Adorno. Ambas têm em comum a informação tratada como mercadoria, ausência de racionalidade e um sujeito reificado para atender os mais diversos interesses. Esta mercadoria circula livremente em grupos, dispositivos, perfis de redes sociais com potencial de influenciar os comportamentos, muitas vezes como as chamadas *fake news*, que são tratadas a seguir.

2.4 Fake News, jornalismo e infodemia

O termo *Fake News* é popularmente utilizado com o significado de notícia falsa. Segundo Wardle (2020) este termo precisa ser abandonado porque, assim como *fake*

media, está sendo usado para descrever reportagens em que o requerente não concorda, *fake News* é vulnerável a ser politizado e usado como uma arma contra a indústria de notícias. E recomenda usar “informação incorreta” ou “desinformação”.

Neste debate, o Manual da Unesco¹¹ traz na introdução o conceito de que *fake news* é na contemporaneidade muito mais do que um rótulo para informações falsas e enganosas, disfarçadas e divulgadas como notícias. (2019). Sobre o assunto, Wardle (2020) afirma:

O fracasso do termo em capturar nossa nova realidade é uma razão para não usarmos o termo “*fake news*”. A outra razão, mais poderosa, é a maneira como esse termo tem sido usado por políticos em todo o mundo para desacreditar e atacar o jornalismo profissional. O termo agora é quase sem sentido, com o público cada vez mais conectado com agências de notícias estabelecidas, como a CNN e a BBC. As palavras são importantes e, por esse motivo, quando os jornalistas usam o termo “*fake news*” em suas reportagens, dão legitimidade a uma frase inútil e cada vez mais perigosa. Os agentes da desinformação aprenderam que é menos provável que o uso de conteúdo genuíno — reformulado de maneiras novas e enganosas — seja captado pelos sistemas de IA. (WARDLE, 2020, p. 9)

Os sete tipos de desinformação conceituados por Wardle na *First Draft* foram publicados pela primeira vez em 2017 como “uma maneira de se distanciar de uma dependência no termo ‘*fake news*’.” (WARDLE, 2020, p. 14)

Mas um outro problema que ganhou repercussão global logo no início da pandemia de Covid-19 foi a infodemia. A Organização Mundial da Saúde (OMS) manifestou profunda preocupação sobre esta temática, conceituada como grande fluxo de informações desordenadas, algumas falsas, e em excesso que se espalham pela internet sobre um assunto específico¹².

David J. Rothkopf é um jornalista que mencionou o termo infodemia também antes da pandemia de Covid-19 em uma coluna sobre epidemia de Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS) no jornal Washington Post, em 2003. Segundo Rothkopf:

Alguns fatos, misturados com medo, especulação e boato, amplificados e transmitidos rapidamente em todo o mundo pelas modernas tecnologias da informação, afetaram as economias nacionais e internacionais, a política e até a segurança de maneiras totalmente desproporcionais às realidades básicas. (ROTHKOPF, 2003)

¹¹ Jornalismo, Fake News e Desinformação – Manual da Unesco para Educação e Treinamento em Jornalismo. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em 18 mar. 2023.

¹² OMS combate uma epidemia além do Coronavírus - uma 'infodemia'. Disponível em <https://www.estadao.com.br/saude/oms-combate-uma-epidemia-alem-do-coronavirus-uma-infodemia/>. Acesso em 23/03/23

No Brasil, a Bio-Manguinhos/Fiocruz fez um alerta sobre a infodemia citando uma pesquisa da ONU com o Centro Internacional para Jornalistas, que relata a disseminação de acusações sem qualquer lastro na realidade.

Os antivacinas não estão sozinhos na disseminação deste ‘vírus’ – outros agrupamentos distorcem conteúdos científicos e jornalísticos, espalham teorias da conspiração, oferecem falsas curas. Pesquisa da ONU com o Centro Internacional para Jornalistas (ICFJ, na sigla em inglês) relata a disseminação de acusações sem qualquer lastro na realidade, começando pela de que o Sars-Cov-2 ‘é uma arma biológica para instituir uma nova ordem mundial’, passam pelo absurdo de que a vacina contra influenza é responsável pela COVID-19 e terminam com a sugestão irresponsável de que a doença pode ser curada por meio da frequência do cobre – passando ainda pela “culpa das redes 5G”, compartilhamento de estatísticas falsas, a sugestão de que o isolamento social não é economicamente justificado e até mesmo a “afirmação” de que a COVID-19 está criando empregos. (SCHUELER, 2020)

Sob o pano de fundo da desinformação existente, da pandemia de Covid-19 e infodemia, o jornalismo também continuou passando por mudanças e transformações que já vinham acontecendo com o advento das tecnologias, como vimos no capítulo 1. Uma delas é que o jornalismo passou a combater ainda mais toda a desinformação existente.

Um artigo publicado na revista Nature identificou que estudos sugerem três caminhos (susceptibilidade, disseminação e intervenções) para imunizar o público contra a infodemia e a desinformação. Segundo Sander Van der Linden (2022), professor da Universidade de Cambridge, que conduziu a revisão de literatura, análises dos dados da rede social estimam que, sem intervenção, o conteúdo antivacinação irá dominar o discurso na próxima década. Por isso ele defende que é útil pensar na desinformação como uma doença viral que pode infectar o seu hospedeiro, espalhando-se rapidamente de um indivíduo para outro dentro de uma determinada rede, sem necessidade de contato físico, assim como ocorre com a Covid-19.

A apresentação destes conceitos de desinformação, *fake news* e infodemia se tornam relevante para entendermos a evolução do cenário ao redor da imprensa e das próprias práticas jornalísticas e suas maneiras de levar a informação de qualidade para a população.

CAPÍTULO 3 – MUDANÇAS NO JORNALISMO SEGUNDO ESTUDOS CIENTÍFICOS

Neste capítulo será apresentado o objeto empírico que trouxe pistas para responder a questão de pesquisa. Serão exibidos os resultados encontrados a partir da metodologia adotada e os comentários do autor.

3.1 Metodologia

O registro científico é essencial para a difusão do conhecimento, permitindo com que outros pesquisadores possam aperfeiçoar os assuntos abordados e publicados e contribuir para ampliar o conhecimento sobre o tema.

Por isto, para responder a questão desta pesquisa, foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 1977)¹³. O objeto empírico do estudo apresentado a seguir é composto por 10 artigos publicados em revistas científicas vinculadas a programas e associações da área da comunicação nos anos de 2021 e 2022.

Na análise de conteúdo (Bardin, 1977), o objetivo é efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens). Desta forma, “o analista possui à sua disposição (ou cria) todo um jogo de operações analíticas, mais ou menos adaptadas à natureza do material e à questão que procura resolver”. (BARDIN, 1977, p. 42)

Para concluir as fases propostas por Bardin (1977) na análise de conteúdo foram respeitadas as seguintes fases:

1) pré-análise: onde o autor coletou as seis revistas estratos A1 e A2 nos anos de 2020, 2021 e 2022 e encontrou o número total de 660 artigos na área de comunicação – sem relação direta com a temática – nestas revistas. Apenas 10 artigos estavam dentro do enfoque e que poderiam trazer respostas para a questão da pesquisa.

¹³ Para produção de conhecimento, a Análise de Conteúdo é essencial para auxiliar em respostas na questão da pesquisa, como apontam Mendes e Miskulin (2017, p. 8). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/ttbmyGkhjNF3Rn8XNQ5X3mC>. Acesso em 8 maio 2023.

2) exploração do material, categorização ou codificação: fase necessária para delimitação do material, que contou com leitura preliminar do material (título, palavras-chave e resumo), utilização de palavras-chaves e criação de categorias de análise para responder a questão de pesquisa.

3) tratamento dos resultados, inferências e interpretação: com os resultados obtidos a partir da análise de conteúdo, serão recuperados os conceitos apresentados inicialmente e incluídas as inferências e interpretações do objeto empírico analisado.

Como critério no objeto empírico, foram escolhidos os estratos A1 e A2, caracterizados pelo Qualis Capes, elaborado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), como periódicos de excelência internacional. São 8 classificações existentes: A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C, com A1 sendo a classificação mais elevada que um periódico pode receber, e C, tendo a pontuação zero¹⁴.

Além disso, a busca pelas publicações apresentadas no objeto empírico é fruto de um trabalho minucioso de coleta das revistas estratos A1 e A2 nos anos de 2020, 2021 e 2022. Foram seis revistas pesquisadas nesses estratos (Brazilian Journalism Research, E-Compós, Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Matrizes, Famecos e Observatório).

O número total da produção de comunicação encontrado na fase de pré-análise foi de 660 artigos a partir da abertura de cada arquivo dos anos correspondentes nos respectivos sites destas revistas. Sendo 283 artigos em 2020, 216 em 2021 e 161 no ano de 2022 nessas revistas. O autor percebeu uma queda gradual no número de publicações ao longo dos últimos três anos com este levantamento. Nesta coleta, buscou-se contemplar cinco palavras-chave ligadas ao levantamento teórico da pesquisa que foram jornalismo, imprensa, pandemia, covid-19 e desinformação.

Inicialmente, a hipótese era de que na fase de coleta o material final não apresentaria resultados para artigos de comunicação publicados em 2020 nas revistas A1 e A2 selecionadas (o ano em que começou a pandemia), o que foi confirmada após o término da coleta nos três anos citados.

Foi necessária uma segunda etapa com leitura preliminar do material identificando conteúdos focados na abordagem de práticas jornalísticas na imprensa dentro do cenário

¹⁴ A lista foi divulgada no fim de 2022, referente à avaliação quadrienal de 2017-2020. Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/assuntos/noticias/capes-divulga-lista-preliminar-do-qualis>. Acesso em 8 maio 2023.

da pandemia de Covid-19 e/ou desinformação. Para explorar este material, foi adotado como critério a busca pelas palavras-chave: jornalismo (ou imprensa), pandemia (ou Covid-19), desinformação (ou fake news), práticas jornalísticas (ou trabalho jornalístico).

Nesta segunda etapa, não foram utilizados softwares de busca nos sites das revistas mencionadas, tampouco outros recursos tecnológicos, para que a observação e coleta fossem mais minuciosas. O pesquisador abriu cada site, clicou na seção de arquivo, no ano desejado (2020 a 2022) e abriu edição por edição para verificar os conteúdos (título, palavras-chave e resumo de cada artigo).

Após esta seleção de 10 artigos de 2021 e 2022, houve a criação de categorias de análise que pudessem responder à questão da pesquisa e também fornecer informações importantes sobre as mudanças das práticas jornalísticas no cenário da desinformação e/ou pandemia de Covid-19.

Para melhor instruir o pesquisador na análise categorial, foi criado um manual teórico apresentado a seguir para minimizar qualquer grau de subjetividade que pudesse ocorrer.

3.2 Descrição das categorias

Para embasar a análise de conteúdo proposta e também levantar as evidências que possam responder a questão desta pesquisa, foi criado um roteiro de análise categorial do objeto empírico deste estudo, com as descrições de cada categoria.

As categorias presentes referem-se a temáticas das práticas jornalísticas e também envolvem o cenário da desinformação e da pandemia de Covid-19. Elas foram dispostas em uma tabela desenhada no Microsoft Excel para que as informações pudessem ser incluídas e melhor organizadas para dar maior sustentação nas respostas da questão de pesquisa.

Com a tabela, foi possível fazer a análise categorial, onde o pesquisador pode, ainda, observar os elementos coincidentes nos artigos e verificar o que é peculiar. Todos esses processos minuciosos foram fundamentais para que os resultados fossem apresentados com as devidas inferências e interpretações. A tabela completa encontra-se nos apêndices deste trabalho.

Abaixo, a definição de cada categoria utilizada.

Objetivo geral da pesquisa

Descobrir qual foi a contribuição do artigo para os estudos de jornalismo.

Origem institucional dos autores

Mapear de quais instituições os pesquisadores pertencem para também descobrir se os autores são maioria em universidade pública ou privada brasileira ou do exterior.

Produção coletiva ou individual

O artigo foi publicado de forma individual ou coletiva (considerar a partir de 2 pesquisadores)

Palavras-chaves utilizadas

Descrever as palavras-chave expostas pelos autores para que, depois, possa ser contabilizada a palavra mais utilizada dentro do objeto empírico apresentado.

Conceitos de desinformação

Tendo por base os conceitos sobre desinformação apresentados no capítulo 2, verificar se o artigo traz para o leitor uma contextualização ou citação sobre este assunto.

Termo utilizado para se referir às alterações nas práticas

O artigo se refere às alterações observadas como mudanças, transformações ou reconfigurações das práticas jornalísticas.

Mudança apontada pelo artigo

O artigo aponta qual mudança estrutural ou mudança nas práticas do jornalismo tendo como cenário a desinformação e/ou pandemia de Covid-19?

Tema relacionado a TV, jornal, rádio, meio digital.

A pesquisa foca em qual meio de comunicação para apresentar as mudanças, transformações e reconfigurações do jornalismo e/ou falar sobre o cenário da desinformação e pandemia com a imprensa?

Relaciona a mudança do jornalismo à pandemia.

O artigo faz um entrecruzamento entre as mudanças do jornalismo com a pandemia de Covid-19.

Relaciona a mudança do jornalismo à desinformação

O artigo faz um entrecruzamento entre as mudanças do jornalismo com a desinformação e/ou a pandemia

3.3 Objeto empírico da pesquisa

Abaixo relacionamos o quadro com os artigos. A análise de resultados será apresentada a seguir.

ARTIGO ANALISADO	Revista	Link	Ano
EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1369/pdf_1	2021
COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1426/138_2	2021
IMPrensa X GOVERNO: a retórica populista da pandemia de covid-19 na rede social Twitter	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1416/137_3	2021
JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1364/137_9	2021
CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís	REVISTA OBSERVATÓRIO	https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/12109/19623	2021

YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1536/1440	2022
Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas	E-COMPÓS	https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2426/2070	2022
Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional	INTERCOM	https://revistas.intercom.org.br/index.php/revista-intercom/article/view/3861	2022
A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19	REVISTA MATRIZES	https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/187572/185937	2022
RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19	REVISTA OBSERVATÓRIO	https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/13791	2022

Quadro 2 – Objeto empírico da pesquisa.

3.4 Análise inicial dos Resultados

A leitura dos artigos trouxe informações fundamentais para compreender não só as mudanças nas práticas jornalísticas relacionadas à pandemia e à desinformação, mas também aspectos políticos e de trabalho dos profissionais de imprensa que necessitaram reforçar sua importância enquanto instituição. A seguir, serão apresentados conjuntamente e de forma sintética a análise no que se refere às revistas, ano, origem institucional dos autores, produção coletiva ou individual e palavras-chaves utilizadas. Em seguida, a análise nas outras categorias separadamente.

Entre os dez artigos analisados, cinco são relacionados ao ano de 2021 e os outros cinco ao ano de 2022, o que mostrou equilíbrio no *corpus* da pesquisa. Dois artigos estavam publicados em língua inglesa. A produção coletiva foi unânime, com mínimo de

dois e máximo de quatro pesquisadores por artigo não necessariamente das mesmas instituições de ensino. Dos 10 artigos, cinco pertenciam a revista *Brazilian Journalism Research*, seguidas por dois da Revista Observatório, um da E-Compós, um da Intercom e um da Revista Matrizes.

Destaca-se, inclusive, artigos que mostraram intercambialidade de autores não só no Brasil como no mundo, como o caso de "Covid and populism in the news: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic", com autoria assinada por pesquisadoras da Universidade Federal da Bahia (Brasil) e da Université Sorbonne Nouvelle, de Paris (França). Em "Youtube Como Fonte De Informação Sobre Medicamentos Sem Eficácia Comprovada Para Covid-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação" traz autores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade de Pelotas (Brasil) e da University College Dublin (Irlanda)

Além das palavras-chaves usadas como critério para coleta da Análise de Conteúdo, foram encontradas outras nos artigos que trouxeram informações que completaram as respostas para a questão desta pesquisa como *conteúdo gerado pelo usuário (CGU)*, *populismo*, *imprensa tradicional*, *trabalho jornalístico* e *identidade profissional dos jornalistas*.

O populismo estava presente em dois artigos do objeto empírico e, a partir da contextualização e sua ligação com o cenário político, foi possível entender ainda mais o cenário de toda a desinformação existente, e ao relacionar com exemplos não só do Brasil mas com outros países do mundo, mostra-se ser uma preocupação destes pesquisadores o que indica atenção também dos estudos de jornalismo.

3.5 Objetivo geral da pesquisa

Na categoria objetivo geral da pesquisa, os artigos apresentam estudos com análises de dados de informações presentes em sites e redes sociais para trazer contribuições aos estudos acadêmicos da comunicação.

Percebe-se, por esta categoria, que os pesquisadores têm preocupações em comum sobre os processos de cobertura dos jornalistas durante a pandemia e que estão inseridos no cenário da desinformação, assim como buscam entender os impactos que pandemia trouxe na cobertura jornalística de ciência no Brasil, tanto nos jornais impressos quanto

na TV. Dois deles abordam o debate sobre o populismo ligado aos meios de comunicação ditos como tradicionais e digitais e a própria pandemia de Covid-19.

Ao observar os objetivos gerais nesta categoria, o autor conseguiu identificar inicialmente que os pesquisadores se preocuparam principalmente em analisar, compreender e refletir sobre processos jornalísticos, conteúdos em sites e redes sociais, além de refletir sobre fenômenos existentes na comunicação. Quatro deles usam o verbo *analisar* e dois *compreender*.

3.6 Conceitos de Desinformação

A grande maioria dos artigos aborda a questão da desinformação. Foram sete artigos que falam sobre o tema e trazem em comum os estudos focados em Wardle (2020). Esta análise traz os seguintes destaques nos materiais a seguir.

“Experimentando com conteúdo gerado por usuários na prática jornalística: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina” além de falar em desinformação, aborda o termo “notícias falsas” e traz uma linha com a infodemia usando o conceito da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Já “Imprensa X Governo: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter” traz a desinformação e aborda também o termo “Fake News”, porém é em “Checagem de fatos numa democracia em xeque: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís” é que encontraremos a desinformação sendo tratada também com os conceitos de Wardle (2020) e com o complemento sobre a importância em abandonarmos este termo, conforme relatado no capítulo 2 desta dissertação.

Dos dez artigos analisados, apenas três não trazem conceitos ou citações sobre o cenário da desinformação, são eles: “Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas”, “Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional” e “Reconfigurações do trabalho e da Identidade de Jornalistas: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19”. Como a desinformação não é citada, estes três materiais não ligam a mudança do jornalismo à desinformação, mas os mesmos falam em mudanças no jornalismo relacionadas à pandemia, que serão abordadas na outra categoria.

3.7 Termo utilizado para se referir às alterações nas práticas

Nove artigos indicam diretamente que profundas alterações estão em andamento na comunicação e também na sociedade. “Mudança (no jornalismo ou no telejornalismo)”, “Mudança nas práticas” e/ou “Mudança de práticas” são citadas em seis artigos. “Reconfiguração” aparece em três artigos. Apenas “Covid and populism in the news: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic” não traz diretamente nenhum termo em comum relacionada às alterações nas práticas como os outros nove artigos.

Podemos perceber que os pesquisadores identificaram "mudanças" ou "reconfigurações" das práticas, observando alterações que confirmam um processo anterior que se consolida ou que se manifesta no período pandêmico e da exacerbação da desinformação.

3.8 Mudança apontada pelo artigo

Seis artigos trazem exemplos que reforçam a ideia de que o cenário da pandemia acelerou em muitos aspectos o que os jornalistas já estavam vivenciando com as mudanças impostas pelas tecnologias digitais, as plataformas, a maior interação do leitor/usuário com as reportagens, a desinformação e a própria pandemia de Covid-19. A seguir os destaques das mudanças apontadas pelos artigos.

- a) O Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) começou a fazer parte do fechamento das reportagens nos meios de comunicação;
- b) A pandemia impôs uma dupla missão à mídia: por um lado, eles precisavam informar o público sobre a evolução da crise sanitária global e as ações do poder público. E de outro eles lutam com a propagação acelerada de informações incorretas ou manipuladoras em um sistema de mídia híbrido (Chadwick, 2013);
- c) Existe uma mútua dependência entre mídia e líderes populistas: a primeira depende das histórias, sobretudo as dramáticas, e o segundo depende da visibilidade;
- d) O *Twitter* é a rede social usada pelos jornalistas que desejam se conectar com seu público. Na pandemia, os veículos de imprensa adotaram como a mais rápida para informar os números de infectados e mortos pela Covid-19;

- e) Iniciativas de *Fact Checking* por si só não conseguem ter o mesmo alcance das peças de desinformação;
- f) A mídia precisa ficar atenta para não contribuir com a desinformação e não fazer com que este ecossistema fique maior do que já é;
- g) A Covid-19 fez com que o número de matérias nos veículos de comunicação estudados pelo artigo aumentasse, mas sem o incremento de mais profissionais nas redações;
- h) Mesmo com os fundamentos do jornalismo inalterados (objetividade, compromisso com a verdade e prestação de serviços), a realidade profissional não é mais a mesma desde o início de 2020;
- i) O aumento da produção de conteúdo sobre vacina fez com que o jornalismo de serviço tivesse uma abordagem mais científica;
- j) A pandemia acelerou as alterações nas atividades de trabalho dos jornalistas que agora acumulam funções e tarefas também devido às tecnologias digitais.

3.9 Tema relacionado a TV, jornal, rádio, meio digital

Os temas dos artigos são majoritariamente ligados às mídias digitais. Um trabalho se refere diretamente à mídia impressa especializada em ciência, outro às TVs e, de modo geral, as redes sociais entram nos debates inclusive como cenário para comentário sobre as mudanças de práticas jornalísticas ou adotadas pelos veículos de imprensa convencional. As agências de comunicação são trazidas na discussão sobre a influência da pandemia no cotidiano dos jornalistas que atuam neste campo.

3.10 Relaciona a mudança do jornalismo à pandemia

Nove artigos trazem em seus conteúdos que as mudanças no jornalismo ocorrem dentro de um processo já existente, mas que foram intensificadas durante a pandemia. Apenas “Checagem de fatos numa democracia em xeque: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís” não atribui as mudanças à pandemia. Sobre esta categoria cabe destacar abaixo as seguintes características encontradas nas mudanças do jornalismo em relação à pandemia.

“Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da Covid-19 no trabalho de jornalistas”, que objetivou analisar a percepção dos jornalistas brasileiros

que cobrem ciência sobre como a pandemia de Covid-19 impactou seu trabalho, aponta várias mudanças nas práticas jornalísticas de acordo com os próprios profissionais, como por exemplo, a rotina e o aumento na produção de notícias. Foi detectado, segundo o artigo, um aumento do espaço por matérias de ciência e de saúde, além do interesse tanto dos veículos de comunicação, quanto do público. Houve desafios e oportunidades que um tema novo e global trouxe para a prática jornalística contemporânea.

Porém, o aumento de matérias não acompanhou a necessidade do incremento proporcional no quadro de profissionais nos veículos de comunicação, cujas redações já estavam enxutas e ficaram ainda mais, segundo o artigo. A situação também foi constatada por uma pesquisa que investigou as condições de trabalho de profissionais de comunicação brasileiros no desempenho de suas funções durante a pandemia de Covid-19 (FIGARO, 2021). Os jornalistas tiveram extensão da jornada, trabalho em casa (*home office*) e passaram por situações desconfortáveis com a família, com utilização de infraestrutura própria.

Este cenário de aumento da produtividade sem incentivos dos veículos de comunicação como aumento de profissionais para revezamento, por exemplo, gerou ansiedade nos jornalistas e a sensação do aumento de um fluxo diário de produção de notícias em pouco tempo em um cenário de abundância de informações. É o jornalismo no combate a infodemia, que já existia e foi intensificada após o alerta da OMS, conforme vimos no capítulo 2.

O mesmo artigo ainda ressalta os desafios que os profissionais de comunicação já enfrentavam no mundo do trabalho, mas que foram intensificados durante a pandemia de Covid-19. Em Figaro (2021, p.10), o estudo aponta que a base sociotécnica dos meios de produção se transformou com os meios digitais e a internet e esses eventos foram assimilados pelo mercado da comunicação na forma de ampliação da precarização do trabalho, da densificação do ritmo da atividade e do aumento das horas trabalhadas. Neste cenário juntam-se as demissões, os contratos precários, rebaixamento salarial, densificação do trabalho, estresses e incertezas sobre o futuro.

Já no artigo “Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional” é identificada uma mudança no telejornalismo ocasionada pela crise sanitária.

Em “Reconfigurações do trabalho e da Identidade de Jornalistas: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19” há um entrecruzamento com o

artigo “Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas”. Além das mudanças estruturais na comunicação e no jornalismo há também as modificações das funções. O jornalista atua como produtor de conteúdo ou *storyteller*, ou seja, tem em suas atividades também a administração de redes sociais e produção de pautas. O capital espera uma flexibilização desses trabalhadores para se adaptarem e não importa mais a formação, mas sim a capacidade em manejar as tecnologias digitais.

O cenário da pandemia acelerou o que jornalistas já vivenciavam em suas atividades cotidianas, ligadas às reestruturações advindas das tecnologias e da “orientação econômica de financeirização, devido aos usos e apropriações que o capitalismo de plataforma tem feito do conhecimento e da ciência” (MOROZOV, 2020; SRNICEK, 2018; ANTUNES, 2020; GROHMANN, 2020). O artigo reforça que o rearranjo nas atividades, o acréscimo de funções, a desespecialização e reespecialização são fenômenos observáveis, que certamente reconfiguram a identidade do jornalista e dos profissionais da comunicação.

Ainda sobre as mudanças nas práticas jornalísticas, o artigo “Imprensa X Governo: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter” afirma que diversos jornais brasileiros utilizaram o Twitter como um meio mais rápido para informar os números de mortes, quantidade de infectados e as consequências sociais da pandemia de Covid-19. Porém, os autores afirmam que pouco se sabe sobre as estratégias de distribuição de notícias e os impactos dessas estratégias.

Por fim, “A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a Covid-19” analisou as reportagens realizadas pelos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo antes e durante a pandemia de Covid-19. E revelou outra mudança nas práticas jornalísticas ligadas a cobertura do jornalismo de saúde, que foi um aumento na produção de conteúdos sobre vacinas acompanhado pela passagem de um jornalismo de serviço para abordagem mais científica e pela inserção de uma diversidade de atores, organizações e países – características reveladoras dos aspectos políticos, econômicos e ideológicos que permeiam a ciência. Os autores brasileiros reforçam que o jornalismo tem em sua história a construção de um status de autoridade informativa, mas que foi colocado à prova com mais intensidade com o início da pandemia de Covid-19.

3.11 Relaciona a mudança do jornalismo à desinformação

Sete artigos relacionam a mudança do jornalismo à desinformação enquanto que apenas três não fazem este entrecruzamento porque atribuem as mudanças nas práticas à pandemia de Covid-19.

Os materiais têm em comum que o grande excesso de informações geradas na internet, sobretudo nas redes sociais, também contribui para o chamado ecossistema de desinformação principalmente porque os usuários ainda não sabem separar o que é informação e o que é desinformação.

Esta tarefa cabe ao jornalista que acumula mais esta função, em uma agência de checagem ou mesmo na atuação de seu veículo de comunicação tradicional, para desmentir boatos gerados por políticas ou bolhas de movimentos de direita e até antivacinas. Nesta categoria cabe também mencionar abaixo os seguintes destaques nas características das mudanças do jornalismo frente ao cenário da desinformação.

Em “Experimentando com conteúdo gerado por usuários na prática jornalística: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina”, os autores apontam que o Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) começou a fazer parte do fechamento das reportagens nos meios de comunicação já antes da pandemia, porém pode trazer efeitos a longo prazo para o jornalismo porque os profissionais de imprensa precisam analisar o CGU já que o público ainda tem dificuldades para diferenciar o que é real e o que não é em um cenário de desinformação.

Três artigos mostraram que o populismo está interligado ao ecossistema de desinformação, o que foi interessante para ampliar o debate e entendimento sobre este cenário da categorização. Em “Covid and populism in the news: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic” a principal mudança apontada pelo artigo foi de que a pandemia impôs a missão aos profissionais de lutar contra a propagação acelerada de informações incorretas ou manipuladoras em um sistema de mídia híbrido (Chadwick, 2013)". Os exemplos de populismo citados são os comportamentos durante a pandemia dos então presidentes dos EUA (Donald Trump) e do Brasil (Jair Bolsonaro), além do ex-primeiro-ministro do Reino Unido (Boris Johnson) e do presidente Vladimir Putin (Rússia).

O artigo “Checagem de fatos numa democracia em xeque: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís” confirmou os mesmos conceitos de desinformação e autores como Claire Wardle, da

iniciativa Fact Checking para a publicação com a recomendação de abandonar o termo *fake news* conforme vimos no capítulo 2 desta dissertação. O principal resultado que contribuiu para esta pesquisa foi de que o cenário da desinformação em Wardle (2020) é subjacente à crise de legitimidade das instituições de referência – uma delas o jornalismo – em diversas democracias liberais à medida em que crescem discursos e movimentos que têm sido chamados por alguns autores de populismo autoritário ou de extrema direita (BENKLER; FARRIS; ROBERTS, 2018; NORRIS; INGLEHART, 2019).

Já “Imprensa X Governo: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter” também traz a discussão sobre o conceito de populismo e o objetivo de analisar como as críticas de Jair Bolsonaro à imprensa circularam na rede social Twitter no momento em que o Brasil atingia o maior número de mortos pela covid-19, na primeira semana de março de 2021. Este material afirma que a mídia também tem grande contribuição por criar um campo favorável ao discurso populista e, quando sustenta uma cobertura negativa e dramática da situação, incentiva, ainda que indiretamente, um sentimento psicológico de insegurança na sociedade, difundindo um senso geral de mal-estar e de tensão social (VASCONCELLOS, 2013).

Além do populismo, o negacionismo e os movimentos antivacinas são citados também como causadores da desinformação e que provocaram modificações na produção jornalística. No artigo “A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a Covid-19” foi identificado que em 2020 vieram à tona as discussões sobre obrigatoriedade de tomar vacina, o que não foi publicado nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo no ano anterior. Isto também foi atribuído às controvérsias levantadas pelo então presidente da república da época, Jair Bolsonaro, que defendeu pela não obrigatoriedade em mais uma tentativa populista de ganhar visibilidade digital.

Em “Jornalismo por tuíte e retuíte durante a pandemia: divulgação e engajamento com notícias no Twitter”, os autores das universidades portuguesas afirmam que está em curso uma reconfiguração do jornalismo por meio da rede social *Twitter* e uma mudança de práticas levando-se em consideração o cenário da desinformação. O estudo diz que o *Twitter* tem influenciado uma mudança significativa na geração e consumo de notícias (BARNARD, 2018; HERMIDA, 2010, 2013; PANG & NG, 2017) e tornou-se uma fonte popular de informações para seus usuários. E que os jornalistas não só entenderam seu papel dentro desta rede social como aproveitaram para melhorar seu posicionamento profissional. Assim, eles aproveitam comentários trazidos pela base de seguidores para sugestões de suítes sobre os assuntos abordados nos veículos de comunicação. O CGU,

neste caso, terá que ser analisado pelo profissional de imprensa com o objetivo de apenas complementar a notícia, mas nunca interferir na apuração dos fatos, conforme mencionado nesta dissertação, segundo Lima Junior (2009, p.182).

A adoção de mídias digitais para compor os conteúdos jornalísticos na imprensa convencional foi objeto de estudo do artigo “YouTube como fonte de informação sobre medicamentos sem eficácia comprovada para Covid-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação”. Neste artigo, a principal mudança trazida pelos autores é de que a grande mídia brasileira e o YouTube tiveram papéis fundamentais na promoção de medicamentos não comprovados para Covid-19 no Brasil. Conteúdos pró-hidroxicloroquina foram veiculados na imprensa, principalmente na televisão aberta, o que é um fato importante de ser citado porque mais da metade dos brasileiros mencionou que utiliza os canais de televisão como fonte de informações em pesquisa da Reuters. (NEWMAN *et al.*, 2022).

Alguns dos canais que postaram vídeos contendo pró-HCQ vídeos são associados a marcas entre as cinco mais confiáveis em Brasil (Newman *et al.*, 2022), como Band News (35 vídeos pró-HCQ e com a confiança de 61% dos brasileiros entrevistados no último relatório da Reuters Reportagem Digital), Record News (51 e 61%) e UOL (40 e 57%). Band e Record News são canais de televisão abertos. Muitos desses vídeos incluem jornalistas ou apresentadores de TV que promovem hidroxicloroquina e cloroquina, e entrevistas com políticos e especialistas em saúde que defendem os medicamentos não comprovados. (SOARES *et al.*, 2022, p. 482)

Ou seja, segundo o artigo, a grande mídia pode não só corrigir alegações falsas como também alimentar a desinformação.

Por fim, conforme apresentado anteriormente, e que se confirmou com a leitura dos artigos, o jornalismo já vinha sofrendo alterações ao longo do tempo e suas modificações mais profundas aconteceram com a popularização das redes sociais, o cenário da desinformação e a chegada da pandemia de Covid-19.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi realizado ao longo dos últimos dois anos durante a trajetória deste pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero (FCL), incluindo o momento de qualificação do projeto de pesquisa, fase extremamente importante para o avanço das reflexões que incluíram a elaboração do capítulo 3, com a análise de conteúdo dos 10 artigos publicados em 2021 e 2022 nas revistas científicas de estratos A1 e A2.

A dissertação teve sua inicialização e finalização durante uma pandemia e, talvez, possa fornecer perspectivas para uma futura pesquisa para avaliar os impactos das mudanças das práticas jornalísticas ocorridas ao longo da crise sanitária e os efeitos da desinformação tanto para os profissionais quanto a sociedade.

A análise do conteúdo por categorias, somada às teorias apresentadas nos dois primeiros capítulos, formou a linha do tempo das mudanças nas práticas jornalísticas em andamento, desde as eras citadas por Charron & Bonville (2004) até a menção a 5ª era do jornalismo digital em Barbosa (2023). Afinal, a ciência precisa estar atenta a estes movimentos.

A resposta da questão desta dissertação é que ocorreram profundas mudanças com o cenário da popularização das redes sociais, o aumento da desinformação presente principalmente nestas plataformas digitais em que a distribuição de conteúdos ocorre em maior velocidade (HAN, 2019). E, depois, há o tensionamento ao longo da pandemia a partir dos estudos científicos publicados nos anos de 2021 e 2022 trazidos no capítulo 3.

Essa tensão provocou mudanças relacionadas às práticas jornalísticas, fechamento de reportagens, publicações em redes sociais, utilização de conteúdos gerados pelo usuário e também a maior precarização do jornalismo. O ódio à imprensa disparado por movimentos de direita em todo o mundo não só modificou a maneira de fazer jornalismo diário como também contribuiu para o cenário de incertezas e pressões sofridas pelos profissionais.

Não bastassem todas essas características, os estudos também lançaram luz às preocupações sobre a saúde mental dos jornalistas em que a pressão não é mais somente o deadline, mas ele agora concorre também com outros agentes e elementos (autoridades populistas, usuários das redes sociais que geram conteúdos inverídicos ou mesmo compartilham a desinformação).

Além disso, os jornalistas não se restringem a apenas fazerem suas funções ensinadas nos cursos de jornalismo. Agora eles mesmos publicam a matéria nos portais de notícia, administram redes sociais, tuitam para interagir com o público, interagem com os usuários, desmentem boatos e vivem cenários ainda mais incertos com demissões em massa, redações cada vez mais enxutas e prazos cada vez mais curtos que já existiam, mas foram acelerados com as tecnologias digitais e a pandemia de Covid-19.

Os estudos mostraram que as mudanças nas práticas jornalísticas ocorreram nos meios de comunicação tradicionais, com destaque para TV e os impressos brasileiros. Destaca-se, também, a adaptação do jornalismo frente às plataformas digitais. O artigo sobre o YouTube, por exemplo, ficará como ensinamento para a história do jornalismo de como é possível contribuir com a desinformação mesmo que não haja intenção de provocá-la. Neste caso, o conceito de mesinformação em Wardle (2020) é um exemplo de como os veículos de imprensa repassaram aos seus públicos os conteúdos sem comprovação científica e revisada por pares (os chamados pré-prints) sem a intenção de causar danos. Mas acabaram contribuindo com a ampla disseminação de conteúdos precisos ou não conceituada como infodemia, alertada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, e abordada no capítulo 2 deste trabalho.

Ainda sobre desinformação, outra mudança de prática jornalística referente a abordagem da notícia é quando nos referimos às reportagens de ciência, principalmente sobre vacina. Antes da pandemia, o cidadão que levava seu filho ao posto de saúde para se imunizar contra qualquer doença não tinha em mente dados sobre qual laboratório fabricou a vacina, sua eficácia, de qual país foi importado e suas reações.

Com a pandemia e a desinformação disparada principalmente por movimentos antivacinas e reforçada por autoridades populistas em todo o mundo, principalmente nas redes sociais, foi necessário novamente promover uma mudança nas práticas para conter essa infodemia.

O jornalismo atua como uma vacina informacional da sociedade, sendo o interventor para imunizar o público contra a desinformação, que é um dos caminhos apontados no estudo da Revista Nature (VAN DER LINDEN, 2022) para não deixar o conteúdo antivacina dominar o discurso na próxima década conforme vimos no capítulo 2. Sem abandonar sua função pedagógica e o papel de educar a sociedade (SILVA, 2010).

Porém, mesmo com todas as informações coletadas no objeto empírico apresentado, que permitiram responder à questão desta pesquisa, é importante ressaltar que houve limitação na trajetória de levantamento das informações. Isso porque a coleta

foi restrita às revistas científicas de estratos A1 e A2 e ao tempo de execução para finalização dos estudos.

Outro fator observado foi a queda do número de papers publicados ao longo dos últimos três anos, como descrito no início do capítulo 3, o que tornou o número final para análise de conteúdo um pouco menor, mas sem inviabilizar esta dissertação como possível contribuição para os estudos científicos de jornalismo e também da desinformação.

A partir do objetivo principal, identificar mudanças que ocorreram no jornalismo com base na produção científica e como as essas transformações são apontadas nos estudos publicados em revistas acadêmicas durante a pandemia de Covid-19, foi possível ainda observar as estratégias usadas pelos pesquisadores brasileiros e europeus em suas abordagens e conseguir dados globais interessantes para subsidiar a resposta à questão principal deste trabalho. Eles ampliaram um debate sobre mudança de práticas jornalísticas, pandemia de Covid-19 e desinformação proposto por esta dissertação.

Analisando os objetivos específicos, foi possível apresentar ao longo do trabalho as etapas de mudanças do jornalismo, refletir sobre a influência da desinformação e/ou da pandemia nas práticas jornalísticas e apresentar perspectivas teóricas sobre a desinformação.

Agora, de toda a pesquisa, a identificação sobre a precarização da profissão foi a que se mostrou mais sensível. Os artigos científicos traçam esse ponto de maneira detalhada, inclusive com aspas dos envolvidos, mas não existem boas perspectivas para melhorias. É um aspecto que merece um aprofundamento e discussão em futuros estudos. Seria possível a rediscussão das jornadas de trabalho dos jornalistas durante a atuação de uma situação de emergência global ou mesmo local? Ou haver maior empatia na divisão de tarefas entre os profissionais para o funcionamento de um veículo de comunicação de forma a minimizar possíveis acúmulos de funções e, por consequência, sintomas de ansiedade destes jornalistas?

São desafios que precisam ser resolvidos urgentemente. Fará bem para a manutenção de direitos dos jornalistas e à sobrevivência desta instituição que vem sendo duramente atacada nos últimos anos.

Foi um privilégio poder ter acesso aos materiais desenvolvidos por esses pesquisadores que estarão listados na bibliografia desta dissertação e recorrer futuramente como referência para complementar os próximos passos destes estudos em um possível doutorado. A reflexão sobre a produção científica estudada propiciou um aprendizado

sobre jornalismo para este pesquisador, que continua apaixonado pela profissão e acredita que os profissionais merecem reconhecimento e reverência.

Por tudo isso, o futuro do jornalismo e os efeitos das mudanças nas práticas jornalísticas ocorridas no cenário da desinformação e/ou pandemia de Covid-19 ainda são uma incógnita.

O que é possível inferir é que as melhorias das condições de trabalho dos jornalistas devem começar dentro dos próprios veículos de comunicação. E os estudos científicos de jornalismo e desinformação precisam fazer parte desse processo subsidiando com suas pesquisas e contribuições para que o jornalismo retome a sua posição de referência como instituição e como discurso social credível, utilizando a sua função pedagógica para “explicar” o mundo sempre baseado na “verdade”, como aponta Silva (2010).

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. **Teoria da semiformação**. In: PUCCI, B.; LASTÓRIA, L. A. C. N.; ZUIN, A. A. S. (Orgs.). *Teoria crítica e inconformismo: novas perspectivas de pesquisa*. Campinas: Autores Associados, 2010.

ADORNO, T.W. **Soziologische Schriften**. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1979.

ANER. **Digital News Report do Reuters Institute: Brasil é o país onde mais pessoas evitam ler notícias**. Disponível em <https://www.aner.org.br/v2/anj-aner-informativo/digital-news-report-do-reuters-institute-brasil-e-o-pais-onde-mais-pessoas-evitam-ler-noticias.html>. Acesso em 27 mar 2023.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. São Paulo: Boitempo, 2018.

BARBOSA, B.; CARVALHO, C. **Tweet and Retweet Journalism During the Pandemic: Dissemination of and Engagement with News on Twitter**. *Brazilian journalism research*, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 736–763, 2021. DOI: 10.25200/BJR.v17n3.2021.1364. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1364>. Acesso em: 26 mar. 2023.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. **Jornalismo e dispositivos móveis: Percepções, usos e tendências**. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.), *Jornalismo e Tecnologias Móveis*. Covilhã: LabCom, 2013.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. Disponível em http://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joacanavilha_noticiasmobilidade.pdf. Acesso em 6 jan 2023

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BARNARD, S. R. **Citizens at the Gates - Twitter, networket publics, and the transformation of american journalism**. London: Palgrave Macmilla. DOI: 10.1007/978-3-319-90446-7. 2018

BARROS, Thiago. **Internet completa 44 anos; relembre a história da web**. Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/04/internet-completa-44-anos-relembre-historia-da-web.ghhtml>. Acesso em 27 mar. 2023.

BELL, E *et al.* **A imprensa nas plataformas como o vale do silício reestruturou o jornalismo**. *Revista Jornalismo ESPM*. Edição brasileira da Columbia Journalism Review, julho a dezembro 2017. Disponível em: <https://arquivo.espm.edu.br/revista/jornalismo/2017-jul-dez/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network Propaganda: manipulation, disinformation and radicalization in American politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BRIN, C.; CHARRON, J. & BONVILLE, J. (orgs.). **Nature et transformation du journalisme. Théories et recherches empiriques**. Québec: Les Presses de L'Université Laval, 2004.

CAJAZEIRA, P. E. S. L.; SOUZA, J. J. G.; ANTONIUTTI, C. L.; VASCONCELOS, W. G. I.; SALES, L. S. G.; SILVA, T. S. S. **Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional**. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun., São Paulo, v. 45, e2022105, 2022. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1809-58442022105pt>. Acesso em: 26 mar. 2023.

CAJAZEIRA, P. E. S. L. et al. **A monotematização da cobertura jornalística da Covid-19 no Jornal Nacional e no Jornal da Record**. Revista Pauta Geral, Ponta Grossa, v.7, n. 1, p. 1-17, 2020.

CAVALCANTI, Anna de Carvalho. **Os paradigmas jornalísticos na teoria canadense: análise e crítica sob perspectiva do jornalismo cultural**. SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Santa Cruz do Sul – UNISC. 2014. Disponível em <https://conferencias.unb.br/index.php/ENPJor/XIIENPJor/paper/download/3801/751>.

CARDOSO, Gustavo e BALDI, Vania. **As Fake News numa Sociedade Pós-Verdade. Contextualização, potenciais soluções e análise**. Observatório da Comunicação, 2018.
ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. A dialética do esclarecimento. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

CHADWICK, A. **The Hybrid Media System: Politics and Powers**. New York: Oxford University Press. 2013

CHARRON, J.; BONVILLE, Jean de. **Tipologia histórica das práticas jornalísticas. In: Natureza e Transformação do Jornalismo**. Porto Alegre: Insular, 2015.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e Transformação do Jornalismo**. Brasília: FAC Livros; Florianópolis: Insular, 2016.

COUTINHO, Iluska. **O conceito de verdade e sua utilização no Jornalismo**. Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo, ano, v. 1, 2004.

CORREIA, Fábio Caires. **Theodor Adorno e o problema da (semi)formação**. Revista de Estudos dos Pós-Graduandos em Filosofia, V.8, nº 16, 2016.

DAQUINO, Fernando. **A história das redes sociais: como tudo começou**. Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>. Acesso em 27 mar 2023.

FERNANDES, C. M.; OLIVEIRA, L. A. de; COIMBRA, M. R.; CAMPOS, M. M. de. **Press X Government: the populist rhetoric of the Covid-19 pandemic on the social network Twitter**. *Brazilian journalism research*, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 562–595, 2021. DOI: 10.25200/BJR.v17n3.2021.1416. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1416>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FERNANDES DOS SANTOS, N.; MOREIRA CESAR, C. **Covid and Populism in the News: How Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic**. *Brazilian journalism research*, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 536–561, 2021. DOI: 10.25200/BJR.v17n3.2021.1426. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1426>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. São Paulo: Factash, 2010.

FIGARO, R.; MOLIANI, J. A.; PACHI FILHO, F. F.; NONATO, C. **Reconfigurações do trabalho e da identidade de jornalistas: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19**. *Revista Observatório*, [S. l.], v. 8, n. 1, p. a7pt, 2022. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2022v8n1a7pt. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/13791>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FIGARO, Roseli. **Relatório da pesquisa – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19:...1 ano e 500 mil mortes depois**. São Paulo: ECA/USP, 2021. Disponível em <https://abcpública.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Covid-19-segunda-fase-relatorio-2021-1.pdf>. Acesso em 26 mar. 2023.

FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia. Novos; PACHI FILHO, Fernando. **Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia**. *Revista Líbero*, Ano XXI, nº 41, 2018.

G1. **Principais jornais do país unificam capas: 'Juntos vamos derrotar o vírus'**. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2020/03/23/principais-jornais-do-pais-unificam-capas-juntos-vamos-derrotar-o-virus.ghtml>. Acesso em 23 mar. 2023

GARCÍA, Xosé López; RODRÍGUEZ, Alba Silva; WESTLUND, Oscar. **Prensa, smartphones y tablets: la industria de medios impresos se sube al periodismo móvil**. telos (cadernos de comunicação e inovação), Madri, 2015.

GROHMANN, R. **Plataformização do trabalho: características e alternativas**. In: ANTUNES, R. (org.). *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. São Paulo: Boitempo, 2020.

GRUSZYNSKI SANSEVERINO, G.; DE LIMA SANTOS, M. F. **Experimenting with user-generated content in journalistic practices: adopting a user-centric storytelling**

approach during the covid-19 pandemic coverage in Latin America. Brazilian journalism research, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 244–279, 2021. DOI: 10.25200/BJR.v17n2.2021.1369. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1369>. Acesso em: 26 mar. 2023.

HAN, BYUNG-CHUL. **No enxame: perspectivas do digital.** 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes. 2019.

HERMIDA, A. **Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism.** Journalism. 2010.

HERMIDA, A. **#Journalism: Reconfiguring Journalism Research about Twitter, One Tweet at a Time.** Digital Journalism, 1(3), 295–313. DOI: 10.1080/21670811.2013.808456. 2013.

JUNIOR, Walter Teixeira Lima. *et al.* **Esfera pública, redes e jornalismo.** Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2009.

LUBIANCO, Júlio. **Aumenta proporção de latino-americanos que evitam o noticiário, diz pesquisa do Instituto Reuters.** Disponível em <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/reuters-digital-news-report-2022/>. Acesso em 27 mar 2023.

MARTINS FILHO, J.; SHUEN, L.-C. **Checagem de fatos numa democracia em xeque: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís.** Revista Observatório, [S. l.], v. 7, n. 3, p. a5pt, 2021. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2021v7n3a5pt. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/12109>. Acesso em: 26 mar. 2023.

MASSARANI, Luisa Medeiros; NEVES, Luiz Felipe Fernandes; SILVA, Carla Maria da. **Excesso e alta velocidade das informações científicas: impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas.** E-Compós, Brasília, DF, 2021. DOI 10.30962/ec.2426. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/2426/2070/13008>. Acesso em: 26 mar. 2023.

MEIO E MENSAGEM. **Jornais brasileiros se unem em mensagem sobre Covid-19.** Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/midia/jornais-brasileiros-se-unem-em-mensagem-sobre-covid-19>. Acesso em 23 mar. 2023

MOROZOV, E. Big Tech. **A ascensão dos dados e a morte da política.** São Paulo: Ubu, 2020.

NEVES, L. F. F.; MASSARANI, L. **A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19.** MATRIZES, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 191-216, 2022. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v16i2p191-216. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/187572>. Acesso em: 26 mar. 2023.

NEWMAN, N., FLETCHER, R., ROBERTSON, C. T., EDDY, K., & NIELSEN, R. K. **Reuters Institute Digital News Report 2022.** Reuters Institute, Oxford University. 2022

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. **Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism**. Cambridge University Press. 2019.

PANG, N., & NG, J. **Misinformation in a Riot: A Two-Step Flow View**. *Online Information Review*, 41(4), 438–453. DOI: 10.1108/OIR-09-2015-0297. 2017

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PEREIRA, Fábio Henrique & ADGHIRNI, Zélia Leal. **O Jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, 2011.

PRIOR, H. **Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema mediático**. Imprensa da Universidade de Coimbra: Coimbra. 2019.

RECUERO, Raquel. **Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil: relatório, resultados e estratégias de combate**. 1. ed. Pelotas, RS: MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021.

REUTERS, Institute. **Overview and key findings of the 2022 Digital News Report**. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary>. Acesso em 27 mar 2023.

ROTHKOPF, David. **When the Buzz Bites Back**. Disponível em <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/>, 2003. Acesso 15 Jul. 2022.

SEIBT, Taís. **Desinformação e teorias conspiratórias** in Monitoramento e Investigação de Conteúdos Digitais, curso Abraji, julho de 2021.

SCHUELER, Paulo. **A pandemia da desinformação. Bio-Manguinhos/Fiocruz || Inovação em saúde || Vacinas, kits para diagnósticos e biofármacos**. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/1883-a-pandemia-da-desinformacao>. Acesso em: 12 out. 2020.

SRNICEK, N. **Capitalismo de plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2018.

SILVA, Fernando Firmino da (org). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande, 2016.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre modos de produção das notícias**. Dissertação (Mestrado em Curso de Comunicação e Informação, Biblioteconomia e Comunicação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SILVA, A. S. A "**Desmitologização**" da Educação a partir de Theodor W. Adorno. Porto Alegre: Faculdade de Educação, PUC-RS, 2010 – (Tese de Doutorado).

SOARES, F.; SALGUEIRO, I.; BONOTO, C.; VINHAS, O. **Youtube como fonte de informação sobre medicamentos sem eficácia comprovada para covid-19: o papel da**

imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação. Brazilian journalism research, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 462–491, 2022. DOI: 10.25200/BJR.v18n3.2022.1536. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1536>. Acesso em: 26 mar. 2023.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TASNIM, S., HOSSAIN, M., & MAZUMDER, H. **Impact of Rumors and Misinformation on COVID-19 in Social Media.** Journal of Preventive Medicine & Public Health, 53(3), 171–174. DOI: 10.3961/jpmph.20.094. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento.** Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005.

USASUS. **Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus.** Disponível em <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em 20 março 2023.

VAN DER LINDEN, S. **Desinformação: suscetibilidade, disseminação e intervenções para imunizar o público.** Nat Med 28, 460-467 (2022). Disponível em <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01713-6>. Acesso 15 abr 2022

VASCONCELOS, F. **A mídia e o neo-populismo.** Revista Compolítica, 3(2). Disponível em 10.21878/compolitica.2013.3.2.54. 2013.

WAN-INFRA. **TikTok's rise as a news platform: Time to refocus your social media strategy?** Disponível em <https://wan-ifra.org/2022/06/tiktoks-rise-as-a-news-platform-time-to-refocus-your-social-media-strategy/>. Acesso em 18 mar. 2023

WARDLE, Claire. **Guia Essencial da First Draft para Entender a desordem informacional.** FirstDraft, 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – REPRODUÇÃO DA TABELA COM ANÁLISE CATEGORIAL DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS

PARTE 1 – Revista, Link e Ano

ARTIGOS ANALISADOS	Revista	Link	Ano
EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1369/pdf_1	2021
COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1426/1382	2021
IMPRENSA X GOVERNO: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1416/1373	2021
JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter	BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1364/1379	2021

<p>CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís</p>	<p>REVISTA OBSERVATÓRIO</p>	<p>https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/12109/19623</p>	<p>2021</p>
<p>YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação</p>	<p>BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)</p>	<p>https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1536/1440</p>	<p>2022</p>
<p>Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas</p>	<p>E-COMPÓS</p>	<p>https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2426/2070</p>	<p>2022</p>
<p>Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional</p>	<p>INTERCOM</p>	<p>https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3861</p>	<p>2022</p>

A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19	REVISTA MATRIZES	https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/187572/185937	2022
RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19	REVISTA OBSERVATÓRIO	https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/13791	2022

APÊNDICE A – REPRODUÇÃO DA TABELA COM ANÁLISE CATEGORIAL DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS

PARTE 2 – Objetivo geral da pesquisa, Origem institucional dos autores, Produção coletiva ou individual

ARTIGOS ANALISADOS	Objetivo geral da pesquisa	Origem Institucional dos autores	Produção coletiva ou individual.
EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina	Apresentar estudo exploratório com 80 sites latino americanos para analisar como estes sites abrem espaço para o público.	Europeias - Universidades da França e da Espanha	Coletiva
COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic	Identificar as diferentes construções de sentido em torno do fenômeno populismo nos meios de comunicação brasileiros durante a pandemia da Covid-19.	Europeia e Brasileira - Universidade da França e Universidade Federal da Bahia	Coletiva
IMPrensa X GOVERNO: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter	O artigo parte da discussão do conceito de populismo, com o objetivo de analisar como as críticas de Jair Bolsonaro à imprensa circularam na rede social Twitter no momento em que o Brasil atingia o maior número de mortos pela covid-19, na primeira semana de março de 2021.	Universidades brasileiras de Minas Gerais e São Paulo.	Coletiva

JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter	Estudar estratégias no consumo de conteúdo jornalístico nas mídias sociais, particularmente durante uma crise mundial, e comparar a eficácia de diferentes modalidades de notícias divulgadas neste meio, nomeadamente ao nível do alcance e da interação gerada	Universidades Europeias - apenas Portugal	Coletiva
CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís	O objetivo desta pesquisa é testar a aplicabilidade de um modelo de factchecking colaborativo e descentralizado no âmbito das eleições municipais de São Luís/MA em 2020.	Universidade Federal do Maranhão - Brasil	Coletiva
YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação	O objetivo foi fazer uma análise em vídeos do YouTube que promoveram desinformação sobre a hidroxicloroquina no Brasil e como este material foi publicado nos canais de mídia brasileiros.	Universidades Europeias e Brasileiras - Irlanda e Região Sul (Porto Alegre e Rio Grande do Sul)	Coletiva
Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas	O objetivo foi analisar a percepção de jornalistas brasileiros que cobrem ciência sobre como a pandemia de COVID-19 impactou seu trabalho	Universidades Brasileiras - Rio de Janeiro somente	Coletiva
Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional	Compreender os processos jornalísticos da cobertura da pandemia da COVID-19 pelo Jornal Nacional da Rede Globo, no período 2020-2021,	Universidades Brasileiras - Pelotas (RS) e Juazeiro do Norte (CE)	Coletiva
A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19	Compreender as mudanças na abordagem sobre a vacina pela imprensa	Universidades Brasileiras - Rio de Janeiro somente	Coletiva
RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19	Refletir sobre o que se delinea como identidade profissional dos jornalistas.	Universidades Brasileiras - São Paulo somente	Coletiva

**APÊNDICE A – REPRODUÇÃO DA TABELA COM ANÁLISE CATEGORIAL
DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS**

**PARTE 3 – Palavras-chaves utilizadas, conceitos de desinformação, Termo
utilizado para se referir às alterações nas práticas**

ARTIGOS ANALISADOS	Palavras-chaves utilizadas	Conceitos de desinformação	Termo utilizado para se referir às alterações nas práticas
EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina	jornalismo , conteúdo gerado por usuários, storytelling, pandemia , américa latina	Sim, fala em desinformação, notícias falsas e traz uma linha com a infodemia.	Mudança nas práticas
COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic	Populismo. Jornalismo. Covid-19. Enquadramento. Comunicação política	Sim	Não traz diretamente conceitos sobre mudanças nas práticas, mas sim sobre como os populistas adotavam posturas anticientíficas sobre a mídia frente às reportagens que falavam sobre a importância de combater a Covid-19.
IMPrensa X GOVERNO: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter	Populismo. Imprensa. Jair Bolsonaro. Pandemia. Covid-19	Sim - Fake News	Mudança nas práticas: A mídia tem grande contribuição por criar um campo favorável ao discurso populista. Ao condenar a política e as instituições, enaltecendo suas falhas, a mídia contribui com os discursos populistas que acabam por ganhar espaço. Nessa linha, Vasconcellos (2013) aponta que a mídia, ao sustentar uma cobertura negativa e dramática da situação, incentiva ainda que indiretamente um sentimento psicológico de insegurança na sociedade, difundindo um senso geral de mal-estar e de tensão social, ou seja, um gatilho para o sentimento de anti-establishment, pró reforma e de defecção política.

<p>JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter</p>	<p>Twitter. Retuíte. Jornal. Jornalismo. Estratégia. Pandemia. Covid-19</p>	<p>Sim - Desinformação e Fake News</p>	<p>Reconfiguração do jornalismo através do Twitter / Mudança de Práticas</p>
<p>CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís</p>	<p>Desinformação; Democracia; Jornalismo; Fact-checking</p>	<p>Sim - Desinformação e Fake News (relembra sobre a importância de abandonar o termo)</p>	<p>Reconfiguração do ecossistema de mídia</p>
<p>YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação</p>	<p>Desinformação. Covid-19. YouTube. Câmaras de Eco. Imprensa Tradicional</p>	<p>Sim</p>	<p>Mudança de práticas - o jornalismo passa a incluir vídeos do Youtube em suas reportagens</p>
<p>Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas</p>	<p>Jornalismo científico; COVID-19; Pandemia; Pré-print</p>	<p>Não</p>	<p>Mudança de práticas jornalísticas</p>

Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional	Monotematização, Cobertura jornalística, COVID-19 , Jornal Nacional	Não	Mudança no telejornalismo ocasionada pela crise sanitária
A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19	Jornalismo científico, vacina, covid-19	Sim - desinformação é citada	Mudança no jornalismo
RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19	identidade profissional de jornalistas, jornalistas, trabalho jornalístico , comunicadores	Não	Mudanças estruturais na comunicação e no jornalismo / Reconfiguração das funções

APÊNDICE A – REPRODUÇÃO DA TABELA COM ANÁLISE CATEGORIAL DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS

PARTE 4 – Mudança apontada pelo artigo, Tema relacionado a TV, jornal, rádio, meio digital

ARTIGOS ANALISADOS	Mudança apontada pelo artigo	Tema relacionado a TV, jornal, rádio, meio digital.
EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina	O CGU - Conteúdo Gerado pelo Usuário começou a fazer parte do fechamento das reportagens nos meios de comunicação.	Meio digital

<p>COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic</p>	<p>A pandemia impôs uma dupla missão a mídia: por um lado, eles precisam informar o público sobre a evolução do pandemia e as ações do poder público; no outro, eles lutam com a propagação acelerada de informações incorretas ou manipuladoras conteúdo em um sistema de mídia híbrido (Chadwick, 2013).</p>	<p>Sites, jornais impressos e revistas.</p>
<p>IMPrensa X GOVERNO: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter</p>	<p>Agentes políticos como Bolsonaro, que desafiam a ordem e atacam as instituições, acabam por ter visibilidade midiática. E, por outro lado, os líderes populistas utilizam-se disso como estratégias de comunicação objetivando ganhar valor notícia. Há uma mútua dependência: a mídia precisa das histórias, sobretudo as dramáticas, e o movimento populista depende da visibilidade.</p>	<p>Meio digital</p>
<p>JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter</p>	<p>O Twitter tem influenciado uma mudança significativa na geração e consumo de notícias (Barnard, 2018; Hermida, 2010, 2013; Pang & Ng, 2017) e tornou-se uma fonte popular de informações para seus usuários. Segundo Holcomb et al. (2013), mais da metade daqueles que usam o Twitter relataram que recebem notícias pela plataforma. Consequentemente, jornalistas entenderam seu papel dentro da rede (Lasorsa et al., 2012; Molyneux & Mourão, 2019; Paulussen & Harder, 2014; Veenstra et al., 2015) e aproveitaram os benefícios que a rede oferece para gerar mais valor ao jornal e para melhorar o seu posicionamento profissional.</p>	<p>Imprensa Convencional e redes sociais</p>
<p>CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís</p>	<p>Iniciativas de fact checking vinculadas ao campo do jornalismo profissional não conseguem verificar a totalidade do conteúdo duvidoso que circula pela internet ou mesmo garantir que as correções tenham o mesmo alcance das peças de desinformação.</p>	<p>Imprensa concenvional</p>

<p>YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação</p>	<p>A grande mídia brasileira e o YouTube tiveram papéis fundamentais promovendo medicamentos não comprovados para covid-19 no Brasil. Conforme exploramos em nossa primeira pergunta de pesquisa, a maioria dos vídeos com conteúdo pró-HCQ foram postados pelos principais canais de mídia. Uma nota importante é que muitos desses vídeos contêm trechos de programas transmitidos por canais de televisão aberta, o que indica a existência de um ecossistema maior de desinformação. Isso é relevante porque mais da metade dos brasileiros mencionou os canais de televisão como fonte de recebendo notícias no último relatório de notícias digitais da Reuters (Newman et al., 2022).</p>	<p>Imprensa Convencional e redes sociais</p>
<p>Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas</p>	<p>Várias - A COVID-19 alterou a rotina de 21 participantes da pesquisa, que afirmaram que a pandemia aumentou o número de matérias publicadas por mês. Apenas 5 jornalistas responderam que não houve mudanças em seu trabalho (Gráfico 1). O crescimento foi variado, oscilando de 2 até 25 matérias a mais por mês. Na média, o aumento mensal foi de pouco mais de 7 matérias. Os participantes apontaram de forma favorável o aumento do espaço e do interesse, tanto dos veículos de comunicação quanto do público, por matérias de ciência e saúde, além dos desafios e oportunidades que um tema novo e de relevância global trouxe para a prática jornalística. Utilização de pré-prints</p>	<p>Imprensa convencional - que cobre ciência</p>

<p>Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional</p>	<p>Sim, com o advento da cobertura jornalística sanitária não programada pela imprensa, apesar dos fundamentos do jornalismo permanecerem inalterados, como a objetividade, o compromisso com a verdade e a prestação de serviços, entre outros, a realidade profissional não é mais a mesma desde início de 2020 (CAJAZEIRA; SOUZA, 2020).</p>	<p>Imprensa convencional - TV</p>
<p>A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19</p>	<p>Os resultados mostram que o aumento na produção de conteúdo sobre vacina foi acompanhado pela passagem de um jornalismo de serviço para uma abordagem mais científica e pela inserção de uma diversidade de atores, organizações e países – características reveladoras dos aspectos políticos, econômicos e ideológicos que permeiam a ciência</p>	<p>Imprensa convencional - jornais impressos</p>
<p>RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19</p>	<p>O cenário da pandemia acelerou em muitos aspectos o que os jornalistas já vivenciavam em suas atividades cotidianas: mudanças estruturais na área de comunicação e, portanto, no jornalismo. Reestruturações advindas das tecnologias e da orientação econômica de financeirização, devido aos usos e apropriações que o capitalismo de plataforma tem feito do conhecimento e da ciência (MOROZOV, 2020; SRNICEK, 2018; ANTUNES, 2020; GROHMANN, 2020). Neste cenário, observamos que há alterações concretas nas atividades de trabalho desses profissionais, que apesar de não alterarem diretamente a denominação da identidade profissional dos trabalhadores que responderam à pesquisa, modificam-na substancialmente.</p>	<p>imprensa convencional e agências</p>

**APÊNDICE A – REPRODUÇÃO DA TABELA COM ANÁLISE CATEGORIAL
DOS ARTIGOS CIENTÍFICOS**

**PARTE 5 – Relaciona a mudança do jornalismo à pandemia, Relaciona a mudança
do jornalismo à desinformação**

ARTIGOS ANALISADOS	Relaciona a mudança do jornalismo à pandemia.	Relaciona a mudança do jornalismo à desinformação.
<p>EXPERIMENTANDO COM CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA: adotando um enfoque narrativo centrado no usuário durante a cobertura da pandemia de covid-19 na América Latina</p>	<p>Atribui que a pandemia trouxe mudanças significativas para as práticas jornalísticas - a mudança já estava em curso, mas a pandemia pode trazer efeitos de longo prazo no jornalismo</p>	<p>Sim, considera que é mais difícil para o público diferenciar o que é real do que não é em um mundo onde as notícias falsas nos levam a questionar a validade das informações encontradas on-line.</p>
<p>COVID AND POPULISM IN THE NEWS: how Brazilian media outlets approach the issue of populism during the pandemic</p>	<p>Sim e atribui exemplos ao populismo, polarização política e desconfiança das instituições incluindo o jornalismo,</p>	<p>Sim com exemplos sobre os comportamentos dos presidentes dos EUA, Rússia e Reino Unido - além de Bolsonaro que classificou a Covid-19 como "Gripezinha"</p>
<p>IMPrensa X GOVERNO: a retórica populista da pandemia da covid-19 na rede social Twitter</p>	<p>Segundo Prior (2019) as mídias digitais oferecem aos movimentos populistas a possibilidade de utilizarem canais alternativos de notícias que fomentam e disseminam um discurso antissistema, propiciando a mobilização necessária para manter a base de apoio populista. O ódio direcionado à imprensa faz parte de um movimento mundial da extrema direita, que, ao se apropriar das redes sociais, fez emergir o fenômeno do populismo digital.</p>	<p>Traz como informação que a política passou a integrar as redes sociais - ambiente em que se vê crescer a disseminação de conteúdos falsos, lixo informativo, boatos, intrigas e polarizações.</p>
<p>JORNALISMO POR TUÍTE E RETUÍTE DURANTE A PANDEMIA: divulgação e engajamento com notícias no Twitter</p>	<p>Sim, afirma que diversos jornais brasileiros utilizaram a rede social Twitter para informar os números de mortes, quantidade de infectados e as consequências sociais da pandemia da covid-19. Contudo, ainda pouco se sabe sobre as</p>	<p>Sim, ao dizer que o Twitter foi um canal importante de distribuição de notícias. Contudo, Tasnim et al. (2020) demonstrou que a plataforma foi fonte de informação e desinformação.</p>

	estratégias de distribuição de notícias, e os impactos dessas estratégias.	
CHECAGEM DE FATOS NUMA DEMOCRACIA EM XEQUE: implementação da Plataforma Sem Migué nas eleições municipais de São Luís	Não	Sim, ao afirmar que o cenário da desinformação em Wardle é subjacente à crise de legitimidade das instituições de referência – uma delas o jornalismo – em diversas democracias liberais à medida em que crescem discursos e movimentos que têm sido chamados por alguns autores de populismo autoritário ou de extrema direita (BENKLER; FARRIS; ROBERTS, 2018; NORRIS; INGLEHART, 2019). Esses elementos fazem parte do atual ecossistema de mídia, em que a produção e difusão de notícias não são mais exclusivamente controladas pelos veículos de jornalismo profissional.
YOUTUBE COMO FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE MEDICAMENTOS SEM EFICÁCIA COMPROVADA PARA COVID-19: o papel da imprensa tradicional e dos algoritmos de recomendação na promoção da desinformação	Sim ao afirmar que a grande mídia brasileira e o YouTube alimentaram a desinformação sobre medicamentos não comprovados para covid-19.	Sim ao afirmar que o papel da grande mídia na promoção de drogas (hidroxicloroquina) não comprovadas para covid-19 é particularmente relevante por causa de como os brasileiros confiam essas fontes. A grande mídia pode alimentar a desinformação espalhar mesmo ao corrigir alegações falsas
Excesso e alta velocidade das informações científicas - Impactos da COVID-19 no trabalho de jornalistas	Sim, não houve um incremento proporcional no quadro de profissionais dos veículos de comunicação, cujas redações têm ficado cada vez mais enxutas. Tal situação também foi constatada em uma pesquisa que investigou as condições de trabalho de profissionais de comunicação brasileiros no desempenho de suas funções durante a pandemia de COVID-19 (FIGARO, 2020). Além da intensificação do trabalho e da extensão da jornada, o	Não

	<p>levantamento junto aos trabalhadores revelou que o trabalho em casa (home office)</p> <p>ocorre em condições desconfortáveis para a família, com a utilização de infraestrutura própria, e que a organização da rotina laboral ocupa todo o espaço e o tempo da/na casa.</p>	
<p>Análise comparativa entre os meses iniciais de 2020 e 2021 no processo de monotematização da cobertura jornalística durante a pandemia da COVID-19 no Jornal Nacional</p>	<p>No primeiro ano, as notícias eram voltadas de forma geral, uma vez que a COVID-19 era mais desconhecida da população e se alastrou de forma rápida e intensa. Já em 2021, o foco centrou-se na vacinação e nos problemas que estavam em volta desse processo. Além disso, os dois anos analisados apresentam crises políticas, que fazem com que essa cobertura monotemática seja paralisada, momentaneamente.</p> <p>Conclui-se, que a monotematização identificada na cobertura jornalística do JN implicou no direcionamento de todos os esforços da equipe do telejornal para noticiar, narrar e explicitar as ocorrências, os fatos e as transformações do novo coronavírus</p>	<p>Não</p>

<p>A vacina em dois jornais brasileiros antes e durante a covid-19</p>	<p>O o jornalismo, mesmo tendo historicamente construído um status de autoridade informativa, vem sendo continuamente colocado à prova, o que ficou ainda mais evidente com a grave crise sanitária iniciada em 2020. Trata-se, sem dúvida, de um acontecimento que torna mais sensíveis quaisquer questões ligadas à comunicação da ciência e da saúde da atualidade. A pandemia da covid-19 intensificou a produção jornalística relacionada à vacina nos dois veículos analisados - Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo.</p>	<p>No que diz respeito à parcela da cobertura que trata de desinformação e negacionismo, embora não tenha havido grandes variações entre um ano e outro, é possível observar uma mudança de foco nessa abordagem. Em 2019, as fake news, o movimento antivacina e, mais especificamente, a falsa alegação de que a vacina tríplice viral poderia causar autismo estiveram entre os principais assuntos desse tópico, com um pouco mais de destaque na cobertura da Folha em relação ao Estadão. Em 2020, vieram à tona as discussões sobre a obrigatoriedade de tomar a vacina. Esse tópico, praticamente não abordado no ano anterior, surgiu das controvérsias levantadas pelo próprio presidente Jair Bolsonaro. Ele defendeu publicamente a não obrigatoriedade da imunização, sobretudo ao colocar em xeque a vacina CoronaVac, na época ainda em desenvolvimento pela empresa chinesa Sinovac. A farmacêutica havia firmado um acordo com o Instituto Butantan, de São Paulo, por iniciativa do governador João Doria, antagonista político do presidente.</p>
<p>RECONFIGURAÇÕES DO TRABALHO E DA IDENTIDADE DE JORNALISTAS: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19</p>	<p>O acúmulo de funções e tarefas, um fato no mundo do trabalho do jornalismo. O rearranjo nas atividades, o acréscimo de funções, a desespecialização e reespecialização são fenômenos observáveis, que certamente reconfiguram a identidade do jornalista e dos profissionais da comunicação</p>	<p>Não</p>